

FH

FLEISCHER-HANDWERK

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



**FLEISCHER
MIT ERFOLG:**
Burgmetzgerei
Botte, Hartenfels

- **SNACK STAR 2022:** Wer siegte im Branchenbattle? ■ **MUTMACHER – TEIL 11:** Bratwurstliebe
- **STARTER- UND SCHUTZKULTUREN:** Kulturen contra Keime ■ **NACHHALTIG:** Metzgerei Eisele

Die Hülle für den
perfekten Gewürzübertrag!

**JETZT
BESTELLEN**



NaloSpice

OSKUtex
KALLE GROUP

Auf ein Neues!



Marco Theimer
Chefredakteur
FH Fleischer-
Handwerk

Sie haben es bestimmt schon bemerkt! Diese erste Ausgabe 2023 hat rein optisch mit der Sonderausgabe „10 Jahre FH Fleischer-Handwerk“ nicht mehr allzu viel gemein. Der Heftgeburtstag und das neue Jahr waren der Anlass für diesen frischen Look. FH Fleischer-Handwerk ist nun mindestens ebenso flott und modern wie seine gastronomischen Schwester-Fachmagazine 24 Stunden Gastlichkeit, GVmanager und first class sowie deren jüngst gestartete, relaunched Online-Fachportale. Inhaltlich wird es in der „neuen FH“ aber nur wenige Änderungen geben. Die Mischung aus praxisorientierten Reportagen über erfolgreiche Familienbetriebe des Fleischer- und Metzgerhandwerks, Berichten über hoffnungsvolle Nachwuchskräfte, engagierte Initiativen, den DFV, Landesverbände und Innungen, Messeberichten und Produktneuheiten hält Sie auch weiterhin auf dem Laufenden und gibt im Idealfall Hilfestellung bei aktuellen Fragestellungen und anstehenden Herausforderungen.

Und noch eine gute Nachricht! Der Anfang des Jahres medial und nachhaltig motivierte und vom „grünen Zeitgeist“ und Political Correctnes getragene „Veganuary 2023“, der die Deutschen nach den Festtagen wieder einmal zu einer gesünderen Ernährung anregen sollte, ist auch bald rum. Zum Glück! Verstehen Sie mich nicht falsch, auch ich esse nicht jeden Tag Fleisch und Wurst. „Weniger ist mehr, und wenn, dann regionale Qualität“ lautet die Devise, die sich auch viele Metzgereien und Fleischereien auf die Fahne geschrieben haben. Lassen Sie sich von denen nicht ins Bockshorn jagen, die Ihnen glauben machen wollen, die gefühlte Hälfte der Deutschen seien Vegetarier und Veganer. Auch der Begriff der Flexitarier ist für mich nur eine Erfindung. Fakt ist, laut einer repräsentativen Studie aus dem Sommer 2022 von Kantar und BVWS: Für 84 % der Deutschen sind Wurst und Schinken auch künftig Teil ihrer Ernährung. Und: In der Altersgruppe der 16- bis 29-jährigen sind längst nicht alle Vegetarier oder Veganer. Zudem gaben laut einer Online-Umfrage des Kochboxen-Anbieters „HelloFresh“ aus dem November 2022 nur 4 % an, nie Fleisch oder Fisch zu essen. Eine relative Mehrheit der Befragten (48,9 %) will zudem „niemals nur noch vegetarisch oder vegan essen“. 34,1 % sagten sogar, dass sie Fleischersatzprodukte nicht überzeugt hätten.

Es wird also auch hier alles wie immer nicht so heiß gegessen, wie es gekocht wird. Unser Handwerk wird weiterhin Herausforderungen meistern und mit regionaler Qualität und Geschmack statt Masse überzeugen – auf dem Land und in der Stadt.

Und so wünsche ich Ihnen für das neue Jahr Zuversicht, Durchhaltevermögen, Gesundheit, unternehmerischen Weitblick, das nötige Quentchen Glück und bleiben Sie uns auch im neuen Outfit treu.

Für Dich gemacht



© Robert Kneschke / WavebreakMediaMicro / zinkevich – stock.adobe.com

und für Dich...

und für Dich...

und auch für Dich!

24gastlichkeit.de

Neu gemacht.
Gut gemacht!

blgastro^{de}



Branchenblick

Auf ein Neues! 3
 Kurz notiert 5
 Dreamteam für gute Wurst 8
 Im Fokus: Metzgerhandwerk Bayern.. 10

Nachwuchswettbewerb

SnackStar 2022 – Das Finale..... 12

Produktsicherheit

Kulturen contra Keime 14
 Beck Gewürze und Additive:
 Pionier für Geschmack 16

Weiterbildung

1. BFS Landshut:
 „Unbezahlbare Dokument“ 17

24/7-Shop

Metzgerei Hack, Freising:
 Laden ohne Personal 24

Fleischer mit Erfolg

Hartenfels: Die Burgmetzger
Markus & Luisa Botte..... 18
Schiffdorf-Spaden:
 Ein echter Waterkant-Laden
Stefanie & Jan-Peter Mehring.. 20
Schwerin:
 Hereinspaziert und inspiriert
Uwe & Thomas Lange..... 22

Titelbild: Zukunftsfähiges Vater-Tochter-Duo:
 Markus und Luisa Botte von der Burgmetzgerei
 Botte aus Hartenfels im Herzen des Westerwal-
 des. Luisa Botte wurde kürzlich auch als eines
 der neuen Mitglieder in die Nationalmannschaft
 des Fleischerhandwerks berufen.

Foto: Theimer

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

Produktion

Fessmann: Wandel auf Augenhöhe .. 26
 Seydelmann: Energiekosten sparen .. 27

Nachhaltigkeit

Metzgerei Eisele, Ostrach:
 Energieautark dank Speicher 28

Firmenporträt

Saucen-Fabrik 4.0 30

Mutmacher – Teil 11

Dorfmetzger Jürgen Reck:
 Bratwurstliebe online 31

Rubriken

Neu auf dem Markt / Impressum 33
 Gesucht & gefunden 34

Metzger-Innung ArberLand Bayerischer Weißwurst-Botschafter gewürdigt



Für sein langjähriges ehrenamtliches Engagement für ein bayerisches Kulturgut würdigten Bayerns Ministerpräsident Markus Söder und die Landwirtschaftsministerin Michaela Kaniber den Bayerischen Weißwurst-Botschafter Albert „Bertl“ Fritz (li.) in der Münchner Residenz. Der Anlass war die Einladung von über 100 Produktköniginnen und -prinzessinnen aus Bayern, zu dem auch die aktuelle Bayerische Weißwurstkönigin Lena II. (Lena Rothkopf) eingeladen war. Da sie aus beruflichen Gründen aber nicht selbst teilnehmen konnte, nahm ihre Stellvertreterin Roswitha Nötzel (2.v.l.) den

Termin wahr. Sie hatte 2013 mit „Bertl“ Fritz die Idee, eine bayerische Weißwurstkönigin ins Leben zu rufen und fanden mit Obermeister Stefan Einsle und der Metzger-Innung ArberLand dankbare Mitstreiter. Markus Söder betonte die Wichtigkeit, bayerische Produkte durch Königinnen und Botschafter in die Welt hinauszutragen. Mit diesem Termin dankte er den anwesenden Produkt-Botschafterinnen persönlich. Auch Roswitha Nötzel und „Bertl“ Fritz dankte er persönlich für ihren Einsatz über viele Jahre. „Es war uns eine große Ehre, hier teilnehmen zu dürfen. Wir nehmen diese Wertschätzung von höchster Stelle sehr gerne an“, so der Weißwurst-Botschafter. www.mymetzger.de, www.weisswurstkoenigin.de



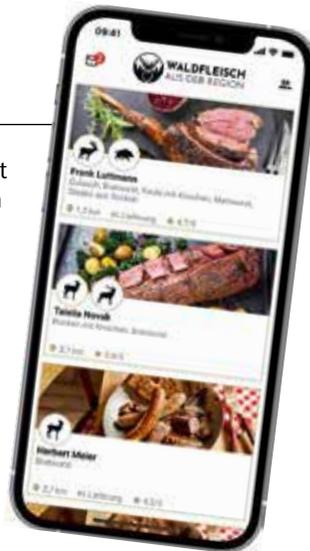
Vemag Maschinenbau Vier-Tage-Woche im Test

In der Montage führt Vemag Maschinenbau die Vier-Tage-Woche ein. Bei der Umsetzung stimmen sich die Mitarbeiter*innen der Schicht mit dem/der Gruppenleiter*in ab. Über 800 Beschäftigte sind am Standort Verden tätig. „Wir wollen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in der Produktion ermöglichen, Arbeits- und Privatleben individueller und den Lebensumständen entsprechend flexibler zu gestalten. Daher testen wir, wie wir eine Vier-Tage-Woche für die Spätschicht umsetzen können“, sagt Annette Loch, Teamleiterin Recruiting & Talentmanagement bei Vemag Maschinenbau.

Einerseits könnten so auch die Arbeitsabläufe produktiver werden, andererseits verspricht sich Vemag, die Zufriedenheit der Beschäftigten zu steigern. Das Arbeitszeitmodell wurde von den Montagegruppen mit den Gruppenleitern*innen entwickelt. Es wird im Vergleich zur Fünf-Tage-Woche nicht weniger gearbeitet, sondern die Arbeitszeit auf vier Tage verteilt. Am Ende der Woche stehen 35 Stunden auf der Uhr. Die Beschäftigten haben so einen Tag mehr Zeit, sich für ein Ehrenamt zu engagieren bzw. für ihre Familie oder Hobbys. www.vemag.de

Waldfleisch Wild via App vom Jäger

Wer Wildfleisch einmal anders kaufen möchte, kann das etwa mit der Waldfleisch App tun, was den regionalen Kauf direkt beim Jäger vereinfacht. Über 5.000 Jäger haben sich dort bundesweit registriert, um ihre Produkte auf diesem digitalen Marktplatz anzubieten. Die Stiftung Warentest empfiehlt in einem aktuellen Ratgeber den Kauf beim örtlichen Jäger, da es sich bei Wildfleisch aus Supermärkten oft um Fleisch aus neuseeländischen Gattern handelt. Dies habe mit Wild wenig zu tun und erfülle nicht die Aspekte von Nachhaltigkeit und Regionalität. In der App ist jederzeit zu sehen, welche Produkte bei Jägern in einer Region gerade verfügbar sind. Mit über 200.000 Downloads ist Waldfleisch aktuell die größte digitale Plattform für Wildfleisch-Direktvermarktung. www.waldfleisch.de



SmartStore24 Digitale Partnerschaft

Durch die Kombination der Serviceleistungen von SmartStore24 und der Vorbestell-App ist das Vorbestellen für Kunden und Kundinnen nun noch einfacher. Per SmartStore24 können diese ohne Wartezeiten bestellte Produkte abholen, wann sie wollen. Sie wählen in der App, welche Waren in welchen Mengen eine Metzgerei zusammenstellen soll. Ist die Bestellung abholbereit, erhält der Kunde via App eine Nachricht. Bereitgestellt wird diese in einem Kühlschrank oder SB-Laden (s. S. 24). „Das ist die Flexibilität, die sich der Kunde heute wünscht“, ist Michael Kimmich, Geschäftsführer von SmartStore24, überzeugt. Möglich macht das ein kleiner Aufkleber, der einen Mini-Chip enthält. Darauf sind alle Infos gespeichert, die das System für einen sicheren und schnellen Bezahlvorgang benötigt. Einer der Referenzkunden, die das System nutzen, ist die Metzgerei Böltl in Kirchheim bei München. www.smartstore24.de

Markenschaufenster



STILLER
VERSCHLISS-TECHNIK

Telefon 07268 392

Dosenverschleißmaschinen
Halb- und vollautomatisch, für Handwerk und Mittelstand

WWW.STILLERGM.BH.DE

Albert Handtmann Maschinenfabrik Aus Bannern werden Taschen

Von der Messegrafik zur recycelten Tasche: Auch die Messekonzepte von Handtmann fokussieren nachhaltige Aspekte, von der Wiederverwendung von Standelementen bis hin zu den Messebannern. Die Messegrafiken sind auf hochwertigem, nicht-brennbarem, aber belastbarem Material gedruckt. Da die Themen und Standmaße von Messe zu Messe variieren und für den Standbau nicht wiederverwendet werden können, wird unzähligen Quadratmetern Stoff in einer nachhaltigen Form so ein „zweites Leben“ geschenkt. In dem Handtmann-Projekt „From show to shopper“ werden die Messebanner in einem Upcycling-Verfahren des darauf spezialisierten Unternehmens Reciclage zu Einkaufstaschen verwertet. Diese Manufaktur fertigt ihre Produkte in Alzenau in Handarbeit. Upcycling ist einer von vielen Bausteinen des Unternehmens sich ökologischer aufzustellen.
www.handtmann.de, www.reciclage.de



DBL Andreas Iser



Seit 1. Januar 2023 ist Andreas Iser (48) neuer Geschäftsführer für Finanzen und Organisation beim Textildienstleister DBL. Damit fiel der Startschuss zum Umbau der DBL-Geschäftsführung – und die Weichen in Richtung einer neuen Struktur im Verbund wurden gestellt. Er kommt aus dem Vorstand des Fachgroßhändlers Evenord und war bei Metro, wo er mit 26 Jahren als einer der jüngsten Betriebsleiter des Konzerns reüssierte, sowie bei Omega Sorg und dem Textil-Start-up Naketano tätig. Bei Evenord war er als Geschäftsführer und Vorstand verantwortlich für Finanzbuchhaltung, Controlling und Unternehmensstrategie. Von der DBL-Zentrale in Zirndorf aus wird der vierfache Vater und Ehemann den Strukturwandel innerhalb des DBL-Verbundes steuern und Tradition, Transformation und Innovation miteinander verbinden. www.dbl.de

Interaktive Gewürzwelten

Ende November begrüßte das Wiberg Team Inspiration nach einer fast dreijährigen pandemiebedingten Pause wieder Metzger zum Austausch im hauseigenen Seminarzentrum.



Von Sonntagabend bis Dienstag nach dem Mittagessen drehte sich in Salzburg alles um das Thema Geschmack. Zu dem Gewerbeseminar von Frutarom Savory Solutions gekommen waren etwa 30 Metzger aus Deutschland und Österreich, die diese Zeit

für den fachlichen Austausch nutzten, aber auch viele aktuelle Trends kennenlernten. Die Palette der behandelten Themen erstreckte sich von der Welt der Gewürze über Starterkulturen und den Listerienschutz bis hin zu innovativen Produkten wie dem Umami Booster. Eine ganze Reihe von Erzeugnissen wurde von den Anwesenden verkostet und mit allen Sinnen erlebt. Vor allem im Bereich der Hybridprodukte, bei denen Fleisch teilweise durch Gemüse ersetzt wird, entstand eine angeregte Diskussion.

Konkrete Fragen der Teilnehmer zu einzelnen Herstellungsschritten wurden von den Fachberatern kompetent beantwortet. Ein besonderes Highlight des interaktiven Miteinanders war der Blick hinter die Kulissen, etwa eine Führung durch die im Haus befindliche Würstchillen-Produktion. Ebenso spannend war die Verkostung der neuen Grillfix-Trockenmarinaden, die noch nicht erhältlich sind und so vorab exklusiv probiert werden konnten. www.wiberg.eu



Fotos: Albert Handtmann Maschinenfabrik, DBL, Frutarom Savory Solutions

„Nicht die Fleischindustrie“

Beim 9. Qualitätswettbewerb des Fleischverbandes Rheinland-Rheinhausen gingen vier Auszeichnungen an Betriebe der Innung Trier-Saarburg. Auch die anderen 33 Metzgereien waren top.

