

FH

FLEISCHER-HANDWERK

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



**FLEISCHER
MIT ERFOLG:**

Fleischerei Wenzel
Urnshausen

- **LADENBAU:** Konzepte – Echtes erleben
- **NACHWUCHS:** Celina Schwing, Weiterstadt
- **REGIONALENTWICKLUNG:** Rhön – Stark für die Region
- **TIERWOHL:** Mobil schlachten

Die Hülle für den
perfekten Gewürzübertrag!



NaloSpice

OSKUt^{ex}
KALLE GROUP

Zurück in die Zukunft



Marco Theimer
Chefredakteur
FH Fleischer-
Handwerk

Ein Blick zurück! Schon vor 30 Jahren interessierte ich mich im Rahmen meines Studiums an der Hochschule Fulda sehr für Prozesse der Regionalentwicklung und die Bedeutung und Chancen regionaler Wertschöpfungsketten. Wir hatten über mehrere Semester hinweg ein Studienprojekt und unterstützten damals Direktvermarkter aus dem Bio-Bereich, organisierten Hoffeste und ich berichtete in lokalen Zeitungen und Magazinen über Aktivitäten aus diesem Bereich. Dabei ging es etwa um die Vermarktung des Fleisches vom Rhönschaf oder dem Rhöner Weideochsen, die Gastronomen-Vereinigung „Rhöner Charme“ und vor allem nachhaltige Entwicklungen im 1991 geschaffenen UNESCO-Biosphärenreservat Rhön, das sicher einige Bewohner in Osthessen, Nordbayern und West-Thüringen zunächst mit Gedanken an ein „Indianer-Reservat“ verbanden.

„Schmorten“ viele Metzgerbetriebe damals eher „im eigenen traditionellen Saft“ und waren weniger bis kaum bereit für Veränderungen, ist das heute – eine Generation später – ganz anders. Es bewegt sich einiges! Schon Anfang 2021 stellte ich in einer Reportage die hessische Fleischerei Meissner vor, in der vergangenen Ausgabe 2/2023 gab es eine Reportage über die bayerische Landmetzgerei Kleinhenz und in dieser folgt das Portrait des Thüringer Fleischermeisters Christian Wenzel. Diese drei Betriebe engagieren sich neben einer ganzen Reihe von Kollegen und Kolleginnen (s. Seite 36) dafür, unverwechselbare regionale Spezialitäten zu produzieren und zu vermarkten, die nicht nur den Einheimischen schmecken, sondern auch Touristen, die sich ein kulinarisches Mitbringsel mit nach Hause nehmen möchten. Jüngstes Beispiel dafür ist der luftgetrocknete „Rhöner Biospären-Schinken“, der im Networking entstand und auch im neuen Fuldaer Konzept-Kaufhaus „Karl“ in einem transparenten Showroom präsentiert wird.

„Buy local“ lautet also die Devise! Aus der Region, für die Region! Die Corona-Pandemie und der russische Angriffskrieg auf die Ukraine haben uns die Grenzen der Globalisierung vor Augen geführt. Inflation und sinkender Fleischkonsum haben zudem Auswirkungen auf unser Handwerk. Doch es geht ja auch nicht darum, jeden Tag Fleisch zu essen, sondern qualitativ hochwertiges! Dann haben auch die hiesigen Landwirte eine Chance, die in der Regel verlässliche Partner des Fleischer- bzw. Metzgerhandwerks sind. Die Rhöner Metzger werden immer sichtbarer, nicht nur auf dem alle zwei Jahre stattfindenden „Rhöner Wurstmarkt“ in Ostheim vor der Rhön. Das ist gut so! Und sie können ein Beispiel für Kollegen und Kolleginnen in anderen Regionen unseres Landes sein.

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



12



15



30



22



40

Branchenblick

Zurück in die Zukunft 3
 Kurz notiert 5
 Metzgerei Albert: Erfolg in Holland ... 6
 Fleischwurst-Meisterschaft 9
 Fokus: Metzgerhandwerk Bayern 10

Nachwuchs

BBS Westerburg:
 Azubis in Barcelona7
 Celina Schwing, Weiterstadt:
 Zeigen, was man kann15

Grillen & Gewürze – Teil 2

Grillen ist Genuss16

Interview

Michael Keller: Wild auf Wild21

Ladenbau

Konzepte: Echtes erleben 22
 Aus für Neon und Halogen 27

Fleischer mit Erfolg

Urnshausen:
 Passion im Keller
Christian Wenzel28
Coburg:
 Metzger mit Geschichte
Gunnar Flessa30
Hennigsdorf:
 Von der Hauptstadt aufs Land
Maurice Wengatz32

Titelbild: Der Fleischermeister, Wurst- und Schinkensommelier Christian Wenzel aus der Thüringer Rhön hat sich auf die Herstellung von regionalen Edelsalami-Spezialitäten und -schinken spezialisiert.

Foto: Rhön GmbH/Anna Lena Bieneck

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

Dieser Ausgabe liegen Beilagen von Syner.Con/Apro.Con (Oldenburg), der Albert Handtmann Maschinenfabrik (Biberach), KWS Küttler (Neuental-Gilsa), Rex Technologie (Thalgau/A), B&L MedienGesellschaft (Hilden) sowie das Verlags-Supplement „streefood business“ bei. Wir bitten um freundliche Beachtung!