Viele davon präsentieren die Ergebnisse des Wettbewerbs in ihren Geschäften und auf ihren Social-Media-Kanälen. „Wir sind nicht die Fleischindustrie. Wir sind das Fleischerhandwerk. Darauf sind wir stolz“, sagte Landesinnungsmeisterin und DFV-Vizepräsidentin Dagmar Groß-Mauer (5.v.li.). Gute Qualität aus Meisterhand, liebevoll und sorgfältig hergestellte Produkte, Rückverfolgbarkeit, Regionalität, keine internationalen Tiertransporte, sondern Tiere vom Landwirt in der Nähe: Alles das werde im Genusshandwerk großgeschrieben.

Platz 1 belegte die Fleischerei Könen aus Saarburg. Sieben Innungsbetriebe erklimmen das Siebertreppchen. Die Urkunden und Pokale überreichten die Wirtschaftsministerin von Rheinland-Pfalz, Daniela Schmitt, und der Geschäftsführer des Fleischverbandes Rheinland-Rheinhausen, Alexander Zeitler. „Das ist die Bestätigung für das, was wir das ganze Jahr machen“, sagte Metzgermeister Siegfried Könen: „Wir haben 100 % eigene Produktion. Wir kaufen nichts zu.“ Sein Betrieb besitzt auch eigene Tiere. Fast alle Rinder stammen aus eigener Zucht. Beim Wettbewerb reichte die Metzgerei etwa Trüffel-Salami, Parmaschinken und einen 24 Monate am Knochen gereiften Schinken ein. Siegfried Könen ist auch „Cortador“, ein professioneller spanischer Schinkenaufschneider.

Tolle Gemeinschaftsleistung

Die teilnehmenden Betriebe reichten bis zu acht Produkte ein. Wer bei acht Proben die volle Punktzahl erlangte, kam aufs Treppchen. Es wurden nicht nur Geschmack und Textur bewertet, alle Proben wurden auch in einem Lebensmittel-labor untersucht. Kai Leonhardt, Inhaber der Fleischerei Martin aus Trier, nahm erstmals teil und wurde Zweiter. Er bewarb sich etwa mit Zirbensalami vom Freilandschwein, 1936er Traditionsschinken und Fleischwurst im Ring. „Wir arbeiten nur mit Bauern aus der Region und legen großen Wert auf Tierwohl und sehr kurze Transportwege. Dies trägt maßgeblich zum Geschmack und zur



Selbstbewusst ins neue Jahr: Die erfolgreichen Genusshandwerker, die beim neunten Qualitätswettbewerb des Fleischverbandes Rheinland-Rheinhausen geehrt wurden.

„Ein solcher Wettbewerb hält die Leistung hoch.“

Günter Schaefer

Qualität bei“, berichtet er. Diesen Platz teilte er sich mit Obermeister Manfred Schmitt von der Fleischerei Werner Schmitt, der selbst produzierte Konservengerichte einreichte, darunter Königsberger Klopse, Rouladen und Boeuf-Stroganoff. „Der Qualitätsstandard in Fachgeschäften ist ein höherer als in Supermärkten und Discountern“, betonte er.

Dritter wurde die Fleischerei Schaefer aus Trier-Euren. Seit Jahren ist Günter Schaefer oft unter den ersten Drei, 2021 siegte er. Dieses Jahr war er etwa mit „Hubertuspastete“, Schaschlik im Glas und Tafelspitz-Sülze mit Rote Bete dabei. Peter Klassen (Fleischerei Klassen, Temmels) nutzt den Wettbewerb, um Schwachstellen zu finden bzw. neue Produkte überprüfen zu lassen: „Die tatsächlichen und gefühlten Werte, z. B. des Fettgehalts einer Wurst, gehen manchmal etwas auseinander“. Neu in seinem Sortiment sind ein scharfer Rohesser, eine Fleischwurst und eine Chili-Käse-Bockwurst. Das Ergebnis: dreimal Gold. Er schätzt es, dass es nicht die Aufgabe des Labors sei, nur Gold zu verteilen, sondern die Produkte kritisch zu bewerten. So sehen seine Kunden etwa, dass die Wurst etwa 8 % Fett statt der gesetzlich zulässigen 20 % enthält. www.fleischer-rlp.de

promedia theken TV



Herausragend
IN SZENE gesetzt

**Bildschirmwerbung,
die auffällt**

Mit **promedia-thekenTV** setzen Sie Ihre Informationen, Angebote und vieles mehr in Ihrer Fleischerei aufmerksamkeitsstark in Szene.

Jetzt Beratungstermin vereinbaren:

☎ Tel.: 0 21 03 / 20 47-00

✉ info@promedia-thekentv.de

🌐 www.promedia-thekentv.de





Dreamteam für gute Wurst



Zur einem Praxis-Workshop trafen sich Profis des Zentralverband Naturdarm in Schwaben mit Mitgliedern der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks.



Warum trägt Naturdarm als Edelhülle zur besseren Wertschöpfung im Betrieb bei? Mit welchen „vergessenen“ Spezialitäten kann sich ein Fleischerfachgeschäft bei anspruchsvollen Kunden profilieren? Und wie lässt sich Naturdarm im betrieblichen Alltag sicher und effizient verarbeiten? Um diese Fragen ging es im November in diesem Workshop, der Mitglieder der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks mit Vertretern des Naturdarm-Verbands zusammenführte. Dafür hatte der Darm-Experte Hilmar Reiss eine große Auswahl verschiedener Darmsorten mitgebracht, die von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern vor Ort zu Wurst verarbeitet und verkostet wurden. Nebenbei wurde reichlich Fachwissen zur Edelhülle vermittelt. Auch die Frage, welche Ansprüche seitens des Handwerks an den Rohstoff Naturdarm gestellt werden, war ein Thema.

Für den Workshop hatte das Nationalmannschaftsmitglied Gina Benz die Räumlichkeiten ihres Familienbetriebes in Köngen zur Verfügung gestellt. Neben dem fachlich-

chen Austausch kam auch der Spaß nicht zu kurz: Alle Anwesenden nutzen das Treffen zum persönlichen Austausch. Für Fragen der Nationalmannschaft rund um den Naturdarm gibt es ab sofort einen „direkten Draht“ zu den Experten. Zum Ausklang des Tages wanderten die zuvor meisterlich hergestellten Würste auf den Grill – und wurden in fröhlicher und lockerer Runde verspeist.

Außerdem fand Mitte November – erstmals in den Räumen der Fleischerschule in Augsburg – das diesjährige Casting für die Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks statt. *Neu im Team sind: David Becker, Laura Reckmann, Lucas Baumann, Michael Resch, Celina Schwing, Luisa Botte (s. Seite 18), Natalie Selig, Maxi Baumann, David Hilpert und Steffen Kurz.* Den ausgeschiedenen Mitgliedern dankt der Deutsche Fleischer-Verband für ihr bisher in Sachen Nachwuchsförderung geleistetes Engagement. Trainiert wird das Team nun von Teamchef Christian Lohff und Britta Sickenberger.

www.naturdarm.de

www.nationalmannschaft-fleischerhandwerk.de

Wo das Schwein steppt? In Stuttgart!

Die nächste SÜFFA in Stuttgart findet vom **21. bis 23. Oktober 2023** statt – ein Pflichttermin für alle, die sich über Trends und Neues informieren und ihr Netzwerk im Handwerk ausbauen möchten.

Dann wird die Messe ihre Erfolgsgeschichte fortschreiben und soll weiterhin die Topadresse für das Fleischerhandwerk bleiben. Sie bietet Fachbesuchern Informationen zu neuen Produkten und Trends am Markt, vermittelt wertvolle Impulse und die Möglichkeit sich auszutauschen. „Auf der SÜFFA trifft sich die gesamte Fleischbranche, denn nur in Stuttgart wird das komplette Sortiment für Handwerksbetriebe abgebildet“, betont Andreas Wiesinger, Mitglied der Geschäftsleitung der Messe Stuttgart. Die Vielfalt und Qualität der Aussteller, wechselnde Sonderthemen und Specials sowie das breit gefächerte Rahmenprogramm machen die Messe zum Trendbarometer der Branche.

Unter dem Motto „Hier steppt das Schwein. Steppen Sie mit!“ können sich interessierte Aussteller anmelden. „Mit einer frühzeitigen Anmeldung haben interessierte Unternehmen die Chance, sich den besten Standplatz zu sichern und die SÜFFA 2023 aktiv mitzugestalten“, erklärt Sophie Stähle, Managerin Messe- und Eventleitung der

SÜFFA. Neben der Anmeldung einer Standfläche können Unternehmen auch eigene Ideen für das Rahmenprogramm, die SÜFFA-Specials, einbringen. Zur Auswahl stehen 2023 die Themenbereiche BBQ, Digitalisierung, Feinkost sowie „Wild & Jagd“.

„Die SÜFFA war für uns immer eine erfolgreiche Messe. Das wollten wir mit unserem Messeauftritt 2021 fortsetzen, und es ist uns gelungen. Der Samstag war ein Super-Tag. Wir stießen auf ein rundum interessiertes, kauffreudiges Publikum. Dabei stellten wir fest, dass etliche Besucher von weither kamen“, bestätigt Gerd Kunkel, Vertriebsleiter Deutschland, Albert Handtmann Maschinenfabrik die wachsende internationale Bedeutung der Fachmesse:

Für Michael Keck, Geschäftsführer von bfm Ladenbau ist die Messe ein Heim- und damit auch ein Pflichtspiel. „2021 wurden neue Ideen und Technologien stark nachgefragt, mit denen sich Metzger und Metzgerinnen von ihren Mitbewerbern abheben und



„Die SÜFFA war für uns immer eine erfolgreiche Messe.“

Gerd Kunkel

in bestem Licht präsentieren können. Wir hatten viele gute, konkrete Kontakte und waren sehr zufrieden.“

Die SÜFFA wird auch immer attraktiver für ein

internationales Publikum, das bestätigt Patrick Friederix, Verkaufsführer Deutschland bei Vemag Maschinenbau: „Bei den Besuchern 2021 herrschte eine gute Stimmung und wir konnten informative Gespräche in hoher Qualität führen. Besonders positiv fiel auf, dass Kunden aus Norddeutschland, Frankreich, Österreich, Litauen und aus der Schweiz hier waren.“ Weitere Informationen gibt es unter www.sueffa.de/2023.

„Wir hatten viele gute, konkrete Kontakte.“

Michael Keck



BESUCHEN SIE UNS!

EUROSHOP | DÜSSELDORF
26.02. – 02.03.2023
NEU: HALLE 14, STAND 14D39

INTERNORGA | HAMBURG
10.03. – 14.03.2023
NEU: HALLE B7, STAND B7.414

HAGOLA®

www.hagola.de



Live und auf YouTube

Bei der Neuauflage der größten Aus- und Weiterbildungsmesse „Berufsbildung“ in Nürnberg begeisterten Auszubildende und Profis an vier Tagen viele interessierte Schüler und Lehrer.

Über 250 Aussteller, gut 300 Berufe „live“, viele tausende Besucher: Auf der im dreijährigen Rhythmus stattfindenden Messe ließen es sich auch Bayerns Metzger Mitte Dezember nicht nehmen, ihre Berufsbilder an einem Stand, der mit Motiven der Nachwuchskampagne „Butcher's Tale“ des Landesinnungsverbandes bestückt war, zu präsentieren. Dort fanden bis zu 100 Gespräche statt. „Ein großer Schritt in die richtige Richtung“, bewertete Bernd Schmitt, Fachlehrer für Fleischer-Azubis am Beruflichen Schulzentrum in Fürth, das neue Konzept. Erstmals gab es keine „Gläserne Wurstküche“ und keinen Verkauf von Leberkäse & Co.

Stattdessen gestaltete man einen offenen Stand mit Fleischereimaschinen, Video-Screens und Fantasy-Figuren. „Gerade diese konträren Elemente lockten viele junge Leute an“, so Bernd Schmitt, „es kamen viele Mittel-, Realschüler und Gymnasiasten, die künftig lieber etwas Praktisches lernen möchten, und auch Lehrer. Wir wollten offen über unsere Berufe informieren, aber niemanden durch den Anblick von Fleischverarbeitung

abschrecken. Es hat funktioniert.“ Kutter, Wolf und Vakuumpfüller von K+G Wetter, Frey Maschinenbau und Vemag (zur Verfügung gestellt von der Fleischergenossenschaft Evonord) waren nicht in Betrieb, wurden aber von Fachleuten erklärt – und auf Tablets und Bildschirmen in Aktion gezeigt. Als Give-aways erhielten die jungen Besucher Körnerstangen mit Pfefferbeißern, die Fachlehrer Marcel Grabowsky mit Azubis in der Überbetrieblichen Ausbildung im Bildungs- und Technologiezentrum (BTZ) 2 der HWK für Mittelfranken in Nürnberg hergestellt hatte.

Zwei Azubis berichteten

Mit geplant hatten den Auftritt die Obermeister Willy Böbel (Mittelfranken-Süd), Konrad Ammon (Mittelfranken-Mitte) und Stefan Prütting (Erlangen), als Praxis-Profis stundenweise vor Ort waren daneben u. a. die Metzgermeister Max Ammon (Fürth) und Jürgen Reck (Möhrendorf) sowie Stefan Ulbricht.

„Ich will nicht nur reden, sondern anpacken!“

Laura Heiß

Doch wer kann Jugendlichen die Vorzüge eines Berufes besser nahebringen als Gleichaltrige? Fleischer-Azubi Nico Schmidt (Metzgerei Reck, Möhrendorf) und die angehende Fachverkäuferin Laura Heiß (Bild o. li.), erklärten, was zur Ausbildung gehört – vom Zerlegen über Theke Einräumen und Wurstfüllen bis hin zum Plattenlegen.

Laura Heiß, die nach dem Abitur ihre verkürzte Ausbildung begann und eine Fleischerlehre anhängen will, hatte bei einer Live-Schaltete von „Handwerkskammer-TV“ ihren großen Auftritt. Das Interview wurde aus der Werkstatt des BTZ 2 direkt in die Messehallen übertragen. Sie bezog dabei etwa auch Position zu „Fridays for Future“. Etwas nachhaltig zu verändern, sei im Handwerk gut möglich. Hier könne man mit großer Wertschätzung für Tiere und Kunden wirtschaften und gute, regionale Produkte garantieren. Man müsse

mehr Eltern klar machen, dass ihre Kinder nicht studieren müssten, um erfolgreich zu sein. Nach einer fundierten Ausbildung im Handwerk seien Meistertitel, Techniker-Fortbildung oder Studium attraktive Möglichkeiten. Gerade vom Praxisbezug könne jeder profitieren. „Leute, die etwas produzieren, sind wichtig“, findet sie. Sie könnte sich z. B. einen beruflichen Auslandsaufenthalt, eigenen Betrieb oder einen Hof mit Selbstvermarktung vorstellen. Und Marcel Grabowskys Appell lautete: „Macht Handwerk!“.

www.metzgerhandwerk.de/nachwuchs

Selbst Fachkräfte ausbilden

Mitte Dezember verabschiedete die Fleischerschule Augsburg über 40 erfolgreiche neue Meister/-innen und Verkaufsleiter/-innen in einen neuen Lebensabschnitt.