Regionalentwicklung

Dachmarke Rhön/Thomas König:
 Stark für die Region 34

Veggie-Produkte

Vegan oder nicht?39
 Fleischlos beim Metzger 40

Tierwohl

Metzgerei Sonntag, Kißlegg:
 Mobil schlachten 44

Know-how

Jamon Iberico: Feiner Schnitt 44

Rubriken

Neu auf dem Markt/Impressum ... 52
 Gesucht & gefunden54



Dachmarke Rhön e.V. / Rhön GmbH
Rhöner Biosphären-Schinken e.V.

In Bad Neustadt/Saale fand die Gründung des Vereins Rhöner Biosphären-Schinken e.V. statt. Die Gründung ist ein wichtiger Schritt zur Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe und Wertschätzung im Biosphärenreservat Rhön. Beteiligte an dem Projekt sind zehn Metzgereien, die Abteilung Marke und Produkt der Rhön GmbH, der Verein Rasdorfer Genusskultur e.V. und die Verwaltungen des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön. Ziel des Vereins ist die Förderung regionaler Produkte und Wertschöpfungsketten vom Erzeuger bis zum Endverbraucher. Erster Vorsitzender ist Christoph Budenz (Landmetzgerei Budenz, Rasdorf) seine Stellvertreter sind Richard Kleinhenz (Landmetzgerei Kleinhenz, Oberleichtersbach) und Christian Wenzel (Fleischerei Wenzel, Urnshausen). www.biosphaerenreservat-rhoen.de/biosphaeren-schinken

Rivacold
30 Jahre in Deutschland

Seit drei Jahrzehnten gibt es die kältetechnischen Produkte und Systeme von Rivacold auch in Deutschland. Unternehmensgründerin Isabell Walter führt nach wie vor die Geschäfte der Rivacold CI GmbH, Fellbach, gemeinsam mit dem zweiten Geschäftsführer Pancrazio Tondo. In dieser Zeit entwickelte sich das Unternehmen zu einem wichtigen Handelspartner im deutschsprachigen Raum. Im Fokus stehen der Vertrieb in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie Beratungs-, Service- und Transferleistungen für die in Vallefoglia produzierten Kälteanlagen und Wärmeübertrager zur stationären und mobilen Kühlung. Ergänzt wird das Portfolio durch Produkte der Marken Pego und Dixell, die ebenso in Italien hergestellt und von Fellbach aus über das Schwesterunternehmen CI GmbH Control Instruments vertrieben werden. www.rivacold.de



Schon bei Facebook geklickt?



Metzgerei Pfann, Nürnberg
Käsekrainer besonders geehrt



Zwei Pokale, zwei Medaillen und fünf Urkunden: Für die Metzgerei Pfann aus Nürnberg-Neunhof war der Wurst- und Schinken-Fachwettbewerb der „Conférie des Chevaliers du Goute Andouille de Jargeau“ ein Riesenerfolg. Alle vier eingereichten Produkte erhielten bei der Europameisterschaft der Metzger die volle Punktzahl und eine Gold-Prämierung – die Käsekrainer wurden sogar als „Produit sublime“ („Erhabenes Produkt“) besonders geehrt. Mit einer Feinen Mettwurst war das Team um Metzgermeister Christian Pfann (52) im Wettbewerb für Streichfähige Rohwürste erfolgreich, außerdem mit einer Gelbwurst ohne Petersilie, Nürnberger Stadtwurst und den Käsekrainern. Gemeinsam mit ihrem Sohn Adrian (22) versuchten sich Christian und Daniela Pfann (48) an deren Herstellung, stimmten die Würzung ab und waren sich nach dem dritten Produktionslauf einig: „Jetzt ist sie perfekt!“ Die Jury in den Niederlanden gab ihnen recht. www.metzgereipfann.de

Feinkost Keller, Langenbach
5 x Höchstpunktzahl

Beim diesjährigen Qualitätswettbewerb „Metzger Cup“ des Fleischerverband Bayern ließ auch die Metzgerei & Genuss- und Erlebniswelt Keller einige ihrer Spezialitäten prüfen: Regensburger, Delikatess-Leberwurst Gold, Bauerngeräuchertes, Wiener und Pfefferrandsalami. Alle Produkte erreichten die höchste Punktzahl und wurden dafür ausgezeichnet. Stolz hielten Augustin Keller und seine Frau die Urkunden und den Pokal in ihren Händen. Auch ihre Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen freuten sich über diese Anerkennung. Die eingereichten Spezialitäten waren zuvor an der Fleischerschule in Augsburg von unabhängigen Fachjuroren geschmacklich sowie zusätzlich von externen Prüfern mikrobiologisch und chemisch untersucht worden. www.feinkost-keller.com



Markenschaufenster

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

HOKUMA
 VERLAUFEN LEICHT GEMACHT

 Tel.: 02208 99 49 868
www.hokumat.de



Erstmals reiste ein Team der Metzgerei Albert aus dem fränkischen Eggolsheim zur Preisverleihung des Int. Fachwettbewerbs 2023 der Confrerie des Chevaliers du Goute Andouille de Jargeau an und wurde für seinen Einsatz belohnt.

Erfolg in Holland

Zum dritten Mal nach 2019 und 2021 reichte die Metzgerei Albert einige ihrer Produkte ein und machte sich am 25. März 2023 mit einem achtköpfigen Team auf den Weg in die Niederlande. „Mit dabei waren unser Metzgergeselle Wilhelm – der zweite Geselle Andreas konnte aus privaten Gründen nicht –, unsere Verkäuferinnen Monika und Beate, Renate und Doris aus der Küche/Aufbereitung, unsere ‚Putzfee‘ Karin, meine Mutter Johanna und unser Fahrer Heinrich Dennerlein“, berichtet Hannes Albert. Seine Schwester Anna blieb bei ihren Kindern zuhause.

Die festliche Preisverleihung fand im Van der Valk-Hotel in Heerlen statt. Dort hatten sich gut 150 Handwerkskollegen aus den Niederlanden, Belgien, Dänemark, Deutsch-

land und Frankreich eingefunden. „Der Festabend war wunderbar organisiert. Zuerst wurden alle nationalen Titel und Auszeichnungen überreicht, danach ging es ans Vorspeisenbuffet. Hier konnte man es sich bei Salatvariationen, zartem Lachs, Antipasti u.v.m. gut gehen lassen. Im Anschluss wurden die Sieger der Länder und Europasiieger gekürt“, schildert Hannes Albert.

Als Moderatoren führten der Präsident der Confrérie Werner Richelle (Grand Bailli) und Werner Ernst (Vorgesetzter) durch den Abend und nahmen die Auszeichnungen vor. Auch weitere Jury-Mitglieder waren anwesend, u. a. Georg Forster (Chevalier/Botschafter für Süddeutschland).

Groß war die Freude der Metzgerei Albert über ihren Sieg und den entsprechenden Pokal

in der Kategorie „Champion National Rohwurst/Salami“ („Fränkische Biersalami“ Aischbüffel-Salami). Zudem gab es achtmal „Gold“ (Fränkische Krautwurst/Leberwurst geräuchert, Trüffel-Leberwurst, Landschinken geräuchert, Kochschinken, Bauernbratwürste, Fränkische Biersalami, Göttinger- und Bolognese-Konserve) und zweimal „Silber“ für den Heißrauchschinken und Coppa aus der fränkischen Toskana. „Für unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen war es in jedem Fall ein sehr besonderes Event. Die gemeinsame Fahrt stärkt den Zusammenhalt und das Miteinander und zeigt Wertschätzung. Es wurde viel gelacht, genossen und die kurze aber feine Reise wird jedem in guter Erinnerung bleiben“, resümiert der junge Metzgermeister. **mth**

www.metzgerei-albert.de

Preisverleihung in Holland

Pokale, Pokale, Pokale



Für den 42. Int. Fachwettbewerb anmelden konnten sich die Betriebe ab dem 1. Oktober 2022. Eine Fachjury bewertete die eingegangenen Wurstspezialitäten am 4. und 5. Februar 2023 in Eindhoven. Danach er-

hielten die Preisträger 2023 Infos über eine erfolgreiche Teilnahme. Die Übergabe der Pokale und Urkunden erfolgte am 25. März 2023 im Van der Valk-Hotel in Heerlen/NL. Um den renommierten Preis zu gewinnen, muss ein Betrieb mindestens zwei Produkte in fünf verschiedenen Kategorien einreichen. Um Champion eines Landes („Champion National“) zu werden, sind mindestens zehn Produkte – unabhängig von der Kategorie – zur Bewertung abzugeben.

Auch einige Metzgereien aus Bayern, Thüringen und Baden-Württemberg nahmen teil, etwa die Metzgerei Horst Schömig (Würzburg), die Metzgerei Braun (Wiedenzhausen), die Fleischerei A. Lüdtko (Kieselbach) und die Metzgerei Burkhardt (Mann-

heim). Mit „Gold“ ausgezeichnet wurden Horst und Frank Schömig für: Rosmarin- und Kernrauchschinken, rohes Kassler, Fränkische Bratwurst, Würzburg-Bratwurst, Sizilianische Bratwurst, Grillbratwurst, Bratwursttaler, Rostbratwurst mit Majoran und Wildschweinbratwurst. Auch Bayerns stv. Landesinnungsmeister Werner Braun holte zwei Pokale, darunter den „Champion National“ in der Kategorie B (Streichfähige, konservierte Wurstsorten, aus rohem Material) und wurde zum Ritter (Chevalier) ernannt. Diesen Titel tragen in Deutschland auch der Metzger-Europameister Jürgen Reck (Möhrendorf) und der mehrfache „Champion National“ Oliver Weber (Sulzbach/Ts.).

www.confrie.nl/de



Barcelona statt Bauernhofmetzgerei: Dominique Soulier.



Pascal Jung in seinem Austauschbetrieb.



Auch Valentino Geibert machte tolle Erfahrungen in Spanien.



Azubis in Barcelona

Drei Schüler der BBS-Westerburg sammelten im Rahmen des Austauschprogramms Xarxa und dem Mobilitätsprogramm Erasmus+ wertvolle Erfahrungen in Spanien.

Anfang März hieß es für drei Fleischer-Azubis im dritten Lehrjahr Kofferpacken für drei Wochen. Dominique Soulier (Hehlinger Hof, Bauernhofmetzgerei, Wahlrod), Valentino Geibert (Edeka Höhn) und Pascal Jung (Rewe Hachenburg) stehen kurz vor der Gesellenprüfung.