Mit dem traditionsreichen Satz „Hiermit spreche ich sie von Gesellen zu Meisterinnen und Meistern frei“, beendete der Vorsitzende des Meisterprüfungsausschusses, Robert Baur, die Feierstunde für die 35 neuen Meister/-innen im Fleischerhandwerk des 351. Kurses in der Fleischerschule Augsburg. Zugleich gratulierte er diesen sowie den neun Verkaufsleiterinnen und Verkaufsleitern im Ernährungshandwerk des 37. VL-Lehrgangs gemeinsam mit Schulleiter Anton Schreistetter und Vertretern der Handwerkskammer für Schwaben und des Fleischerverbandes Bayern zu den bestandenen Prüfungen und ihrem erfolgreichen Abschluss.

Stolz nahmen alle Absolventen und Absolventinnen ihre Meisterbriefe bzw. Schuldiplome in Empfang. Ebenso stolz auf seine – nun Ex-Schützlinge – war auch Anton Schreistetter. „Sie haben bewiesen, dass sie sowohl in der Produktion wie im Verkauf zu den



Besten unseres Handwerks gehören“, lobte er die Leistungen aller Kursteilnehmer. Zugleich forderte er sie dazu ausdrücklich auf, das Feuer im Fleischerhandwerk aktiv und leidenschaftlich an die nächsten Generationen weiterzugeben und auch selbst neue Fachkräfte auszubilden.

„Den Grundstein hierfür sowie für das erfolgreiche Führen eines eigenen Geschäftes haben sie mit ihrem Kurs hier gelegt. Wir sind dankbar, dass wir sie auf diesem Weg begleiten durften. Nun gilt es, das Erlernte in der Praxis umzusetzen. Dazu gehört es auch, sich

ständig weiterzubilden, neue Trends zu erlernen und nicht auf einem Wissensstand stehen zu bleiben. Ich bin sicher, der Weg nach Augsburg lohnt sich für Sie immer“, betonte der Schulleiter. Bereits Anfang Januar begrüßte das Augsburger Schulteam die Teilnehmer/-innen eines neuen Meisterkurses.

www.fleischerschule.de

Neuer Kurs: Fleisch- & Food-Coach

Fleisch, Falafel, Low Carb, glutenfrei, ballaststoffreich, basisch, immunfördernd?

Mit dem neuen, zweiwöchigen Kurs Fleisch- & Food-Coach kommt die Fleischerschule Augsburg diesen Ansprüchen nach.

Alles scheint heute in Sachen Ernährung möglich: Hauptsache, es schmeckt, ist spannend, gesund und klimafreundlich, sagen sich viele Verbraucher. Fleischereien spüren das nicht nur im Imbiss und im Partyservice. An den Bedientheken werden Fleisch und Wurst bewusster ausgewählt und vegetarischer Ersatz nachgefragt. Sicher ist: An den neuen Foodtrends kommt man nicht vorbei. Dennoch sollen Kernkompetenz und Alleinstellungsmerkmale bewahrt werden. „Fleischpairing statt Fleischverzicht“ lautet das ernährungsphysiologische Ziel. Zeitgemäße Verkaufsargumente für Fleisch und Wurst müssen her. Der Imbiss braucht frische Farben, neue Aromen und lukrative Ideen. Die wechselnden Ernährungsbedürfnisse der Kunden individuell zu berücksichtigen, erfordert Flexibilität in Produktion, Küche und Verkauf. Daher bietet die Fleischerschule Augsburg einen Kurs an, der alle diese Themen vereint: Fleisch- & Food-Coach (17. bis 28. April 2023).



Die Kompetenz, die genannten Aspekte umzusetzen, basiert auf spezifischem Ernährungs- und Lebensmittelwissen. In Theorie und Praxis vermittelt das diese Weiterbildung. Adressaten des Kurses sind Unternehmer/-innen, Fleischer/-innen, Verkaufs- und Küchenkräfte sowie alle, die sich mit dem Thema Ernährungs-Coaching beschäftigen. Anmelden auf der neuen Homepage: www.fleischerschule.de



Snack Star-Finale 2022

Erstmals mussten Auszubildende aus dem Fleischer- und Bäckerhandwerk sowie der Gastronomie ihr Können live im Finale der 11. Auflage des Nachwuchswettbewerbs Homann SnackStar in einem Branchen-Battle beweisen. Location: Kochbühne Osnabrück.

Drei Stunden lang herrschte in Thorsten Eickmanns Kochbühne Osnabrück in Bissendorf richtig Action: Es wurden Zutaten geschnitten, Gemüse gewaschen, Nüsse gehackt, Fleisch gebruzzelt, Teige geknetet, frische Kräuter aus dem Vertical Farming geerntet, die Snacks auf Tellern angerichtet und schließlich dekorativ garniert. In der schicken und neu eingerichteten Koch-Location bereiteten die beiden Duos aus dem Bäckerhandwerk und der Gastronomie sowie eine Fleischerei-Fachverkäuferin, die sich alle im Sommer in einem ersten Jury- sowie mehrwöchigen Online-Voting dafür qualifiziert hatten, ihre Snack-Kreationen (20 Portionen) zu und hatten zudem eine ihnen zuvor unbekannte Zusatzaufgabe zu meistern. Der jeweilige Final-Snack musste mindestens ein Homann-Produkt enthalten, für die Zu-

satzaufgabe stand den Azubis der gesamte Homann-Warenkorb zur Verfügung.

Wer kam ins Finale?

Alle Fünf sind im dritten Lehrjahr ihres Ausbildungsberufs zum Koch, Bäckerei- und Fleischerei-Fachverkauf und waren schon vor dem Finale die Besten ihrer Branche. Im

Die Jury

Thorsten Eickmann (Kochbühne Osnabrück), Catharina Politz, Simon Kolar, Caroline Bosselmann, Marco Theimer (Chefredakteur FH Fleischer-Handwerk), Michael Teodorescu (Chefredakteur 24 Stunden Gastlichkeit), Dirk Watzlawek (Chefredakteur Back Journal), Andreas Stark (Group Key Account Manager Business Development, Homann Feinkost)

Finale ging es nun um Gold, Silber und Bronze. Als Profi-Paten der Branchen standen die Fleischsommeliere Catharina Politz (Fleischer, Catharinas Tastings), „BoBo“-Inhaberin Caroline Bosselmann (Bäcker) und der Guerilla Chef-Gründer Simon Kolar den Azubis zur Seite. Nach der Zubereitung präsentierten diese ihre Kreationen in einem Kurzvortrag und standen der Jury professionell Rede und Antwort. Es traten an:

- **Fleischer:** Laura-Jane Weidig (19), Ausbildungsbetrieb: Fleischerei Friemann, Harsefeld, Jobelmann-Schule BBS1 (Stade); Snack-Kreation: „*Herzhafter Rhabarbertaler*“ (Homann: Snack Sauce Holland Classic Style)
- **Bäcker:** Seher Tekin (22) & Haiveen Jahwar (23), Ausbildungsbetriebe: Bäckerei Kamps, Bäckerei Hosselmann (beide Hamm); Elisa-



beth-Lüders Berufskolleg (Hamm), Snack-Kreation: „Kebab meets Stulle“ (Bild oben mitte; Homann: Snack Sauce Joghurt Knoblauch, Snack Sauce Paprika Frischkäse)

■ **Gastronomie:** Meric Gündüz (22) & Niko Adomeit (21), Ausbildungsbetrieb: St. Augustinus-Gruppe (Krefeld); Berufskolleg Glockenspitz (Krefeld); Snack-Kreation: „Asia Chicken Crunch Shell“ (Homann: Salat Mayonnaise)

Die Zusatzaufgabe

Zusätzlich galt es im Sinne eines nachhaltigen Handelns aus den bei der Snack-Zubereitung übrig gebliebenen Lebensmitteln einen ganz neuen Mini-Snack zu kreieren (20 Portionen), der sich deutlich vom Final-Snack unterschied: Laura-Jane Weidig („Heiße Herzen“), Meric Gündüz & Niko Adomeit

(„Fregola Risotto“) und Seher Tekin & Haiveen Jahwar („Gute-Laune-Rolle“).

Laura-Jane Weidig und Catharina Politz füllten einen herzförmigen Teigling mit Schinken, Käse und Rhabarber, kreierte ein Rhabarberkompott mit Schinken, Zitrone und Agavendicksaft und präsentierten ihn mit einem Honig-Senf-Dressing. Die Jury be-

Die Platzierungen

- 1. Platz (Gold):**
Seher Tekin & Haiveen Jahwar (69,5 Punkte) für „Kebab meets Stulle“
- 2. Platz (Silber):**
Meric Gündüz & Niko Adomeit (63,5 Punkte) für „Asia Chicken Crunch Shell“
- 3. Platz (Bronze):**
Laura-Jane Weidig (62,5 Punkte) für „Herzhafter RhabarberTaler“

wertete alle Snacks hinsichtlich der Kriterien Idee und Name, Optik und Geschmack sowie Zubereitung und Kalkulation. Danach standen die Platzierungen fest.

Hintergrund

2022 nahmen neun Berufsschulen aus fünf Bundesländern am Nachwuchswettbewerb SnackStar teil. 65 Teilnehmer*innen (60 % Fleischer, 30 % Bäcker, 10 % Gastronomie) sandten 40 Snack-Rezepte ein (Metzger: 21, Bäcker: 15, Gastronomie: 4). Beim Online-Voting wurden 9.458 Stimmen abgegeben. Ein Snack-Seminar mit einem Profi von Homann Foodservice gewann mit den meisten qualifizierten abgegebenen Rezepten die Berufsbildende Schule Westerbürg. Die Rezepte der Final-Snacks gibt es hier: www.homann-snackstar.de/sieger. **mth**



Beck Gewürze und Additive

Kulturen contra Keime

Fermentierte und gepökelte Fleisch- und Wurstwaren punkten durch handwerkliche Authentizität und Geschmack sowie ihre intensive Farbe. Um die Produktsicherheit zu gewährleisten, bietet sich der Einsatz von Starter- und Schutzkulturen an.

Traditionell hergestellte Fleischwaren stehen bei Verbrauchern hoch im Kurs. Dabei sollen keine Kompromisse in Authentizität und Sicherheit eingegangen werden. Ein Zwiespalt, da sich Hersteller oft zugunsten einer der beiden Attribute (authentisch oder sicher) entscheiden müssen. Entweder „traditionell“ oder „Clean Label“, aber dafür langwierig und häufig zu Lasten der Produktsicherheit. Oder industriell, mit erhöhtem Sicherheitsfokus, dafür aber weniger authentisch.

Die mikrobiologische Sicherheit von Lebensmitteln, vor allem der Schutz vor Listerien, spielt in der Fleischbranche eine große Rolle – nicht nur aufgrund einiger Lebensmittelskandale und daraus resultierenden verstärkten Kontrollen. Vor allem die Herstellung frischer Rohwürste (z. B. Pfefferbeißer) und streichfähiger Rohwürste (z. B.

Zwiebelmett oder Braunschweiger) ebenso wie die Herstellung von Rohpökelwaren bietet durch die nicht vorhandene Erhitzung einen optimalen Nährboden für unerwünschte Keime wie Listerien und Salmonellen. Vermehren sich diese Keime ungehemmt, führen sie schnell zu negativen Veränderungen in Aussehen, Geschmack sowie Geruch und damit letztlich zum Verderb. Nachfolgend werden einige ausgewählte Neuheiten vorgestellt.

Plus an Sicherheit

Für westfälische Mettenden, Kohlwurst oder andere Rohwurstspezialitäten bieten die *AVO-Werke* Starter-, Reife- und Schutzkulturen an. So sorgt etwa die ausgewogene Starterkultur Avo TopXpress laut Unternehmen nicht nur für die typische Säurebildung, sondern für eine schnelle Umrötung bei Farbstabilität und verbesserter Fett-haltbarkeit. Für Bio-Rohwurst eignen sich die Avo MC Starterkulturen, die eine schnelle und tiefe pH-Wert-Absenkung bewirken. Das Ergebnis: eine Bio-Wurst mit mild-ausgewogenem Aroma. Ohne Zusätze wie Glutamat oder Allergene kommen die Avo Würzmischung Debreciner free sowie Avo Pepperami für Pfefferknacker oder -beißer aus. Wer sich eine knackige Brühwurst im Eintopf wünscht, wird mit einer Wiener oder Bockwurst glücklich – ebenfalls ohne allergene Zusätze hergestellt mit Avo Bockwurst/Knacker free.

Auch im vielfältigen Sortiment von *Beck Gewürze und Additive* nehmen Starter- und Schutzkulturen eine wichtige Rolle ein. Der „Liebling im Verkauf“ ist Beck zufolge MicroStart BE 25, eine gefriergetrocknete Starterkultur für eine schnelle Fermentation schnittfester Rohwürste und Würstchen. Sie enthält einen bacteriocinbildenden Bakterienstamm zur Hemmung von Listerien, erzeugt laut Unternehmen eine schnelle Reifung sowie einen ausgewogenen Geschmack und sorgt für eine sehr gute Farbbildung und -stabilisierung. Als Allrounder fungiert MicroStart Taste, eine Starterkultur, basierend auf *Staphylococcus carnosus* mit hoher Salztoleranz. Sie rötet die Wurst schnell um und unterstützt das Fleischaroma. Geeignet ist sie für streichfähige und weiche Rohwurst, schnittfeste GDL-Rohwurst, Roh- und Kochpökelprodukte sowie Brühwurst. Mit einem Extra-Plus wartet schließlich MicroStart NoPor plus auf, eine Starterkultur aus den Stämmen *Lactobacillus sakei* und *Staphylococcus carnosus*. Sie fördert die Unterdrückung von Gärflöchern

in Kochpökelprodukten und unterstützt die Umrötung.

Listerien können sogar bei Kühlschranktemperaturen, Sauerstoffmangel oder anderen widrigen Umständen überleben.

Die Reifekultur Safe-Pro® EasyCure LC von *Chr. Hansen* kombiniert bedarfsgerecht die Mikroorganismenstämme *Staphylococcus carnosus*

sap, *Staphylococcus vitulinus*, *Lactobacillus curvatus* und *Debariomyces hansenii*. Jeder Stamm hat seine spezifische Paradedisziplin, in der er besonders leistungsfähig ist. Die Kultur eignet sich für die Herstellung unterschiedlicher Rohwürste und Rohpökelwaren. Interne und externe Versuchsreihen zeigten beim Einsatz in Coppa und Lachs-schinken eine schnellere, intensivere und zugleich stabilere Farbbildung im Vergleich zu entsprechenden Kontrollproben. Die Hefe



Frutarom Savory Solutions



Chr. Hansen



Moguntia Food Group

Debariomyces und die beiden Staphylokokken-Stämme erzeugen in ihrer proteolytischen und lipolytischen Aktivität Synergieeffekte. Dadurch wird die Geschmacks- und Aromabildung zusätzlich gefördert. *Lactobacillus curvatus* wirkt zudem säureregulierend. Die effiziente Kontrolle von *Listeria monocytogenes* ist maßgeblich *Lactobacillus curvatus* zuzuschreiben. Wird eine Rohwurst unter unüblichen kalten Bedingungen hergestellt, betreiben *Lactobacillus curvatus* und *Staphylococcus vitulinus* weiterhin ihren Stoffwechsel. Der kontrollierte Fermentationsverlauf unterstreicht die Effektivität. Trotz des im Vergleich zur Kontrollprobe geringeren pH-Wertes weist die Charge unter Verwendung von Safe-Pro® EasyCure LC im Vergleich ein milderes Geschmacksprofil auf. Das lässt sich auf die Fähigkeit der *L. curvatus*-Kultur, die Ausbreitung der unerwünschten Hintergrundflora zu unterdrücken, zurückführen.