Das Praktikum bot den jungen Talenten die Möglichkeit, ihr Handwerk in einer internationalen Umgebung zu verbessern. Begleitet wurden sie von ihrem Fachlehrer Dennis Henn, der sie fünf Tage lang besuchte und unterstützte. Auch er war beeindruckt von der Begeisterung und dem Engagement der Auszubildenden. Als

Fotos: Dennis Henn

Unterkunft diente eine Wohnung in Badalona (ca. 12 km von Barcelona). Während ihres Aufenthalts arbeiteten sie in verschiedenen kleineren Fleischereien. Dabei konnten sie nicht nur die handwerklichen Fähigkeiten verbessern, sondern lernten auch neue Techniken und Arbeitsweisen kennen. Besonders beeindruckt waren sie von der hohen Qualität der Produkte und der Leidenschaft, mit der ihre spanischen Kollegen ihr Handwerk ausüben. Neben der Arbeit hatten sie die Möglichkeit, die katalanische Kultur und Lebensweise kennenzulernen. Sie besuchten lokale Märkte, probierten traditionelle Gerichte und krönten den Aufenthalt mit Tickets für das „Clásico“ zwischen Real Madrid und dem FC Barcelona.

Die Kunden und Mitarbeiter seien sehr viel ruhiger und gelassener als in Deutschland, waren sie sich einig. „Das Praktikum war eine Erfahrung, die ihnen nicht nur beruflich, sondern auch persönlich viel gebracht hat. Sie kehrten mit neuen Ideen und Inspirationen zurück und sind motiviert, ihr Wissen in ihre Arbeit einzubringen“, berichtet Dennis Henn. Das Xarxa-Programm ermöglicht es jungen Menschen, internationale Erfahrungen zu sammeln und sich beruflich weiterzuentwickeln. Durch den Austausch mit anderen Kulturen und Arbeitsweisen können sie ihr Handwerk verbessern und wertvolle Kontakte knüpfen. „Wir hoffen, dass noch viele Auszubildende von diesem Programm profitieren können“, betont er.

www.bbs-westerburg.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





Schinkenmesse in Bayonne

Ein Mann mit Dreitagebart und Baskenmütze hält ein dünnes Stück, fein geschnittenen, Schinken ins Licht. Ein zartes Rot, fein marmoriert und mit Fett durchzogen. Er kaut und lächelt zufrieden.

Foire au Jambon de Bayonne, die Schinkenmesse im französischen Baskenland: Hier wird seit 1462 von den Mitgliedern der Schinkenbruderschaft und ausgewählten Metzgern der beste Schinken der Region prämiert. Für den geografisch geschützten Schinken wird die frische Hinterkeule mit

Salz eingerieben und in Salzfasern gelagert. Anschließend kommt er zur Reifung in eine Klimakammer, vor der Trocknung wird die Schnittstelle der Keule mit einer Mischung aus Schweineschmalz und Mehl eingerieben, um einen schonenden Reifeprozess zu gewährleisten. Dabei entwickelt der

Schinken die milde Würze und einen ausgewogenen Salzgeschmack.

Während des Festivals herrscht Ausnahmezustand und die Stadt blüht in den baskischen Farben. Auf den Plätzen sitzen Leute an den extra aufgebauten Tischen oder auf dem Boden. Sie singen Chansons, essen Schinken in Baguette oder in getoastetem Brioche und trinken Rotwein oder Bier.

Gewonnen hat, wie im Vorjahr, Marcel Haud mit einem 17 kg schweren, 18 Monate alten Schinken. Dieser wurde anschließend für 750 Euro versteigert. Damit holte sich Marcel Haud die begehrte Trophäe zum fünften Mal. Auf die Frage, was sein Geheimnis sei, lächelt er: „Glückliche Schweine mit viel Auslauf und ein milder Wind aus Spanien.“ Den Sonderpreis der Confrérie für die schönste Präsentation erhielt Amélie Etchepare aus Urepel.

Sebastian Heuser

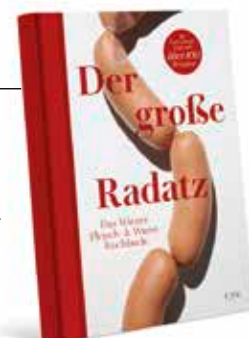
<http://www.bayonne-paysbasque.com>



Das Wiener Fleisch- & Wurstkochbuch

Der große Radatz

Zum 60-jährigen Firmenjubiläum veröffentlichte der Wiener Familienbetrieb Radatz das Kochbuch „Der große Radatz“. Es enthält über hundert Traditionsspeisen – vom Kalbsgulasch bis zum Blunzengröstl. Zudem erzählt das Buch die Geschichte des Fleischermeisters Franz Radatz, der 1962 mit der Eröffnung eines Geschäfts im 4. Wiener Gemeindebezirk den Grundstein für das Unternehmen legte. „Der große Radatz“ ist in allen Radatz-Fleischereien und Wurst-Großmärkten sowie auf www.csv.at erhältlich. Der große Radatz. Das Wiener Fleisch- & Wurstkochbuch, Franz Radatz jr., Thomas Zedrosser (Hrsg.), Christian Seiler Verlag, 360 Seiten, 32 Euro.



Fleischwurst-Meisterschaft

Zum fünften Mal nach 2006, 2008, 2012 und 2015 suchte der Fleischerverband Hessen die beste Fleischwurst und prüfte die Qualität der Traditionswurst.



Ob mit oder ohne Kordel, mit oder ohne Rindfleisch-Anteil. Die hier präsentierte Auswahl an Fleischwürsten ist ein wunderbares Beispiel für die Regionalität, die wir leben in unseren Fleischerfachgeschäften, und für deren Qualität wir einstehen“, sagte Landesinnungsmeister Eckhart Neun in einem Statement auf Facebook. Als besondere Gäste im Prüferteam dabei waren der Landrat des Wetteraukreises Jan Weckler, Ex-Kanzleramtsminister Dr. Helge Braun MdB und Lara Schneider von der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks.

Geprüft wurden die Fleischwürste nach dem DLG-Schema, etwa nach den Kriterien Aussehen, Farbe, Geschmack, Geruch und Konsistenz. Die Prüfer und Prüferinnen beurteilten 134 Fleischwurstproben – darunter in einer separaten Wertung eine gute Handvoll Fleischwürste, die Schüler von Berufsschulen eingereicht hatten. Mit einem Sonderpokal geehrt wird Stella Abel von der Adolf-Reichwein-Schule (Limburg). Eine Wertung in „Gold“ erhielten 85 Würste, 40 „Silber“ und 5 „Bronze“, wie der Fleischerverband

Hessen auf seiner Homepage mitteilte. Die beste Fleischwurst 2023 kommt aus der Fleischerei Klaus Frühling aus Büdingen (Fleischwurst nach Frankfurter Art). Auf Platz 2 kam die Metzgerei Ralph Bach aus Rüdeshcim-Assmannshausen (Rheingauer Fleischwurst). Den dritten Platz belegte Bernhard's Fleisch und Wurstwaren aus Hatzfeld (Hessische Premium-Fleischwurst). Ihre Pokale und Urkunden erhalten die Fleischereien am 5. Juni 2023 im Rahmen des Hessentags in Pfungstadt.

mth

www.fleischerverband-hessen.de

Handmann Unternehmensgruppe 5. Generation übernimmt

Mit Markus Handmann (2.v.re.) und Valentin Ulrich (2.v.li.) übernahm am 1. April 2023 die fünfte Familiengeneration die Geschäftsleitung der Handmann Unternehmensgruppe. Der bisherige Geschäftsführer der Handmann Holding, Thomas Handmann (mitte, 70), wechselt Ende Juni 2023 in den Beirat des Unternehmens. Er hatte die Geschäftsführung vor 25 Jahren von seinem Vater Arthur Handmann übernommen. Der Umsatz hat sich in der Zeit auf heute 1,1 Mrd. Euro mehr als vervierfacht. Auch die Anzahl der Beschäftigten stieg von rund 1.600 auf 4.300 (2022). Ende Juni wird Markus Handmann und Valentin Ulrich die Verantwortung für die Unternehmensgruppe übertragen. Beide bringen Erfahrung aus Maschinenbau und Management mit und waren in verschiedenen Führungspositionen im eigenen und anderen Unternehmen tätig. Im Bild außerdem: Harald Suchanka (li, CEO F&P) und Dr. Mark Betzold (re., CTO F&P).



www.handmann.de/food

Markenschaufenster

Einzigartige Metzgerei/Feinkost in Florida, USA

Seit 1953 spezialisiert auf hausgem. Wurstwaren, Selbstgeräuchertes und dt. Feinkost. Einziger Betrieb dieser Art in der Region, über 800 Stammkunden, 1a Lage. Ausgezeichnete Expansionsmöglichkeiten. Kauf qualifiziert für E-2 Visum, Englisch- und Fachkenntnisse Voraussetzung. VHB \$457.000 (o. Immobilie)

Exposé und Anfragen: Tobias Kaiser/Fa. Kaiser Associates (Makler), Boca Raton, Fla, +1-954-834-3088, KaiserAssoc@gmail.com

Erfolgreich weitergebildet

Eine bemerkenswerte Anzahl Damen und Herren nahm in den ersten drei Monaten 2023 erfolgreich an Weiterbildungskursen an der Fleischerschule Augsburg teil.

Den Anfang vom 23. Januar bis 3. Februar 2023 machten 33 neue Fleischsommeliers als neue Mitstreiter der 2016 gestarteten „Mission Fleisch“. Neben Teilnehmern aus deutschen Ländern waren im 32. Kurs dieser Fortbildung auch welche aus der Schweiz und Südtirol dabei. Ihr neues Wissen hinsichtlich aktueller Cuts, Fleischreifung, Qualitätseinflüssen, Food-Pairing, Marketing und Zubereitung dient ihnen nicht nur bei der Beratung an der Theke und der Weitergabe an ihre Mitarbeiter dort, sondern beeinflusst auch den Einkauf beim Landwirt und eröffnet neue Perspektiven bis hin zur Gastronomie.

Nach der Premiere der Weiterbildung zum Zertifizierten Wildsommelier im Juli 2022, fand der zweite Kurs dieser Art vom 06. bis 17. Februar 2023 statt. Darin geht es unter

anderem um Special-Cuts von Reh/Hirsch und Wildschwein, das fachgerechte Zerlegen, die Veredelung von Wurst und Schinken aus Wild, Fleischhygiene u.v.m. Der dritte Kurs findet vom 3. Juli bis 14. Juli 2023 statt.