Hürden schaffen

Um *Listerien* entgegenzuwirken, bietet *Frutarom Savory Solutions* unterschiedliche Schutzkonzepte an. Die Bitec® B-Range bietet Lösungen, die über die Wirkung einer normalen Starter- und Reifekultur hinausgehen. Die enthaltenen Milchsäurebakterien bilden spezifische Hemmstoffe, die das Wachstum von *Listeria monocytogenes* hemmen. Die Starterkultur Bitec® Starter B Mild & Fast sorgt bei Rohwurst auch bei niedrigen pH-Werten für ein mildes, harmonisches Fermentationsaroma. Die schnelle Absäuerung und die zusätzliche Schutzfunktion steigern die Sicherheit. In Rohpökelfleisch bildet die Reifekultur mit Schutzfunktion Bitec® Starter B Safe Cured

Durch die Anwendung von Starterkulturen lässt sich die Produktion standardisieren und damit sicher gestalten.

nicht nur eine stabile Pökelfarbe und ein charakteristisches Aroma aus. Sie verbessert auch den Hygienestatus und verhindert das potenzielle Wachstum von *Listerien*. Die Zusatzkultur Bitec® B Bacto Safe Plus reduziert diese Keime während des Fermentationsprozesses und wird zusätzlich zur gewohnten Reifekultur verwendet. So können Metzger ihre erprobte Rezeptur beibehalten, der bewährte Geschmack bleibt erhalten.

Im Rahmen eines Hürdenkonzeptes kombiniert die *Moguntia Food Group* Starterkulturen mit darauf abgestimmten Gütezusätzen, z. B. dem Frischhalter Frischin® ZM, sowie dazu passenden Würzungen mit dem Ziel eines optimalen Schutzes für die so hergestellten Wurstwaren. Die Starterkultur SaferStart® M8923 ergänzt konventionelle Kulturen, wird also nicht für sich allein eingesetzt, sondern stets in Kombination mit anderen Starterkulturen. Für Zwiebelmettwurst eignet sich das Kombi-Präparat mit pikanter Würzung M0910 das mit der Starterkultur M8929 ProtectStart® und M14550 Frischin® ZM zum Einsatz kommt. Die Starterkultur M8943 MildStart®FB-CA4, Frischin® ZM und die jeweils passenden Bessavit-Würzmischungen unterstützen die Herstellung von Teewurst oder Rohwurst-Pfefferbeißern. mth

Nützliche Links

www.avo.de / www.beck-gewuerze.de / www.chr-hansen.com
www.frutarom.eu / www.moguntia.com

Fotos: Frutarom Savory Solutions, Chr. Hansen, Moguntia Food Group

Sun[®] Products
 Vertriebs GmbH
 Parkstr. 21, 76131 Karlsruhe
www.sun-products.de



**Taste
the Tropics!**

Entdecken Sie unsere
neuen **SUN SPICE**
Variationen.





gibt es rund 100 halal-zertifizierte Produkte; auch die Bio-Range habe zugelegt. Alles in allem habe sich das Unternehmen trotz des schwierigen Umfelds der Corona-Jahre 2020 und 2021 weiterentwickelt und diese positiv abgeschlossen. Das hat auch einen anderen Grund: „Unsere Grundlagen des lokalen Einkaufs haben sich bewährt. Wir haben hier immer schon mehr europaorientiert agiert. Das kam uns zugute. Die Aufrechterhaltung der Produktion und des Versands waren so immer gewährleistet“, sagt er.

„Becksperience“ & mehr

Pioniergeist bewiesen in dieser Zeit auch Maximilian Beck und seine Schwester Meike Franz – beide seit 2022 in der Geschäftsführung – die die Online-Workshops „Becksperience“ entwickelten und zum Erfolg führten. An zwei Tagen im Herbst 2021 und an einem Tag im Frühjahr 2022 fanden in einem Nürnberger Filmstudio interaktive Workshops zu verschiedenen Themen, z. B. Kochschinken, Weihnachten oder Rohwurst, statt.

Rund 200 unterschiedliche Kunden erhielten dafür im Vorfeld Wurst- und Produktproben zugeschickt und hatten dann die Möglichkeit, via Videocall daran teilzunehmen und den Tipps der Beck-Experten zu folgen. „Wir hatten mit 30 oder 40 Teilnehmern

und Teilnehmerinnen gerechnet. Es war schließlich für alle Neuland: vor der Kamera zu stehen, ohne Drehbuch, alles interaktiv. Auch per Telefon gestellte Fragen haben wir live direkt beantwortet“, beschreibt Meike Franz die Situation.

2023 soll diese Form der Interaktion fortgesetzt werden. Eine weitere Aufgabe der Geschwister war die Entwicklung der Endverbraucher-Marke „Spice Invaders“, die nach einem Re-Branding im Dezember 2022 mit einem neuen Online-Shop live ging. Auch dafür stehen am Beckschen Firmenstandort in Schnaittach nach den Erweiterungen in den vergangenen Jahren weitere Neubauten an (Showküche, Nassproduktion, Kleinverpackung, Sozialräume etc.), die Ende dieses Jahres abgeschlossen sein sollen. „Wenn alles klappt, feiern wir im Sommer dann mit unseren Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen in einem der Anbauten unser Jubiläumfest“, blickt sie voraus.

mth

www.beck-gewuerze.de

Pionier für Geschmack

In diesem Jahr feiert Beck Gewürze und Additive 25-jähriges Bestehen. Was 1998 im Keller des Privathauses von Manfred und Manuela Beck begann, führen nun auch ihre Kinder Meike und Maximilian mit vielen kreativen Ideen fort.

An solchen Ideen hat es aber auch den Firmengründern nie gemangelt. Folgender Leitsatz fällt Besuchern dort vielleicht auch auf: „Leidenschaft für großartigen Geschmack, eine ordentliche Prise Pioniergeist und der starke Wille den Kunden die besten Produkte zu bieten“, ist im Besprechungsraum zu lesen. Ein echter Pionier ist das Unternehmen etwa bei der Bio-Ware: Seit 2007 gibt es die Marke „BeckBio“. Dazu zählen Marinaden, Gewürze, Produkte für die Herstellung von Kochschinken u.v.m. „Unser Bestreben ist es, nicht einer von vielen zu sein, sondern unserem Ruf voraus zu sein und wirklich Innovatives auf den Markt zu bringen“, betont Manfred Beck.

Und so entstanden im hauseigenen Technikum auch in den Corona-Jahren in allen Produktgruppen Neuheiten, von denen sich viele zu Bestsellern entwickelt haben, z. B. die Käse-Taler für den Grill. „Wir haben diese Zeit genutzt, um wirklich zu agieren statt nur zu reagieren, wie es im Tagesgeschäft oft passiert“, so der Firmenchef. Der Anteil der Gewürze und Mischungen sei leicht gestiegen, aktuell

„Wir versuchen, sehr kundenorientiert zu agieren, sie als Partner zu sehen und ihre Herausforderungen und Aufgaben gemeinsam zu meistern.“

Meike Franz

„Unbezahlbares Dokument“



34 Absolventinnen und Absolventen der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut erhielten im Dezember ihren ersehnten Meisterbrief.

Nach wochenlangem Lernen mit über 500 Unterrichtsstunden hieß es für die Jungmeisterinnen und -meister des 449. Kurses endlich: „Bestanden!“. „Für uns ein unbezahlbares Dokument“, wie es Absolvent Peter Meller aus Pulheim in seiner Dankesrede ausdrückte. Um diese für sie so wert-



volle Etappe zu erreichen, mussten sich die Kursteilnehmenden aus Deutschland und Österreich in allen theoretischen und praktischen Bereichen der Meisterausbildung fit machen – „von A wie Aufschnitt bis Z wie Zivilklage“, so die Geschäftsführende Gesellschafterin Barbara Zinkl-Funk. Florian Lang, Vorsitzender des Prüfungsausschusses der Handwerkskammer Niederbayern-Oberpfalz, betonte die komplexen Aufgabenstellungen, die die Prüflinge dabei lösen mussten: „Sie haben Tolles geleistet!“ Zugleich riet er, das Erlernete weiter auszubauen – nach dem Motto Leonardo da Vincis: „Armselig ist der Schüler, der seinen Meister nicht übertrifft.“

Als Kursbestener wurde Andreas Schabbing (Bild mitte) aus Heek in Nordrhein-Westfalen ausgezeichnet. Der 23-Jährige erhielt neben der Meisterurkunde, dem Schuldiplom und einer silbernen Anstecknadel mit dem „Meister-M“ ein Landshuter Buchskranzerl sowie Weiterbildungsgutscheine im Wert von über 150 € für Kurse an der Schule. Über eine besondere Ehrung freute sich auch der mit 18 Jahren jüngste Teilnehmer Michael Resch aus Langquaid (Bayern): Er wurde in die Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks aufgenommen. Im Namen der Klasse bedankten sich Erik Blahut, Michael Kothgasser, Peter Meller und Michael Resch bei den Dozierenden, Fachlehrern, Eltern und Freunden sowie dem gesamten BFS-Team für die Unterstützung.

Als „bunt gemischte Truppe“ hätten sich die Kursteilnehmenden „in dieses Abenteuer gestürzt“ und seien bis an ihre Grenzen gegangen – was sich letzten Endes aber ausgezahlt habe. Zum Abschluss bedankte sich Barbara Zinkl-Funk bei allen Absolventinnen und Absolventen „für das schöne Miteinander, die Zweibahnstraße aus Geben und Nehmen“. Sie rief dazu auf, der Branche treu zu bleiben, sich im Absolventenverband der 1. BFS zu vernetzen und Interessierte für eine Ausbildung zu begeistern: „Wir brauchen den Nachwuchs.“
www.fleischerschule-landshut.de

ENERGIE-KOSTEN SPAREN?

JA, das geht mit

FH
FLEISCHER-HANDWERK

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

PROFITIEREN SIE ALS ABONNENT VON UNSERER VORTEILSKAMPAGNE UND SPAREN SIE DEMNÄCHST BEI DEN ENERGIEKOSTEN.



KONTAKTIEREN SIE UNS GERNE!

Johannes Schuetze Vertriebs AG Süd (Zentrale)

Weidestraße 120b

22083 Hamburg, Deutschland

Telefon: +49 (0)40 – 8000 44 3000

Telefax: +49 (0)40 – 6558 42 16

Email: info@JohannesSchuetze.com

Internet: www.JohannesSchuetze.com



Gemeinsam mit ihrer Schwester und einem Auszubildenden bei der Nachwuchswerbung in der Nelson-Mandela-Schule in Dierdorf.



Die Burgmetzger

Botte, dieser Name steht seit Generationen im Herzen des Westerwaldes für exzellente Fleisch- und Wurstwaren. Wenige Meter von der Hartenfels Burgruine, dem Schmanddippen, gelegen, geht es nun Fleischermeisterin Luisa Botte (23) an, die Handwerkstradition ihrer Familie fortzusetzen.

Die Fußstapfen, in die sie tritt, scheinen größer nicht sein zu können. Schon ihr Urgroßvater Jakob und dessen Bruder Heinrich waren in der Region als Hausschlachter geschätzt. Es folgen ihre Großeltern Edgar und Alma, die die Metzgerei 1963 gründeten, ihr Onkel Dieter sowie Vater Markus Botte und Mutter Annette, die die Metzgerei seit 2003 führen. „Es ist einfach ein mega-abwechs-

lungsreicher Job“, sagt sie mit breitem Grinsen im Gesicht. „Ich bin flexibel einsetzbar, ob im Verkauf, am Kutter oder beim Zuschneiden“, ergänzt sie. Dabei war ihr Weg dorthin nicht grundsätzlich vorbestimmt. Nach ihrem Abitur 2018 studierte sie zwei Semester Lehramt, half aber schon immer in der Metzgerei mit und überraschte ihre Eltern dann mit ihrem Wunsch doch Fleischerin im eigenen Betrieb zu lernen.

Ihre verkürzte Ausbildung von September 2019 bis Juni 2021 schloss sie als Innungsbeste ab, wurde Kammer- und Landessiegerin in Rheinland-Pfalz und schließlich im Dezember 2021 beste Fleischermeisterin ihres Kurses an der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut. Im Sommer 2022 folgte der Betriebswirt im Handwerk an der HWK Koblenz, was dann noch in der Ehrung als Jahrgangsbeste 2021

Fotos: Theimer, Burgmetzgerei Botte



Nach zwei Semestern Lehramtsstudium überraschte Luisa Botte ihre Eltern mit dem Wunsch der Ausbildung zur Fleischerin – und wurde 2021 Beste aller Meisterkurse an der 1. BFS in Landshut.

der Meisterkurse der HWK Niederbayern-Oberpfalz gipfelte. „Doch bei alledem ist sie auf dem Boden geblieben und es macht uns doch stolz, dass sie sich so entschieden hat. Sie hat bewiesen, dass sie überall einsetzbar ist, was sehr gut für uns ist“, betont ihr Vater.

Den Namen Burgmetzgerei gibt es seit 1996, seit 1969 ist sie in Hartenfels angesiedelt. Zuvor war die heutige von der Verkaufsfläche her etwas größere Filiale im rund 20 km entfernten Ransbach-Baumbach der Stammsitz. Diese wird zweimal täglich beliefert. „Unsere Kunden, wissen wo sie uns finden – vom Handwerker bis zum Professor, vom Schulkind bis zum Rentner“, betont Markus Botte. Etwa 30 Beschäftigte, davon sechs in der Produktion, arbeiten bei den Bottes. Viele davon sind schon Jahre dabei, auch die Mitarbeiterinnen in der Küche, die für Mittagsgesichte „wie bei Müttern“ sorgen, z.B. Schweinegulasch mit Spätzle und Apfelmus oder Kohlrouladen.

Spanferkel & Nierengulasch

Den „Westerwälder Mittagstisch“ der Metzgerei schätzen nicht nur eilige Mittagskunden – vor allem in der Filiale – sondern auch viele Senioren in der Region, die ihn via Pflegedienst ausgeliefert bekommen. „Pro Tag sind das 70 bis 80 Mittagessen – wenn es Schweinshaxe gibt auch mal 100. Hinzu kommen 200 Liter Eintöpfe und Suppen pro Woche. Außerdem beliefern wir die Bedientheke eines Rewe-Marktes, einen Verkaufswagen sowie sechs

Kindergärten im erweiterten Umkreis mit Wurst für das Frühstück und Fleisch für das Mittagessen“, berichtet Luisa Botte.

Das Fleisch für die Spezialitäten stammt von Rinderhaltern im Umkreis von 50 km aus der Region Westerwald-Eifel-Taunus, Schweinehaltung ist im Westerwald nicht üblich. „Daher beziehen wir unser Schweinefleisch seit Jahren von der Erzeugergemeinschaft Temme aus dem Münsterland und sind damit sehr zufrieden“, sagt Markus Botte. Kälbchen schlachtet man noch selbst. Fleisch von 25 bis 30 Schweinen pro Woche sowie ein bis zwei Rindern wird verarbeitet. „Auch einen Dry-age-Reifeschrank haben wir seit 2021 – mit Spezialitäten von Limousin, Hereford oder Fleckvieh“, ergänzt Luisa Botte. Selbst auf dem Land wie bei ihnen habe sich eine Klientel dafür gefunden. „Wir produzieren mit Maß und Auge, fast täglich“, sagt sie. Bekannt und beliebt ist die Metzgerei nicht nur für ihre Hausmacher Wurst, von der es neben allerlei Fertiggerichten klassische Varianten in Dosen gibt und die Bestandteil von Präsentkörben sind, sondern auch für Spanferkel für 20 bis 200 Personen mit einem „Bett“ aus Hackfleisch, Erbsen und Möhren – egal ob für private Anlässe, Firmen oder Vereine. Nicht zu vergessen ist auch das Westerwälder Nierengulasch, der Topseller im Online-Shop.