Vom 27. Februar bis zum 1. März 2023 leitete der Maestro-Cortador und Kurserfinder Ronny Paulusch den zehnten Kurs zum/zur Cortador(a) und vermittelte sein Know-how über europäische Schinken sowie das professionelle Aufschneiden von Knochenschinken. Vom 5. bis 8. Juni 2023 wird es einen „Extended“-Kurs in Everswinkel im Münsterland geben, der inhaltlich und vom Zertifikat identisch ist, aber um eine Hofführung durch Christian Vincke bei Iberico Westfalia sowie einen spanischen BBQ-Abend erweitert ist und damit einen Tag länger dauert.

13 Damen und Herren schlossen Mitte März schließlich den siebten Weiterbildungskurs zum/zur Wurst- und Schinkensommelier(e) ab und freuten sich über ihre Zertifikate. Sichtlich stolz auf ihre Schützlinge war auch Kursleiterin Sabine Höchtl-Scheel und gratulierte ihnen zu allen gezeigten Leistungen. Zwei Wochen lang – vom 8. bis 17. März 2023 – stand das Thema Wurst und Schinken in aller seiner Vielfalt auf dem Programm – national wie international: Rohwurstreifung, Roh- und Kochschinken, Fingerfood, Food-Pairing mit Brot und Bier, Sensorik, Geschmacksprofile und Ernährungsphysiologie. Auch dieser Kurs endete mit einer schriftlichen und praktischen Prüfung. Der achte Kurs ist für den 19. bis 30. Juni 2023 terminiert **mtH**
www.fleischerschule.de



Alle diese Damen und Herren bildeten sich in den ersten Monaten 2023 an der Fleischerschule Augsburg weiter: Fleischsommeliers (o.re.), Wildsommeliers (o.li.), Wurst- und Schinkensommeliers (u.re) und Cortadoren (u.li.). Herzlichen Glückwunsch zur erfolgreichen Teilnahme und weiterhin viel Erfolg für die Zukunft.





Handwerksbetriebe entlasten

Beim Besuch des parlamentarischen Geschäftsführers der Freien Wähler-Landtagsfraktion, Dr. Fabian Mehring, richteten die bayerischen Ernährungshandwerke klare Forderungen an den Politiker.

Der Einladung in die Fleischerschule Augsburg folgten außerdem die Landtagskandidatin Marina Jakob (3.v.r., Langweid am Lech) sowie der Metzgermeister und Kreisrat Rainer Naumann (li., Bobingen). Beim Besuch wurden nicht nur die hochmodernen Bildungsräumlichkeiten der Fleischerschule besichtigt. Der Austausch mit den Teilnehmern und Teilnehmerinnen verschiedener Kurse – ob Auszubildende, Meisterschüler oder Fleisch-Sommelier, unterstrich zudem den hohen Standard der handwerklichen Aus- und Weiterbildung in Bayern.

„Unser Handwerk ist ein fester Bestandteil des Fundaments unseres Wohlstandes. Deshalb werden wir die handwerkliche Meisterausbildung mit der akademischen Ausbildung gleichsetzen und künftig kostenfrei stellen. Die Erhöhung des Meisterbonus ist ein erster Schritt auf diesem Weg“, so Dr. Fabian Mehring (2.v.r.). Anschließend folgte

ein Austausch mit den Landesgeschäftsführern des Metzger- und Bäckerhandwerks zu den drängendsten Themen der Branchen. „Der Krieg in der Ukraine hat die Energie- sowie andere wesentliche Kostenbestandteile auf eine Höhenfahrt geschickt. Durch die Strom- und Gaspreisbremse werden Betriebe zwar bis Ende April 2024 entlastet, jedoch muss diese Entlastung über diesen Zeitpunkt hinausgehen“, sagte Lars Bubnick, Geschäftsführer des Fleischerverband Bayern.

Auch Fabian Mehring unterstreicht dies: „Dass die Bundesregierung diese Option zwingend ziehen muss, daran besteht gar kein Zweifel, wenn wir die Wirtschaft weiterhin entlasten und für faire Wettbewerbsbedingungen im europäischen Vergleich sorgen wollen“, ergänzte er. Gleiches gilt für fortlaufende Verbotsdiskussionen, die auf Bundes- und EU-Ebene geführt werden. Ein Beispiel: der Beschluss des EU-Umweltausschusses, nachdem Kühl- und Kälteanlagen

in kleinen Handwerksbetrieben ab einem gewissen Zeitpunkt de facto nicht weiterbetrieben, sondern bis zu einer Ersatzbeschaffung stillgelegt werden müssten. Solche Beschlüsse sind laut Experten derzeit entweder technisch nicht umsetzbar oder bringen extreme Risiken mit sich. Dazu Dr. Fabian Mehring: „Natürlich unterstützen wir den Umwelt- und Klimaschutz. Was wir dazu brauchen, ist eine Politik mit Sinn, Verstand und Augenmaß für die Gegebenheiten in der Praxis. Dafür steht die Bayerische Staatsregierung. Was wir nicht brauchen, sind ziel- und planlose Verbote, die aus dem Elfenbeinturm heraus vorgegeben werden. Wir lassen unsere Betriebe nicht im Stich. Ich danke allen, die sich vom vermeintlichem Zeitgeist nicht blenden lassen, sondern mit uns für den Erhalt unserer bayerischen Ernährungshandwerke und damit um den Erhalt unserer bayerischen Lebenskultur kämpfen.“ www.metzgerhandwerk.de



Fleischgipfel in Rostock

Ende März war Rostock das Zentrum des deutschen Fleischgenusses. Der Fleischsommelier Deutschland e.V. veranstaltete dort seine diesjährige Mitgliederversammlung.

Über 30 Fleischsommeliers aus der ganzen Republik folgten dem Ruf in den Norden und wurden vom 1. Vorsitzenden Dirk Freyberger begrüßt. Auf der Tagesordnung stand unter anderem der Rückblick auf die Aktivitäten 2022, bei dem dem Gewinn der Weltmeisterschaft durch das Butcher Wolfpack in Sacramento gebührend Platz eingeräumt wurde. Ende September 2023 wird das Weltmeister-Rudel das Nationalteam Australiens in der Fleischerschule Augsburg begrüßen. Parallel dazu soll es ein Casting für das nächste WM-Team geben, für das sich interessierte Kolleginnen und Kollegen bewerben können.

Die Mitglieder und der Vorstand legten weitere Arbeitspunkte für die Zukunft fest. Neben der Wiederbelebung des Newsletters und der Pflege des fachlichen und persönlichen Austausches, sollen mehrfach pro Jahr Online- sowie Präsenzseminare für die Vereinsmitglieder an unterschiedlichen Orten der Republik stattfinden. Dabei stehe nicht

nur Fleisch im Mittelpunkt. Auch Themen wie vegane Trends für Catering-Aufträge über Mikrobiologie und Produktsicherheit bis hin zu Gewürzkunde und Digitalisierung sollen „beackert“ werden. Zudem wurden Fachexkursionen sowie die Teilnahme des Vereins an der Sächsischen und Deutschen



Der Gastgeber: Andreas Ledder

Grillmeisterschaft beschlossen. Ebenso genehmigten die Anwesenden die Jahresrechnung und die Haushaltspläne für zwei weitere Geschäftsjahre. Doch auch abseits der Versammlung war einiges geboten. Gastgeber Andreas Ledder von der gleichnamigen Fleischerei hatte ein abwechslungsreiches Programm zusammengestellt: von der klassischen Hafenerundfahrt bis hin zum Foodpairing-Event mit Weinsommelier-Begleitung sowie dem abendlichen Get-together. Gerade der fachliche Austausch und das Netzwerken sind fester Bestandteil solcher Treffen. Verbunden mit dem Dank für die Organisation und den reibungslosen Ablauf überreichte Dirk Freyberger dem Chef-Organisator Andreas Ledder ein Exemplar der Limited-Edition des Weltmeister-Messers „BBQ No.1“ der Premium Cut-Serie von Giesser Messer. 2024 trifft sich Deutschlands „Speerspitze in Sachen Fleisch“ zur Mitgliederversammlung in Bad Hindelang im Allgäu. www.fleischsommelier-deutschland.de

Nachhaltig und praktisch

Ein Partner des Fleischerverband Bayern in Sachen Mehrwegsysteme ist das Münchner Unternehmen Recup/Rebowl. Auch die Metzgerei Lohberger in Rosenheim nutzt das System.



Metzgermeister Hubert Lohberger

für eine Vielzahl an Angeboten aus der Fleischtheke sowie für warme Mittagsspeisen aus der Heißen Theke geeignet.

www.recup.de, www.metzgerei-lohberger.de

Bundesweit sind rund 200 Metzgereien Partner von Recup/Rebowl und ermöglichen es so ihren Kunden To-go-Speisen in einem Mehrwegbehälter mitzunehmen und aktiv Müll zu vermeiden. Insgesamt gibt es in Deutschland rund 21.000 Partnerbetriebe, die diese Mehrwegbehälter zurücknehmen.

In Bayern nutzen neben der Metzgerei Lohberger auch die Metzgerei Heimann aus Grafing und die Münchner Metzgerei Franz das System. „Die Wurzeln und ersten Gehversuche von Recup liegen in Rosenheim. Wir sind froh, mit unserer Metzgerei an dem

heute deutschlandweiten Mehrwegsystem teilzunehmen. Wir nutzen es gerne und wünschen es uns als einheitliche Lösung für Rosenheim, damit die Kundschaft die Behälter überall einfach ausleihen und zurückgeben kann“, sagt Hubert Lohberger, Inhaber der Metzgerei und Obermeister der Innung Rosenheim Stadt und Land. Mit der Nutzung des Systems haben Metzgereien eine einfache Lösung der seit 1. Januar 2023 geltenden Mehrwegangebotspflicht nachzukommen, nachhaltig zu handeln und Einwegverpackungen einzusparen. Die Rebowl-Schale ist in ihren drei Ausführungen

Foto: Recup



Pökelnadeln in Original-Schröder-Qualität

Gestochen scharf kalkuliert!

Bis einschließlich **Juni 2023** erhalten Sie beste Schröder-Qualität zum kleinen Preis – alle Pökelnadeln* sind stark reduziert!

- Bis zu **30% Kostenersparnis**
- **Original-Schröder-Qualität** – längere Haltbarkeit durch weniger Verschleiß
- **Beste Lakeverteilung durch hoch präzise Fertigung**

Auf Ihre Anfragen freuen sich unser Mitarbeiter vom Aftermarket,
E-Mail: spareparts.werther@jbt.com

Pökelnadeln ab
16,99 €

*Steaker-, Duo- und Quadro-Nadeln ausgenommen!
Alle Preise netto zzgl. Umsatzsteuer.