Nachwuchs begeistern

Der vergangene November war für Luisa Botte auch spannend. Nach zwei Oktoberfest-Aktio-

Konzept

BURGMETZGEREI BOTTE – HARTENFELS

In dritter Generation geführter Familienbetrieb im Herzen des Westerwaldes mit Stammgeschäft und einer Filiale. Spezialist für Spanferkel, Hausmacher, Präsentkörbe, Westerwälder Schinken und Nierengulasch. Vierte Generation in den Startlöchern.

Erfolgsfaktoren

- Anspruch an Qualität
- Tradition und Moderne verbinden
- 100 % eigene Herstellung
- Flache Hierarchie und langjährige Mitarbeiter
- Wertschätzung und Weiterbildung

nen mit Weißwurst, Brezn und Bier mit ihrem Vater, präsentierte sie die fleischerhandwerklichen Berufe beim Berufs- und Schulinformationstag in der Nelson-Mandela-Schule in Dierdorf. „Transparenz durch Nachwuchsförderung“, sagt sie. Weitere solche Aktionen sind geplant. Zudem folgte sie der Einladung zum Casting der Nationalmannschaft der Fleischerhandwerks, das erstmals in der Fleischerschule in Augsburg stattfand – und sie ist dabei.

„Es gibt immer etwas zu verbessern: Betriebsabläufe, den Online-Shop, im Marketing, Organisation und einfach Einkaufserlebnisse für die Kunden zu schaffen“, skizziert sie zversichtlich einige Aufgaben ihres weiteren Weges. Es bleibt also spannend!

mth
www.burgmetzgerei-botte.de

Profi-Partner

- **Aufschnittsmaschinen:** Bizerba
- **Bandsäge:** Mado
- **Cliptechnik:** Tipper Tier
- **Füller:** Handtmann
- **Gewürze:** Moguntia, Raps, Hagesüd, Frutarom Savory Solutions (Gewürzmüller)
- **Kochkessel:** Fessmann
- **Kombidämpfer:** Rational, Eloma
- **Kutter:** Seydelmann
- **Pökelinjektor:** Rühle
- **Räuchertechnik:** Fessmann
- **Wolf:** Seydelmann



1



2



3

Ein echter Waterkant-Laden

Vom Hinterhofladen zum Dorfmittelpunkt: Mit ihrem neuen Laden erfüllten sich Geschäftsführerin Stefanie Mehring und ihr Mann Jan-Peter von Heino Mühlenbeck Fleischwaren einen langgehegten Wunsch.

Mühlenbecks Beste Grillwurst ist zwischen Cuxhaven und Bremerhaven weithin bekannt, der Laden von Heino Mühlenbeck Fleischwaren in Schiffdorf-Spaden war aber eher etwas für Ortskundige. Nach ein- einhalb Jahren Planung und einem halben Jahr Bauzeit präsentiert sich der Verkauf nun als Dorfmittelpunkt des 4.500-Einwohner-Ortes vor den Toren von Bremehaven. Geplant und gebaut wurde der 150 m² große Laden mit frischem Nahversorger-Sortiment von Aichinger.

Die Fleischerei Heino Mühlenbeck ist seit der Gründung 1908 am gleichen Ort gewachsen – Anbau um Anbau. Geblieben ist über Jahrzehnte der kleine Laden. An der Straße nur durch ein kleines Schild zu erahnen, führte der Weg durch einen schmalen Zugang zwischen zwei Häusern in den Hinterhof. Das Ladenge-

schäft direkt an der Ortsstraße war jahrzehntelang verpachtet: Lebensmittelladen, Getränkemarkt, Sonnenstudio, Lotto-Aannahme mit Poststelle. Geblieben ist davon nur der Briefkasten vor dem Eingang. Als die Inhaberin bat, altersbedingt den Pachtvertrag früher zu beenden, war dies für Stefanie und Jan-Peter Mehring der Anlass, sich den langgehegten Wunsch von einem „richtigen“ Laden zu erfüllen.

Das Unternehmen mit 50 Mitarbeitern ist breit aufgestellt. Es betreibt Großhandel, ein Catering und ein Mittagsgeschäft mit bis zu 400 Essen am Tag. Und es beliefert die Gastronomie sowie örtliche Kitas. Mit dem Direktverkauf im Laden wurden gut 20 % des Umsatzes erwirtschaftet. Die Farben Rot und Weiß prägen den neuen Laden. Nicht nur deshalb ist er an der Waterkant innerhalb weniger Wochen

zu einem Leuchtturm für das Fleischerhandwerk geworden – für die Bewohner aus dem Ort und Bremerhaven sowie Kollegen aus dem Umland.

Mehr Übersicht

Stefanie und Jan-Peter Mehring haben mit Aichinger intensiv geplant: Laufwege zur Bedientheke und am Counter für das Mittagsgeschäft optimiert, die SB-Frische-Insel mit verpackten Fleisch- und Wurstwaren, Obst und Gemüse positioniert und die Wandregale mit Dosen und Gläsern aus Eigenproduktion und Milcherzeugnissen einer kleinen regionalen Molkerei ergänzt. Die Verkäuferinnen und Verkäufer brachten sich in die Arbeitsplatzgestaltung der Theke und des rückwärtigen Bereichs zur Vorbereitung ein. „Zuvor war es sehr eng. Alle mussten sich aneinander vorbeizwängen

Fotos: Aichinger



4

1. Außen und innen hui! Mit ihrem neuen Laden avancierte die 1908 gegründete Metzgerei Mühlenbeck wieder zu einem echten Dorfmittelpunkt.
2. Die Rundtheke „AirMaxx“ und das halbrunde Element „MaxxPoint“ strukturieren die lange Bedientheke. Prägnant sind auch die roten Deckenleuchten.
3. Kreatives Trio: Stefanie Mehring, ihr Vater Gebhard Buck und ihr Ehemann Jan-Peter Mehring können zu Recht stolz auf ihren neuen Laden sein.
4. Appetitlich präsentiert: Grillspezialitäten in der Rundtheke „AirMaxx“.
5. Bis zu 400 Mittagessen täglich werden an der Heitheke „Gourmet“ ausgegeben.
6. Neben Fleisch und Wurst gibt es auch Obst und Gemüse im Laden.



5



6

und haben auf Tuchfühlung gearbeitet“, berichtet Stefanie Mehring. Vorher konnte das große Sortiment nur eingeschränkt oder wechselweise in der Theke angeboten werden, vieles wurde aus rückwärtigen Kühlschränken hervorgeholt. „Endlich sehen unsere Kunden, was wir alles im Sortiment haben. Viele waren erstaunt, was wir alles anbieten“, freut sie sich. Die Kunden sehen nicht nur mehr, sie kaufen auch deutlich mehr. Vor allem das, was im halbrunden Thkenelement „MaxxPoint“ und im runden „AirMaxx“ präsentiert wird.

Transparenz zählt

Auch an der Waterkant wird ganzjährig gegrillt. Daher wird den Kunden in der runden Theke Fleisch zum Grillen präsentiert. Nur präsentiert, denn das Fleisch wird aus nicht sichtbaren E2-Kisten einer rückwärtig positionierten Kühlanlage entnommen. Die Edelstahlanlage wurde von den Aichinger-Experten auf Maß gefertigt, um zwei Kisten in der Höhe zu lagern und ergonomisch aus der oberen entnehmen zu können. „Der Abverkauf ist zu stark. Wir können die Theke nicht ständig nachbestcken“, erklärt Jan-Peter Mehring. Er beobachtet mitunter das Geschehen hinter der Scheibe aus dem Vorbereitungsraum. Dort wird zerlegt

und portioniert. „Die Mitarbeiter haben alles im Blick, können schnell nachbestcken und an der Theke aushelfen“, beschreibt er. Die Produktion der Aufschnittplatten für das Catering wurde in den offenen Vorbereitungsbereich integriert.

Konzept

H. MÜHLENBECK FLEISCHWAREN – SCHIFFDORF-SPADEN

Seit 1908 bestehendes Familienunternehmen im Umland Bremerhavens. Produktion und Verkauf von Fleisch- und Wurstspezialitäten an Privatkunden, Handel und Gastronomie/Hotellerie. 50 Mitarbeiter. Seit März 2020 Spezialitäten aus Offenstall-Haltung.

Ladenbau

- **Partner:** Aichinger GmbH, Wendelstein, www.aichinger.de
- **Leistungen:** Beratung, Planung und Ausführung
- **Produkte:** 11 lfm Kühltheke Sirius®₃ mit 90 cm Auslage, AirMaxx, MaxxPoint, 1,25 lfm Theke Gourmet mit Wärmesystem Platte 64, TopSpot MIO+, Rckwandanlagen, Präsentation Handelswaren
- **Planung und Ausführung Licht:** we-shoplight

Schnitzel und Frikadellen gab es schon vor dem Umbau. In der Heitheke „Gourmet“ werden sie nun attraktiv in einer Schale auf dem Wärmesystem Platte 64 angeboten. Mit Erfolg: Nun wird deutlich mehr verkauft – neben dem starken Mittagsgeschäft. Zwischen 150 bis 400 warme Mittagessen werden vorportioniert in Menschalen verkauft – pro Tag.

Um die Kundenströme in Spitzenzeiten zu entzerren, wurde ein eigener Eingang geschaffen und die Heitheke freistehend von der Bedientheke positioniert. Die Aufenthaltsqualität im mit zehn Plätzen bestückten Verweilbereich ist hoch. Werde dieser nicht so gut angenommen, baue man das Nahversorger-Sortiment eben aus. Selbst gemachte Fleisch- und Wurstkonserven, Suppen und Soßen gab es schon zuvor. Ergänzt wird dies nun von den Topsellern, die im SB-Kühlregal „TopSpot Mio+“ angeboten werden. Eier, Kartoffeln, Gemüse und Obst gibt es an der Frische-Insel in SB. Bezahlen können die Kunden an der Bedientheke oder an einem Self-Check-Out.

Geblieben ist „Heinos Schweinestall“. Ein Sakrileg aus den Zeiten von Stefanie Mehrings Großvater. Die bunte Sammlung von Schweinen erhielt in einer schicken Vitrine ihren Logenplatz. www.muehlenbeck-fleischwaren.de

Hereinspaziert und inspiriert

Einkaufen als Erlebnis – eine der Devisen der Stadtfleischerei Lange in Schwerin. Das traditionsreiche Unternehmen setzt in seinen sechs Geschäften auf eine einladende Atmosphäre und breite Produktauswahl.

Angenehmes Licht, harmonische Farben und eine moderne Theke lassen erahnen, dass hier guter Geschmack nicht nur auf Wurst zutrifft. Uwe Lange sagt: „Uns ist es wichtig, dass die Kunden gern unsere Läden betreten. Das Einkaufen soll ihnen Spaß machen. Und sie sollen sich darauf verlassen können, hier bei uns gute und schmackhafte Ware zu bekommen – und auch immer mal neue Ideen.“ Zum Beispiel mit den Grillseminaren, die Sohn Thomas Lange, Fleischermeister und außerdem Fleischsommelier, anbietet. Als „Bosse und Lange“, mit dem Eventkoch Marko Bosse, veranstalten sie solche Events, vermarkten dazu eigene passende Gewürze und Whisky. Und haben viele Pläne. Die Kundschaft darf gespannt sein.

Im Team

Vater Uwe Lange und Sohn Thomas sind ein eingespieltes Team. Täglich arbeiten sie mindestens anderthalb Stunden gemeinsam am Schreibtisch, beraten und diskutieren. Generationswechsel schrittweise. Uwe Lange sagt: „Ja, diese gemeinsame Zeit ist wichtig, denn unser Sohn wird nach und nach immer mehr Arbeiten übernehmen. Aktuell ist es so, dass er die Filialen verantwortet. Jeden Tag, wenn er mit seiner Arbeit in der Produktion fertig ist, kümmert er sich darum und ist dort vor Ort.“

Die Stadtfleischerei Lange betreibt sechs Geschäfte und einen Imbiss. Alle Geschäfte bieten Mittagstisch inkl. Sitzbereich, die beiden großen Filialen mit jeweils rund 50 Sitzplätzen. „Etwa 85 % der Produktion ist eigener Absatz“, sagt Uwe Lange, „der Rest ist Großhandel und Lohnarbeit.“ Das sei ein gutes Verhältnis, denn erstens seien die Produktionsräumlichkeiten begrenzt und zweitens bringe die Zusammenarbeit mit großen Partnern oftmals Schwierigkeiten. „In unseren eigenen Ladengeschäften können wir schneller reagieren und die Preise allein gestalten“, betont er.



Im Fokus

Die Produktion befindet sich am angestammten Standort innerhalb der Stadt Schwerin – seit 1878. Zwei angrenzende Grundstücke konnten dazugekauft werden, u.a. 2018 für die Küchenerweiterung. „Auch wenn wir den Partyservice reduzieren mussten, ist unser Küchenteam doch sehr ausgelastet, nicht nur mit dem Mittagstisch, sondern auch mit der Zubereitung von Konserven.“ Im vergangenen Jahr haben sich die Langes entschieden, den Partyservice um 50 % zu reduzieren, „Wegen des Personalmangels“, sagt Uwe Lange, „wir möchten, dass uns unser Küchenteam erhalten bleibt. Und nicht wegen zu vielen Überstunden und Samstagarbeit unzufrieden werden würde.“ Außerdem seien eben Fleisch, Wurst und Mittagstisch das Kerngeschäft der Stadtfleischerei Lange.

Konzept

STADTFLEISCHEREI LANGE – SCHWERIN

Alteingesessene Fleischerei mit sechs Geschäften und einem Imbiss. Familienbetrieb. Fokus auf eigenem Verkauf, dafür weniger Großhandel. Erlebnisorientierter Einkauf für die Kundschaft.

Erfolgsfaktoren

- Beharrlichkeit und Ausdauer
- „Alles steht und fällt mit den Mitarbeitern.“
- Hohes Qualitätsbewusstsein
- Weiterentwicklung in allen Bereichen
- Hilfe in Anspruch nehmen

Profi-Partner

- **Bandsäge:** Bizerba
- **Cliptechnik:** Tipper Tie
- **Entschwarzer:** Maja Maschinenbau (by Marel)
- **Füller:** Handtmann
- **Gewürze:** Van Hees, AVO-Werke, Hela, Wiberg
- **Kutter:** K+G Wetter
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Ladenbau:** Aichinger
- **Pökelinjektor:** Rühle
- **Räuchertechnik:** Schröter Technologie
- **Spültechnik:** Hobart
- **Wolf:** K+G Wetter
- **Vakuum-Verpackungslinie:** Variovac

In der Küche werden neben den Mittagsgereichten Konserven produziert. „Die werden sehr gut nachgefragt,“, sagt Uwe Lange, „aber das ist natürlich auch viel Arbeit.“ Produziert werden Klassiker, z. B. Rinderrouladen, Hühnerfrikassee, gefüllte Paprikaschoten, Königsberger Klopse. „Wir geben drei Monate MHD. Das sind ja keine Vollkonserven – wir haben festgestellt, dass dann der Geschmack leiden würde.“ Die Fleischerei beschäftigt 75 Mitarbeitende, davon arbeiten sechs in der Küche und elf in der Produktion.

Im Austausch

„Man kann nicht alles können“, sagt Uwe Lange und tauscht sich auch deshalb gelegentlich mit seinem Betriebsberater aus, „der Blick von außen ist wichtig.“ Auch der Austausch mit Kollegen sei für ihn wertvoll. Zweimal jährlich nimmt er an organisierten und fachlich begleiteten Treffen als eine Art Erfahrungsaustausch teil, „das ist kein Schulterklopfen, sondern sind offene Diskussionen, die mich weiterbringen.“

Was der Stadtfleischerei Lange unter anderem einen guten Namen machte, sind die Produkte. Wie die Rohwurst: Mit 20 Sorten, als frische und Dauerrohurst, in stets gleicher Qualität, auch im Sommer und Winter, habe er sogar schon erstaunte Blicke seiner Kollegen geerntet, verrät Uwe Lange. Auch die Rohschinken seien ein Steckenpferd der Fleischerei. Der Blick in den Reiferaum verrät: grober schwarzer Pfeffer gehört dazu, „Nein, ist kein Geheimnis“, Uwe Lange lacht, „aber Geschmack!“

Qualität zählt, keine Frage. Das betrifft auch die Rohstoffe. In Mecklenburg-Vorpommern



Uwe und Thomas Lange sind ein eingespieltes Team und halten die Qualität der Produkte hoch.

und Brandenburg gibt es nur einen Schlachthof, betrieben von Vion. Schweinefleischqualität sichert sich die Fleischerei seit dem Frühjahr 2021 über die Fleischereinkauf-Genossenschaft aus Rostock, die ein Regionalprogramm mit dem Schlachthof entwickelte. „Mit Schweinefleisch von Bauern, die wir kennen. Die Bauern erhalten einen Aufschlag, damit sie die gewünschte Qualität liefern können. Wenn mal etwas nicht passen sollte, kann ich den Bauern einfach ansprechen. Das ist mir wichtig. So können wir Regionalität bewahren und vor allem: gute Qualität bekommen.“ **Heike Sievers**
www.stadtfleischerei-lange.de



Filiale ohne Personal

Seit Ende November 2022 können Kunden der Metzgerei Hack im Freisinger Stadtteil Lerchenfeld 24 Stunden und sieben Tage die Woche in einer Filiale einkaufen, mit der Metzgermeister Steffen Schütze erneut Pionierarbeit im Metzgerhandwerk leistet.



Gemeinsam mit dem Planungsspezialisten Peter Obermeier aus Atting, dem Ladenbauer Schrutka-Peukert und Michael Kimmich, Geschäftsführer von Smartstore24, entwickelte Steffen Schütze seine Idee weiter. Der Standort: die Fläche dreier Parkplätze im Gewerbegebiet Erdinger Straße in Freising-Lerchenfeld, einem Stadtteil ohne Metzgerei.

Mit RFID-Technologie

In gut frequentierter Nachbarschaft von Tankstelle, Rofu-Kinderland, Discounter, Drogerie, Getränkemarkt etc. steht er nun, der „Smartstore Hack 24“. Die Basis ist ein 7 m langer und 3 m breiter, rot-schwarzer Büro-Container, der vom Ladenbauer gestaltet sowie um ein RFID-System und die Hack-Logos ergänzt wurde. „Etwa 80.000 € habe ich investiert – weit weniger als für eine normale Filiale“, rechnet Steffen Schütze vor.

Links in den Regalen gibt es regional erzeugte Waren wie Nudeln, Eier, Honig, Kaffee, Craft-Bier und Milchprodukte, um sich von anderen Händlern im Umfeld abzuheben. In zwei dreitürigen Kühlschränken und einem ebenfalls dreitürigen Tiefkühlschrank liegen Fleisch- und Wurstwaren, Convenience, Dry-aged-Fleisch, TK-Burger-Patties und andere Hacksche Metzgerspezialitäten. Der Vorteil gegenüber einem „normalen“ Verkaufsautomaten: „Jedes Produkt wird einzeln ausgewogen und muss nicht immer grammgenau sein“, sagt er. Dank der installierten Warenwirtschaft kann er den Warenbestand via Computer jederzeit einsehen – und weiß dank dreier Kameras und Info-Mail, wann ein Kunde oder eine Kundin hier einkauft.

Auf jedem Produkt gibt es neben dem normalen Etikett ein Fähnchen-Etikett mit integriertem RFID-Mini-Chip – die Voraussetzung für das Bezahlen. Wer einkaufen möchte, registriert sich auf der Hack24-Website mit Kundendaten und einer Bezahlart, z. B. Kre-

Mehrfach war der 41-Jährige in den vergangenen zehn Jahren einer der ersten, wenn es darum ging, etwas anders zu machen und damit erfolgreich zu sein: mit dem Verkaufsautomaten „Schlemmer-Box“, dem Weißwurst-Burger, der Vorbestell- und Abhol-App, kreativen Social Media-Kampagnen etc. „Wenn ich eine Idee habe, muss ich sie so schnell wie möglich umsetzen. Acht Wochen nach der Idee feier-

ten wir mit unserem Smartstore Hack 24 Eröffnung“, berichtet er. Über Max Schreder von Vorbestell-App kam er in Kontakt zum Metzgerkollegen Bernhard Hermann aus der Metzgerei Bötl in Kirchheim bei München und so mit dem jungen Unternehmen Smartstore24, einem Spezialisten für autonomes Verkaufen. Die Metzgerei Bötl hatte 2022 dessen Smartstore-Konzept im Laden integriert, um personelle Engpässe zu meistern.



Echte Teamwork: Trotz eines straffen Zeitfensters war die Zusammenarbeit aller sehr gut.



ditkarte, und bekommt einmalig einen persönlichen QR-Code auf's Smartphone, der die Tür öffnet. Der Kunde nimmt die Waren, kommuniziert den QR-Code via Smartphone am QR-Code-Leser an der Kasse und legt sie in den Registrierboxen-Bereich rechts daneben. Dort erkennt die darunterliegende RFID-Technologie das Produkt, der Rechnungsbetrag erscheint auf dem Bildschirm und der

Kunde bestätigt den Kauf per Button. Mit der Zahlung erhält dieser die Rechnung per Mail – alles das dauert wenige Minuten. Für eventuelle Probleme gibt es eine Notfall-Telefonnummer.

Smartstore mit Ambiente

„Bisher kommt Hack 24 sehr gut bei den Kunden an, nicht nur den Lerchenfeldern“,

sagt Steffen Schütze. Er hat sich bewusst für Schrutka-Peukert entschieden. „Die Zusammenarbeit aller Beteiligten war trotz straffem Zeitplan sehr gut. Ich wollte auch hier eine hohe Wertigkeit und ein gewisses Ambiente haben: flexible Möglichkeiten der Gestaltung, eine Beleuchtung, die Kunden anlockt etc.“, betont er.

Auch für Schrutka-Peukert besitzt dieses Projekt Pioniercharakter – eine Weiterentwicklung der klassischen SB-Theke in einer modernen Form, die auch ohne Fachkräfte im Verkauf funktioniert – erweiterbar etwa mit einem Grillplatz, Sichtschutz oder Photovoltaik-Anlage auf dem Dach in der Stand-alone-Variante. „Bald wird es in den Kühl-schränken einen Bereich nur für vorbestellte Waren geben. 2023 wird der Parkplatz vor dem Shop überbaut. Dann zieht er ggfs. in entstehende neue Geschäftsflächen und der jetzige findet an einem neuen Standort Kunden“, ist sich Steffen Schütze sicher. **mth** www.schrutka-peukert.de, www.smartstore24.de www.metzgerei-hack24.de

FLEISCH IST SCHÖN!

Cuts-Plakate/Poster in DIN A1, A0 und auf Leinwand

Ob als Lehrplakat in der Wurstküche oder als äußerst dekorativer „Hingucker“ in Ihren Verkaufsräumen: Mit diesen Plakaten setzen Sie die Fleischcuts von Rind, Schwein und Wild ästhetisch und appetitlich in Szene.



Scan me

Bestellung im Internet:
www.blmedien.de/plakate

Made by
carneo®



Der Name Fessmann ist weltweit im Kontext mit Anlagen zum Räuchern, Trocknen, Kochen, Reifen und Kühlen von Lebensmitteln bekannt. Das Unternehmen befindet sich sowohl im Lebensmittelbereich als auch bei der eigenen Arbeitsorganisation im Umbruch.



Wandel auf Augenhöhe

Die Firma Fessmann gibt es schon seit knapp 100 Jahren“, berichtet Vertriebsmanager Denis Gabriel. 1924 gegründet, wird es heute in dritter Generation von seinem Schwiegervater Ulrich Fessmann geführt. Weltweit ist es in 72 Ländern aktiv. „Wir haben einen Exportanteil von beinahe 80 %.“ Doch auch das Handwerk spielt weiterhin eine große Rolle. „Schon von Beginn an hatte unser Gründer Wilhelm Fessmann einen sehr engen Kontakt zu den Metzgern hier in und rund um Winnenden“, sagt er. Der Ingenieur half den Metzgern, ihr Handwerk zu industrialisieren. Noch heute sitzt das Unternehmen in Winnenden und auch der Großteil seiner Zulieferer und Kunden sind vor Ort. „Dementsprechend kurz sind unsere Lieferwege“, ergänzt er. Ein weiterer Vorteil der Region: viele Hochschulen und ein großer Pool gut ausgebildeter Fachkräfte.

Hierarchien abgeschafft

Obwohl Fessmann ein traditioneller Familienbetrieb ist, sind große Veränderungen im Gange. Vor drei Jahren begann das Unternehmen damit, sich mit der eigenen Arbeitsorganisation auseinanderzusetzen. „Die Art der Zusammenarbeit muss flexibel sein und sich schnell anpassen können. Nur so kann auf die Komplexität am Markt reagiert werden“, sagt Denis Gabriel. Man habe gemerkt, dass das nicht mit üblichen Hierarchiestrukturen funktioniert. „Es gibt noch einen Geschäftsführer,

alle anderen Mitarbeiter*innen sind in Teams aufgestellt. Es gibt keinen technischen Leiter oder Betriebsleiter mehr, das machen die Teams unter sich aus, da sie das viel besser einschätzen können“, sagt Denis Gabriel. Alle duzen sich – vom Geschäftsführer bis zu den Auszubildenden. „Ein kleiner Schritt, er zeigt aber, dass alle auf einer Augenhöhe sind. Es herrscht nun ein viel lockererer, familiärer Umgang.“ Die Erneuerung der Arbeitsorganisation sei ein kontinuierlicher Prozess, der eigentlich kein konkretes Ziel hat. „Natürlich könnte man sagen: Wir haben hier den Einkauf, dort den Vertrieb, da die Elektrik- und



Denis Gabriel und Ulrich Fessmann (r.)

die Softwareabteilung. Aber wenn wir bei steigender Komplexität der Maschinen und Abläufe reibungslos arbeiten wollen, funktioniert das nicht im Schubladendenken“, betont er. „Wir müssen uns so flexibel aufstellen, dass wir den Kundenanforderungen gerecht werden und zugleich den Spaß an der Arbeit nicht verlieren. Das ist dann der Fall, wenn die

Mitarbeiter*innen mitentscheiden dürfen. Wenn ich Entscheidungen tragen darf, Verantwortung bekomme und in einem Team arbeite, in dem ich mich wohlfühle.“

Nachhaltig räuchern

„Räuchern ist grundsätzlich ein Verbrennungsprozess. Dabei werden umweltschädliche Stoffe ausgestoßen“, erklärt er den Vorgang in den Anlagen. „Deshalb ist es für uns wichtig, diese Schadstoffe im Rauchgas herauszufiltern, bevor sie in die Luft gelangen.“ Unlängst wurde ein Bundesgesetz zur Regulierung des Schadstoffausstoßes bei thermischen Anlagen verabschiedet. Mithilfe eines neu entwickelten Nachverbrenners, einer Anlage, welche die belastete Luft in einem dreistufigen Prozess reinigt und so die Emission verringert, gelang es dem Unternehmen, den Ausstoß des Kohlenstoffgehaltes bei den Räucheranlagen auf unter 20 mg/m³ zu senken. Auch was das Konsumverhalten der Endverbraucher betrifft, sind Veränderungen spürbar: „Unsere Anlagen sind vor allem im wurst- und fleischverarbeitenden Gewerbe im Einsatz“, sagt er. „Aber Nachhaltigkeit wird ein immer größeres Thema und da hat das Thema Fleischkonsum aktuell keinen leichten Stand. Doch mit nachhaltiger Landwirtschaft, weniger, aber dafür qualitativ hochwertigerem Fleisch und besserer Wurst, werden auch in den nächsten Jahren das Handwerk und damit unsere Kunden gestärkt.“

www.fessmann.com

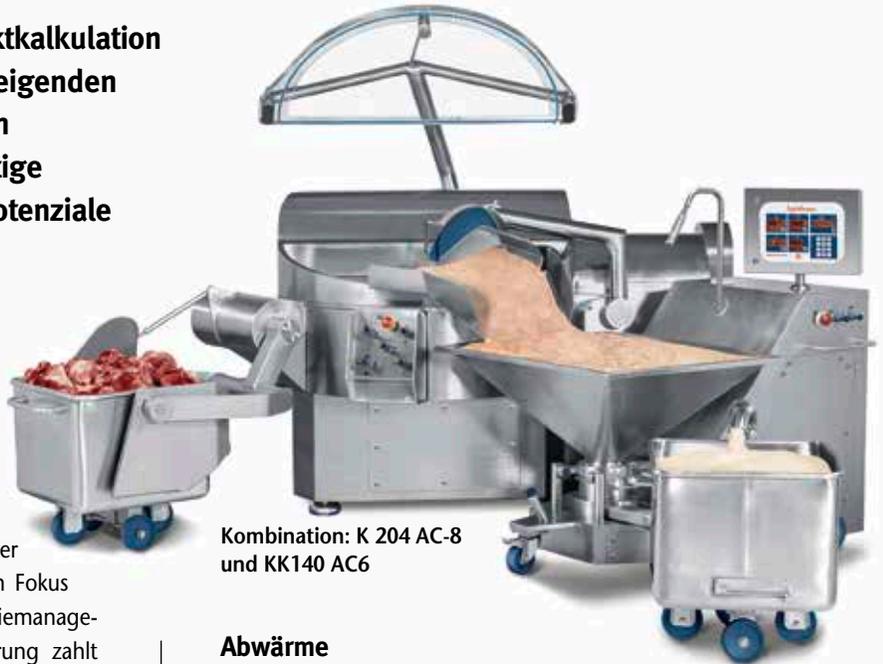
Effizient und nachhaltig

Die Energiekosten spielen in der Produktkalkulation eine immer größere Rolle. Bei rasant steigenden Kosten schmelzen die Gewinnmargen im gleichen Tempo. Effiziente und nachhaltige Produktionstechnik hilft dabei Einsparpotenziale zu erkennen und zu nutzen.

Es ist Zeit, Produktionsmittel und -verfahren auf den Prüfstand zu stellen. So lassen sich Preissteigerungen abfangen und eine Weitergabe an die Kunden – mit dem Risiko sinkenden Absatzes – vermeiden. Zudem rückt das Thema Nachhaltigkeit und damit auch der Energieverbrauch in der Produktion zunehmend in den Fokus von Verbraucher und Finanzierungsgebern. Ein Energiemanagementsystem (EMS) inklusive entsprechender Zertifizierung zahlt sich auf vielen Ebenen aus. Es wertet das Image auf und trägt zur besseren Ausgangslage in Bezug auf Absatz, Arbeitsmarkt und Finanzierung bei. Seine eco+ Modellreihe hat Seydelmann unter Einbezug aller verbrauchsrelevanter Bereiche entwickelt.

Frequenzgeregelter Antriebe

Eine Modernisierung von Produktionsmaschinen bietet dann ein gewaltiges Einsparpotenzial, wenn dort noch alte Antriebskonzepte verbaut sind. Durch den Einsatz von Energieeffizienz-Motoren und Frequenzumrichter sind, bei höherer Qualität des Endproduktes, Energieeinsparungen von bis zu 40 % möglich. Diese ergeben sich dank geringerer Anschlussleistungen und der Vermeidung von Einschalt- und Umschaltstromspitzen. Ein weiterer positiver Effekt frequenz geregelter Antriebe sind variabel-einstellbare Drehzahlen und damit exakt abgestimmte Schnittgeschwindigkeiten.



Kombination: K 204 AC-8 und KK140 AC6

Abwärme

Vereinfacht betrachtet setzen elektrisch betriebene Motoren Strom in Bewegung und Wärme um. Zwar liegt der Wirkungsgrad von Elektromotoren in Maschinen bei bis zu 98 %, doch auch die übrigen 2 % führen zu einer Erwärmung der Produktionsräume und höherem Energieverbrauch der Kühlanlagen. So gibt etwa ein 100 kW-Motor mit diesem maximalen Wirkungsgrad immer noch 2 kW Wärmeenergie ab, gegen die die Klimatechnik dann arbeiten muss. Abhilfe schafft die Abführung der warmen Abluft nach außen oder der Einsatz wassergekühlter Motoren. Wärmetauscher stellen die abgeführte Motorwärme für andere Produktionsbereiche oder Prozesse zur Verfügung, in denen Wärmebedarf besteht.

Produktionstechnologie

Technologische Prozessveränderungen sind stets eine Einzelfallbetrachtung, bieten aber enorme Einsparungspotenziale. So sind etwa durch die Nutzung einer Schneidtrommel anstelle klassischer Schneidsatzteile im Wolf Energieeinsparungen von bis zu 50 % erreichbar. Es kann sinnvoll sein, Brühwurst mit einer Kombi aus Kutter und Konti-Kutter zu produzieren, um Maschinenlaufzeiten und so den Energieverbrauch um bis zu 45 % zu senken. Automatische Maschinensteuerungen, wie die AutoCommand-Serie, zeichnen alle relevanten Daten, wie Stromaufnahme und Energieverbrauch auf, unterstützen so das Energiemanagementsystem und helfen bei der Identifizierung und Verbesserung energieintensiver Prozesse und Produkte.

Die eine Lösung für jeden Kunden gibt es nicht. Daher ist es wichtig, jede Situation genau zu bewerten. Kunden und Interessenten bietet Seydelmann eine individuelle Beratung zur Energieeinsparung an. Dabei werden diese und der gesamte Produktionsprozess durchleuchtet, um kurz-, mittel- und langfristig umsetzbare Maßnahmen zu identifizieren.

www.seydelmann.com



Energie-autark dank Speicher

Das Energiesystem, mit dem Thomas Eisele seine Metzgerei in Ostrach komplett autark versorgt, ist seit April 2022 in Betrieb. Schon 2015 hatte er den Grundstein für die Selbstversorgung mit Energie gelegt – unter anderem mit einem Stromspeicher.



Das Energiesystem der Metzgerei Eisele besteht aus drei Photovoltaik-Anlagen mit 115 kWp, einem Blockheizkraftwerk, einem E-Auto samt mehrerer, auch öffentlich zugänglicher Ladesäulen und zwei Speichern mit Pacadu-Technologie. Unten die Trucks.



„Das System in seiner ersten Zusammenstellung hat sich sogar besser gerechnet als gedacht.“

Thomas Eisele

Daher gehört Thomas Eisele zu den Vorreitern im Umgang mit erneuerbaren Energien und Stromspeichern: Schon 2015 hatte er ein System aufgesetzt und installiert, das unter anderem Photovoltaik-Anlagen und einen Pacadu-gesteuerten Stromspeicher umfasste. Damit erreichte er mit seinem energieintensiven Unternehmen bereits einen Autarkiegrad von etwa 70 %. Das genügte ihm aber nicht: Seine Erfahrung bestätigt ihm, dass Solarstrom das Richtige ist. Sein Speicher funktionierte immer einwandfrei, sodass er die vollständige Unabhängigkeit vom öffentlichen Netz anstrebte.

Dieses Ziel hat er nun erreicht. Sein Energiesystem besteht heute aus drei Photovoltaik-Anlagen mit 115 kWp, einem Blockheizkraftwerk, einem E-Auto samt mehrerer, öffentlich zugänglicher Ladesäulen und zwei Speichern mit Pacadu-Technologie. Besonders Augenmerk legte der Metzgermeister auf den Ausbau der Speicherkapazität: Denn die Photovoltaik-Anlagen hatten oft mehr Energie produziert, als der zuvor bestehende Stromspeicher fassen konnte. Zugleich kam

der Speicher im Laufe des Tages regelmäßig an seine Kapazitätsgrenzen – auch unter Ausnutzung des gesamten Arbeitshubes. Denn nachts benötigen die Kühl-Lkws, die tagsüber als mobile Metzgereien auf Wochenmärkten

im Einsatz sind, Strom zur Kühlung; morgens laufen in der Großküche Maschinen, die viel Strom abnehmen: Kombidämpfer, Kutter und Spülmaschine ziehen jeweils über 20 kW – zum Teil sogar gleichzeitig. Um die gewonnene Energie bestmöglich zu nutzen, integrierte er einen weiteren Stromspeicher in sein System. Beide Speicher zusammen bringen es auf eine Kapazität von 214 kWh und eine Leistung von 90 kW. Fast nebenbei wird auch noch sein E-Auto mit Strom betankt, womit das Speichervermögen im System auf 304 kWh wächst.

Offene Schnittstellen

Bei der Entscheidung, welcher zusätzliche Speicher ins System integriert werden soll, waren für Thomas Eisele zwei Argumente ausschlaggebend: Erstens war er mit seinem bestehenden Stromspeicher mit Pacadu-

Technologie zufrieden, was dafür sprach, dabei zu bleiben. Zweitens musste sich der Speicher in eine übergeordnete Steuerung einbinden lassen, was mit dieser Technologie problemlos möglich ist und von Hersteller ASD unterstützt wird: „Ein Stromspeicher steht nicht im luftleeren Raum, sondern ist meist eine mehrerer Komponenten. Uns ist es deshalb wichtig, dass die Pacadu-Technologie nicht nur für sich alleine funktioniert, sondern gleichzeitig die notwendige Offenheit mitbringt, um sie reibungslos zu integrieren“, erklärt Jürgen K. Heller, Leiter Vertrieb & Marketing bei ASD.

Der neue Pacadu ist mit den anderen Komponenten des Energiesystems an die übergeordnete Steuerung angebunden. Zuvor bediente Thomas Eisele sein System manuell und wechselte – je nach Wetterlage, Energieausbeute und -bedarf – zwischen verschiedenen Profilen. Via Tablet oder Smartphone hat er von überall Zugriff und so stets den Überblick. Bei Lastspitzen oder wenn nicht genügend Sonnenstunden für die Photovoltaik-



Jürgen K. Heller, Leiter Vertrieb & Marketing bei ASD (li.) und Thomas Eisele (re.).

Anlagen zusammenkommen, steuert das zum System gehörende Blockheizkraftwerk mit 160 kVA Energie bei. Die Anbindung an das öffentliche Netz ist lediglich noch letzte Reserve bzw. wird von der Steuerung als Notstrom-Versorgung geschaltet. Basierend auf seiner jahrelangen Erfahrung ist Thomas Eisele zuversichtlich: „Alles funktioniert ge-

nauso wie geplant: Wir haben keinen Strom vom Netz gebraucht. Zwar hatten wir in den ersten Monaten überdurchschnittlich viele Sonnenstunden, aber dank der dazugewonnenen Speicherkapazität gehe ich davon aus, dass wir auch in der Winterzeit und in Schlechtwetterphasen praktisch unabhängig sind und nur in Ausnahmefällen Strom vom Netz beziehen müssen.“

Besser als gedacht

Pioniere betreiben ihre Projekte oft als Liebhaberei. Doch Thomas Eisele hatte auf seine Ausrüstung von Anfang an einen unternehmerischen Blick: Als sein erstes Energiesystem 2015 in Betrieb ging, kalkulierte er mit einer Amortisationszeit von etwa elf Jahren. Rückblickend zieht er heute folgendes Fazit: „Das System in seiner ersten Zusammenstellung hat sich sogar besser gerechnet als gedacht, die Kalkulation mit elf Jahren war etwas zu konservativ.“

www.asd-sonnenspeicher.de
www.eisele-ostrach.de

Foto: ASD Automatic Storage Device



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





Saucen-Fabrik 4.0

Am ehemaligen Hamker-Standort in Bad-Essen-Lintorf produziert Homann nun Foodservice Saucen und Dressings.

Unser Werk in Lintorf wird die modernste und europaweit größte Produktionsstätte von Dressings werden“; erläutert Wolfgang Hormann, Mitglied der Geschäftsführung und verantwortlich für die Foodservice-Sparte. Ende September 2022 endete

Ausgehend von den Zahlen aus dem Jahr 2018 soll etwa bis 2025 eine Recyclingfähigkeit von 100 % in der Unternehmensgruppe erreicht werden.

die Produktion am traditionsreichen Homann-Standort in Dissen am Teutoburger Wald. Parallel dazu wurde in den vergangenen Jahren aber schon länger auch in Bad Essen produziert und dieser Standort nach einer Investition von rund 170 Mio. € nun fit für die Zukunft gemacht. So entstanden und entstehen neben weiteren Produktionsbereichen für Saucen und Dressings u. a. ein vollautomatisiertes Zentrallager mit wechselseitigem Warenein- und -ausgang, Verwaltungsgebäude sowie ein „Concept Court“ mit Expertenküche und Seminarraum. Aktuell beschäftigt das Unternehmen an seinen Standorten Bad Essen und Rogätz in Sachsen-Anhalt etwa 640 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zur Business-Unit „Saucen & Dressings“ (Retail und Foodservice) zählen Mayonnaise, Remoulade, Ketchup, Küchensaucen (z.B. Paprika- oder Curryrahmsauce), Snack-Saucen (Burgersaucen), Grillsaucen und Salatdressings in Gebindegrößen von Portionsbeuteln über Tuben, runde und eckige Eimer bis zu Einheiten für die Lebensmittelindustrie bis 1.000 kg. In den Corona-Jahren 2020 und 2021 war der Bedarf generell geringer als in den Vorjahren, die Marktanteile im Markengeschäft aber wurden aufgrund hoher Flexibilität, gleichbleibende Produktqualität und guter Erreichbarkeit für die Kunden ausgebaut. Bei Mayonnaise beträgt der Marktanteil 25 %, bei Remoulade 40 % (inkl. Handelsmarken). Im Bereich Saucen und Dressings ist Homann Foodservice mit Abstand Marktführer.

Für die Zukunft hat sich das Unternehmen nicht nur die Steigerung der Produktions- und Absatzmengen zum Ziel gesetzt, sondern auch eine ausgeklügelte 3R-Strategie in Sachen Nachhaltigkeit in den Planungen fest verankert. 3R steht für reduce – recycle – recycle. Ausgehend von den Zahlen aus dem Jahr 2018 soll etwa bis 2025 eine Recyclingfähigkeit von 100 % in der Unternehmensgruppe erreicht werden. Dazu soll ein topmodernes Energiemanagement-System im Werk greifen und bereits 2023 eine komplett recyclingfähige Folie bei den Portionsbeuteln eingeführt werden. Weitere Schwerpunkte in diesem Jahr gelten dem Ausbau der Bekannt-



Snack-Kreation „Wanpaku Sandwich“



Snack-Kreation „Vetkoek-Style“



Snack-Kreation „Banh Mi-Style“

heit der veganen Salatmayonnaise, deren Marktanteil von 10 (2019) auf 30 % (2022) stieg, der klassischen Mayonnaise mit allerlei Aktionen sowie dem Schlagwort „Saucen-Kompetenz“ als Nr. 1 im Markt. **mth**
www.homann-foodservice.de



Bratwurstliebe online

Mit „Bratwurstliebe“ setzt der Metzgerweltmeister und Dorfmetzger Jürgen Reck in seinem neuen Online-Shop ein Statement und positioniert sich auch hier als Marke.



Welches deiner Produkte liebst du am meisten? Eine Frage, die sich jeder stellen sollte, wenn es um den Einsteig in den Online-Handel geht. Jürgen Recks Sortiment umfasst über 20 verschiedenen Variationen der fränkischen Bratwurst – vom Klassiker über Meerrettich-Bratwurst bis hin zu Varianten mit Zwetschge und Ziegenkäse. Ergänzt wird das durch typische Beilagen oder Variationen der fränkischen Spezialität: Senf, Kren, Bratwurst in der Dose, geräucherte Bratwurst, etc. Und sonst? Nichts!

Damit schuf er eine der klarsten Positionierungen in der weiten Welt der Metzger-Online-Shops. Der größte Fehler beim Aufbau einer Online-Präsenz besteht darin, davon auszugehen, dass jede Metzgertheke direkt in eine Shop-Struktur übertragen werden kann und dort ebenso gute Umsätze generiert wie im Laden. Immerhin bietet man die beste Qualität und bezieht Tiere nur aus bester Haltung. Reicht das nicht als Kaufgrund? Nein. Natürlich sind diese Themen die Basis eines modernen Metzgereibetriebs, nicht verhandelbare Standards und ein Kaufgrund vor Ort. Doch wer den Schritt in den überregionalen Verkauf wagt und erfolgreich sein möchte, braucht ein klares Thema und echte Leidenschaft. Online überzeugen Emotionen.

Weniger ist mehr

Jürgen Reck brennt für die fränkische Bratwurst und wurde so auch Metzger-Weltmeister 2022. Seit den ersten Versuchen mit neuartigen Variationen kann er sich vor Bestellungen kaum retten. Spätestens seit den ersten Auszeichnungen

auf dem Bratwurstgipfel in Pegnitz ist seine Kreativität nicht zu bremsen. Seine Begeisterung überträgt sich auf die Kunden. So sehr, dass Anfragen aus ganz Deutschland und dem Ausland folgten. Exil-Franken und Liebhaber dieser Bratwurstvielfalt wollten nicht auf die Spezialitäten verzichten und baten um ein Paket mit einer kreativen Auswahl. Diese Nachfrage macht eines klar: Menschen spüren die Leidenschaft und Begeisterung hinter den Produkten. Für sie geht es nur um eines: um Bratwurstliebe.

Seit Januar kann jeder bei www.bratwurstliebe.de bestellen. Eine Menge Liebe, Kreativität und Leidenschaft steckt im neuen Shop. Klar ausgerichtet auf das Thema, das ihn auszeichnet und abhebt von vielen anderen. Ein Paradebeispiel für Positionierung, die nicht versucht den Markt so breit wie möglich zu bespielen, sondern den Mut hat einen kleinen Teil zu fokussieren und damit hervorstechen. Jürgen Reck über seine Motivation: „Es wird immer schwieriger Personal für stationäre Geschäfte zu bekommen. Im Online-Geschäft sehe ich die Chance ein festes Standbein aufzubauen, dass

es mir ermöglicht mein Geschäft planbarer und strukturierter zu gestalten. Ich erweitere meinen Markt und stelle es auf eine noch solidere Grundlage.“ Schon vor dem Online-Gang war das Interesse überwältigend. Jürgen Reck dient als Inspiration für alle, die den Schritt zum Web-Shop wagen und sich die Frage stellen: Welches meiner Produkte liebe ich am meisten? **Philipp & Christian Böhm, Böhm.media**
www.boehm.media, www.bratwurstliebe.de



Mobil kühlen mit Strom

Der autarke Kühlaufbau der E-Transporter von **Cenntro** funktioniert unabhängig davon, ob das Fahrzeug fährt oder steht. Die Kühlung zehrt nicht von der Traktionsbatterie des Wagens. Für die Transporter Logistar 200 und Logistar 200 Cargo gibt es den Kühlaufbau CT F3, für den Elektrotransporter Metro kommt der CT U2 mit 24V Lithium-Batteriepaket zum Einsatz. Der Temperaturbereich reicht von +25°C bis -20°C, die Kühlleistung hält sechs bis acht Stunden an. Die Ladezeit liegt bei sieben Stunden, bzw. vier Stunden mit dem Schnellladegerät. Eine Aufrüstung mit Solarzellen ist ebenso möglich wie ein Mehrkammeraufbau mit verschiedenen Temperaturzonen. www.cenntro-motors.eu



Räuchertechnik je nach Bedarf

Neu entwickelt hat **Kerres Anlagensysteme** nicht nur den Taste Master, einen Reifeschrank für die Salamiproduktion, sondern im Bereich Universal-Rauch-Koch- und Backanlagen ein Hybrid-Luftumwälzungssystem. Damit kann die Umluft bei jedem Prozess vertikal und horizontal eingesetzt werden. Die Vorteile laut Unternehmen: schnellere Prozesszeiten, höherer Output, Energieersparnis, weniger Gewichtsverlust und Gleichmäßigkeit bei hoher Wagenbeladung. Die Beladung erfolgt auf den Behandlungswagen hängend oder liegend. So können etwa auch Beef Jerky oder liegende Minisalami mit bis zu 38 Auflagen gleichmäßig behandelt werden. Jedes Rauchsystem (Sägemehl, Holzhackschnitzel, Reiberauch und Flüssigrauch) ist anwendbar. Im Bereich der Klimatechnik bietet das Unternehmen zudem ein Luftberieselungssystem für große breite Räume an. Außerdem erhältlich sind platzsparende Kompaktschränke mit eingebautem Raucherzeuger. www.kerres-group.de

Waren optimal präsentieren

Auf der EuroShop (Düsseldorf) im Februar und der Internorga (Hamburg) im März zeigt **Hagola** sein komplettes Angebot an Produktlösungen aus den Bereichen „Kühlen, Warmhalten und Präsentieren von Speisen und Getränken“. Die langlebigen Investitionsgüter sind flexibel und ggfs. saisonal einsetzbar. Das Sortiment umfasst u. a. Showcases, Fleischtheken, Kühlwannen, Cocktailstationen, mobile Theken, die Eventtheke „Yourbar“ oder Bain-Maries. Alle lassen sich auch individuell nach Kundenwunsch fertigen. Speziell die Umluft-Kühlwannen und Kühlwannen zum Präsentieren und Kühlen von Waren in GN-Behältern gibt es in verschiedenen Wannenarten, -größen und -ausstattungen. Die Showcase-Range bekam Zuwachs und wurde technisch und optisch aufgefrischt. Nicht nur hinsichtlich Energieeffizienz, durch die Optimierung entscheidender Elemente sind die



Showcases einfacher zu reinigen.

Die SB-Flaschenausgabe lässt sich als gekühlter Auszug in Unterbaukühlungen (z. B. in Verkaufstheken) einbauen. Vorrätige Flaschen rutschen durch die leichte Neigung nach. So entsteht eine attraktive Verkaufsfläche für das Zusatzgeschäft.

www.hagola.de

Sichere Kältetechnik

Auf der EuroShop (26. bis 23.2023) in Düsseldorf präsentiert **Rivacold** in Halle 17, Stand D01 Entwicklungen für die zukunftssicheren, halogenfreien Kältemittel R290 (Propan) und R744 (CO₂). Vorgestellt wird in der Baureihe BEST für Kühlräume und Kühlzellen als Erweiterung für Propan das steckerfertige Kompaktgerät zur Deckeninstallation.



Die Steuerung ‚Riv-olution‘ ist hier Teil des Leistungspakets. Per App und Bluetooth lassen sich Betriebszustände, Alarme und die Historie schnell darstellen, oder die Geräte direkt steuern. Auch mit Propan betrieben werden die Flüssigkeitskühler Champ CH. Fünf Modelle für die Normalkühlung decken den Leistungsbereich zwischen 8 und 20 kW ab. Dazu kommen für das Kältemittel R744 die in der Markteinführung befindlichen Verflüssigungssätze der Serien MHX und MH2X zur Normal- und Tiefkühlung für kleinere Kälteleistungen. Ferner zeigt das Unternehmen die neu entwickelte Serie Unica für synthetische Kältemittel mit geringem Treibhauspotenzial. Verdampfer und Luftkühler für Kälte-träger komplettieren den Messeauftritt. www.rivacold.de

Feines für Fischfans

Auch Spezialitäten aus Neptuns Reich finden in der Metzgerei Liebhaber. Dafür präsentiert **Frutarom Savory Solutions** passende Produkte. Ein zarter Graved Lachs mit Wacholder- und Koriandernote gelingt mit dem Lachsreifer Exquisit, getoppt mit passenden Dekorgewürzen. Für die Lake von Bismarckhering oder Rollmops eignen sich Aufgussmix Klar, Aufstreu S und Kaltmarinadengewürz-Essence. Authentisch wird die Säurereifung mit dem Matjesreifer Nordisch OG, einer delikaten Mischung zur Fruchtsäurereifung für zarten Fisch mit vollem Geschmack. Die Marke Gewürzmühle Nesse wartet mit zwei Fisch-Feinkostsalaten auf: einem roten Salat mit Heringshappen, Mayo-Mix Komplet II und roten Cranberries und einem Heringssalat mit Minze-Limetten-Creme, Gurken, Porree, getrockneten Äpfeln und Zitronenpfeffer.



www.frutarom.eu

Preise schnell digital anpassen



Beim digitalen Auszeichnungssystem Electronic Shelf Labeling (ESL) von **Shop-IQ** werden bei der Verknüpfung mit der Warenwirtschaft Preis- und Produktinformationen zentral auf Knopfdruck in Echtzeit aktualisiert. So lassen sich Preisänderungen für Aktionen, an definierten Wochentagen, Uhrzeiten oder zum Ladenschluss einfach umsetzen. Die zentrale Umstellung schafft Sicherheit bei Preisauszeichnung, Kasse und Warenwirtschaft. Zudem reduzieren ESLs den Aufwand beim Kassenschluss durch unbeabsichtigte Preisdifferenzen zwischen Auszeichnung und Kassensystem. Die elektronischen Preisschilder basieren auf der E-Ink-Technologie. Die ESLs mit einer Größe von 3,5 Zoll können eingeschoben, rückwärtig befestigt oder auf einen Halter aufgesteckt werden.

www.shop-iq.de

Ökologie & Ostergruß



Aus biologisch angebaute Baumwolle hergestellt, erfüllt die Textilhülle NaloTX Green laut **Oskutex** alle Attribute für Nachhaltigkeit und Ökologie. Sie eignet sich für Rohwürste aller Art, ist in Beutelform in verschiedenen Abschnitllängen und Kalibern lieferbar, sowie formgenäht als Knubbel, Welle oder Krause. Außerdem präsentiert das Unternehmen für das Osterfest 2023 abwechslungsreiche Würsthüllen für Roh-, Koch- und Brühwurst. Neu ist hier die Frühlingzuckerstange

auf dem nachhaltigen Material NaloTX Bamboo, sowie der Osterhase auf einem frischen Orange in Eiform für Koch- und Brühwurst. Weitere Informationen per Mail an info.oskutex@kallegroup.com sowie im Internet unter <https://wursthuellen-shop.de>



Leder-Accessoires

Seine Lederschürze und Lederrolltasche aus 100 % Nappa-Echtleder hat **Friedr. Dick** überarbeitet und präsentiert sie in einem edlen schwarzen Style und mit farblich abgesetzten Logo-Applikationen in Antikleder-Qualität. Beide Produkte sind handgefertigt in Deutschland. Durch verstellbare Lederriemen mit Schnallenverschluss passt sich die Schürze (95 x 70 cm) an den Körper an. Ein zusätzlicher Schutz am Nackenriemen garantiert komfortables Tragen und verhindert ein Scheuern am Hals. Mit der praktischen Schlaufe sind ein Geschirrtuch oder weiteres Werkzeug, z. B. eine Grillzange, stets griffbereit. In der Lederrolltasche mit Klettverschluss (offen: 47 x 45 cm) finden fünf Messer und Werkzeuge aller Größen und Längen Platz und lassen sich darin aufbewahren.



www.dick.de

Impressum 12. Jahrgang

FH
FLEISCHER-HANDWERK

Offizielles Organ von:  **METZGER HANDWERK Bayern**

Verlag: B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG, Verlagsniederlassung München
Postadresse: Postfach 21 03 46, D-80673 München,
Hausadresse: Garmischer Straße 7, D-80339 München
Tel. (089) 370 60-0, Fax: (089) 370 60-111
Internet: www.blmedien.de, E-Mail: muc@blmedien.de

Verlagsleitung München:
Bernd Moeser -200
Basak Aktas (Stv.) -270

Chefredakteur (verantwortlich i. S. d. P.):
Marco Theimer (mth) -150
Redaktion:
Christian Bümel (chb) -185
Ständige Autoren:
Heike Sievers, Horst Buchmann, Christian Böhm
Anzeigen:
Bernd Moeser (Leitung) -200 Kilian Roth -246
Sebastian Lindner (Stv.) -215 Concetta Herion -240
Gerhild Burchardt -205 Rocco Mischok -220
Fritz Fischbacher -230 Luisa Wachsmuth -210

Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 25 vom 1.1.2023
Anzeigenabwicklung:
Birte Januschewski -260
Felix Hesse -261
Layout:
Michael Kohler -255
Liane Rosch -258
Rita Wildenauer -254
Lifensens e.V.

Abonnentenbetreuung:
Basak Aktas (verantwortlich) (b.aktas@blmedien.de) -270
Roland Ertl (r.ertl@blmedien.de) -271
Mario Reischl (m.reischl@blmedien.de) -272
Bezugspreis: Erscheint zweimonatlich (6 Ausgaben/Jahr).
Abonnementpreis: Inland jährlich 94 €, Ausland jährlich 107 €. Einzelpreis: Inland 19 €, Ausland 21 € (alle Preise inkl. Versandkosten und MwSt.). Der Abopreis für die Verbandsangehörigen des Bayerischen Fleischerverbandes ist im Mitgliedsbeitrag enthalten. Kündigungsfrist: Schriftlich vier Wochen vor Ablauf des 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.

Herausgeberin: Annemarie Heinrichsdobler -100
Geschäftsführer der B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG, 40724 Hilden:
Harry Lietzenmayer, Stephan Toth, Björn Hansen

Gerichtsstand: Hilden

ISSN: 2192-5033
Der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern angeschlossen.



Bekanntgabe laut Bayrischem Pressegesetz vom 3.10.1949: Inhaber der B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG D-40724 Hilden sind (Anteile in Klammern): Harry Lietzenmayer (33,4%), Stephan Toth (33,3%), Björn Hansen (33,3%).

Autoklaven

NEU!
Vollautomatische Steuerung!

reifen
dämpfen
garen
kochen
sterilisieren

AUTOKLAV & KESSEL

KORIMAT

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: +49 451 53020
baader@baader.com
www.baader.com



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



Kühlthekenausstattung

Prico Plex

Systemzubehör für Bedientheken

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



Backtrennmittel

Wir kriegen's gebacken!

SPRÜH-SYSTEME

UNIFILLER-SYSTEME

BACKTRENNMITTEL

Massig POWER!
EXAKTES Dosieren,
Portionieren und Abfüllen

Die ELF 400 wurde als kleines Arbeitstier und echter Produktionshelfer entwickelt! Im Sekundentakt portioniert die Dosiermaschine Menüs, Salate, Feinkost, Antipasti, Nachspeisen oder Flüssigkeiten – präzise und gewichtsgenau. Dank der bewährten Boyens-Technologie bleiben auch ganze Stücke in den Speisen erhalten.

boyens backservice

www.boyensbackservice.de



Etiketten

Schaumermal

Innovative Etikettierlösungen für Fleischer, Bäcker und Selbstvermarkter

Tel. +49 (0) 9162 920 735
www.schaumermal24.de



INNOVATIVE GÜTEZUSÄTZE,
GEWÜRZE UND MARINADEN
DER EXTRAKLASSE

VAN HEES
we know how

van-hees.com



fleisch net.de

Kunstdärme

HansSchütt

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



Fleischereimaschinen

DUKER REX
FLEISCHEREIMASCHINEN

▲ Füllen
▲ Kuttern
▲ Wolfen

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



Gütezusätze

INNOVATIVE GÜTEZUSÄTZE,
GEWÜRZE UND MARINADEN
DER EXTRAKLASSE

VAN HEES
we know how

van-hees.com



Geschenkverpackungen

fausto
Seit 1985

18.000 VERPACKUNGEN
400 MODELLE · 250 DEKORE

WWW.FAUSTO.DE



Hygienetechnik

WALTER
next level cleaning

Wenn Reinigung neu gedacht wird, ist es **next level cleaning.**

Individuelle und ressourcenschonende Reinigungssysteme für vielfältigste Anwendungen.

www.walter-cleaningssysteme.de



Pökel- und Massiertechnik

Suhner
food processing equipment

Suhner AG Bremgarten
Fischbacherstrasse 1
CH-5620 Bremgarten

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



Anzeigen werden gelesen!
Sie tun es gerade!

WWF

Hilf mit deiner Spende:
www.de/plastikflut

STOPP DIE PLASTIK FLUT

WWF-Spendenkonto:
IBAN DE06 5502 0500 0222 2222 22



Schlachthofeinrichtungen

Systems for the red meat industry

RENNER

Fachsenfelder Straße 33
D-73453 Abtsgmünd
Telefon 07366/92096-0
Telefax 07366/92096-99
www.renner-sht.de



**90 Tage
kostenfrei
testen!**

Angetippt, abgehakt, erledigt!
Einfach digital **dokumentiert.**



DIE HACCP APP

Erledigen Sie Ihre HACCP-Dokumentation einfach digital!



Lückenlose Dokumentation

Jederzeit rückverfolgbare Eigen-
dokumentation basierend auf der
EU Verordnung 852 / 2004.



Für Tablet & Smartphone

Läuft auf den Betriebssystemen iOS
und Android. App im Store laden,
Freigabe beantragen und los geht es.



Account einrichten

Filialen, Räume, Mitarbeiter anlegen,
Aufgaben und Termine zuweisen.
Ab jetzt läuft alles automatisch.



Automatische Erinnerung

Die App erinnert alle Mitarbeiter an
die zu erledigenden Aufgaben. So
kann nichts mehr übersehen werden.



Aufgaben abhaken

Hygienemaßnahmen abarbeiten,
in der App antippen und als erledigt
abspeichern. Abgehakt!



Alles im Blick

Der aktuelle Stand ist jederzeit
einsehbar, die Dokumentationen als
Datei abruf- oder ausdrückbar.



B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG

Max-Volmer-Straße 28 · 40724 Hilden
Telefon: 02103 / 204-0
E-Mail: diehaccpapp@blmedien.de

Alle Infos gibt es auf
www.diehaccpapp.de



GESCHMACK REFLEKTIEREN

keller.mitausblick.de



Spieglein, Spieglein an der Wand: Wer macht die leckersten Waren im ganzen Land? Sie, genau Sie – mit unseren Anlagen zum Räuchern, Kochen, Backen, Kühlen und Klimatisieren erhalten Sie nicht nur beste Leistungseigenschaften, sondern das gebündelte Wissen des vielfältigen Fessmann-Expertenteams. Von Mechanikern und Technologen, von Wissenschaftlern und echten Metzgern. Und genau das schmeckt man. Erfahren Sie mehr unter www.fessmann.com