Magische Momente



Im Rahmen eines feierlichen Festakts wurden die ersten Jungmeisterinnen und -meister 2023 der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut aus dem Gesellenstand freigesprochen.

Sie haben es geschafft: Nach Monaten voll Fleiß, Disziplin und Anspannung freuten sich 29 Absolventinnen und Absolventen des 450. Meisterkurses über ihren erfolgreichen Abschluss und die damit einhergehende Verleihung von „Meister-ehre, Meisterwürde und Meistertitel“. Mit dem positiven Prüfungsergebnis erfüllten sich die Jungmeisterinnen und -meister, die aus

ganz Deutschland, Österreich und Luxemburg angereist waren, ihren persönlichen Fortbildungsraum. Barbara Zinkl-Funk, geschäftsführende Gesellschafterin der 1. BFS, gratulierte ihren Schützlingen zu diesem „Magic Moment mit Gänsehaut-Garantie“ und betonte, wie wertvoll ihr Abschluss sei, um dem Fachkräftemangel aktiv entgegenzutreten. So mussten die Kursteilnehmerinnen und -teilnehmer auf ihrem Weg allerhand Herausforderungen meistern und ihr handwerkliches Können unter Beweis stellen: „Wie kesselfrische Weißwürste wurden wir sofort ins kalte Wasser geworfen“, beschrieben die Kursprecher Barbara Schranner und Jakob Draxler in ihrer Dankesrede die ersten Tage der Ausbildung. Doch schnell wurden sie dank der Dozentinnen und Dozenten der 1. BFS fit in allen Bereichen der Meisterausbildung gemacht – von der Wurstproduktion über das Zerlegen bis hin zu Betriebswirtschaft und Recht. Als Kursbeste erhielt Stefanie Stockhammer aus Tittmoning eine besondere Auszeichnung.

Zum Höhepunkt des Festaktes sprach Kathrin Zellner, die Vizepräsidentin der Handwerkskammer Niederbayern-Oberpfalz, die Absolventinnen und Absolventen schließlich frei vom Gesellenstand und betonte die weltweit anerkannte Qualität ihrer Ausbildung. Auch wenn das Metzgerhandwerk zu einem der ältesten Gewerke gehöre, brauche es doch „aufgeschlossenen und engagierten Nachwuchs mit frischen und innovativen Ideen. Dieser steht heute hier vor uns!“ Weitere Informationen zu den Inhalten der Weiterbildungsangebote gibt es im Internet unter www.fleischerschule-landshut.de.



Kurse 2023/2024

- Metzger-/Fleischermeister*in
4. Sept. bis 25. Nov. 2023 (Teil I-IV)
4. Jan. bis 23. März 2024 (Teil I-IV)
- Fleischsommelier (BFS)
10. bis 18. Juni 2023 + 8. Juli 2023
23. Sept. bis 1. Okt. 2023 + 25. Nov. 2023
- Sach-/Fachkunde Frischfleischtheke
4. bis 8. September 2023
- Wurst- und Schinkensommelier
4. bis 10. November 2023

Stefanie Stockhammer (mi.) freute sich über die Auszeichnung zur Kursbesten. Kathrin Zellner (re.) und Barbara Zinkl-Funk (li.) gratulierten der Jungmeisterin zum Erfolg.



Zeigen, was man kann

2017 jobbte Celina Schwing bei der Metzgerei Häuser in Aschaffenburg und brach 2018 für ihre Ausbildung zur Fleischeri-Fachverkäuferin ihr Lehramt-Studium ab. Nach dem Meistertitel studiert sie seit Herbst 2022 Lebensmittelsicherheit (B.Sc.) an der Hochschule Geisenheim.

Schon 2020 war die heute 26-Jährige auf der Erfolgsspur. Sie beendete ihre Ausbildung mit der Traumnote 1,0 und wurde vom Landkreis Aschaffenburg geehrt. Es folgten Weiterbildungen zur Verkaufsleiterin/Foodstore-Managerin und zur Fleischermeisterin (2021) sowie zur Fleisch-Sommeliere (HWK) im Juni 2022 am BTZ Weiterstadt, wo sie heute neben ihrem Studium im Bereich der Fachschule Heyne als Ausbilderin der Abteilung Nahrungsmittelhandwerk tätig ist.

Warum hast du dich für Berufe und Weiterbildungen im Fleischerhandwerk entschieden?

Nach meinem Abi jobbte ich bei der Metzgerei Häuser. Daraus entwickelte sich meine Liebe zum Beruf, die auch damit zusammenhängt, dass ich so eine Familientradition fortführe – 5. Generation Fleischermeisterin mütterlicherseits, 3. Generation väterlicherseits. Mich freut es sehr, diesen traditionsreichen und modernen Beruf ausführen zu können.

Welche Erfahrungen waren in deiner Ausbildung am wertvollsten?

Ich habe viel mitgenommen, nicht nur was den Job betrifft. Es hat mich als Person reifen lassen und mir zu mehr Selbstständigkeit verholfen. Mein Durchhaltevermögen und meinen Ehrgeiz hat es gefördert, auch weil es manchmal nicht leicht ist, sich in einem männerdominierten Berufsfeld als Frau zu etablieren. Da heißt es hin und wieder Zähne zusammenbeißen und zeigen, was man kann.

Du gibst dein Wissen auch an der Fachschule Heyne (BTZ Weiterstadt) an den Branchennachwuchs weiter...

Ja genau, von Januar bis Oktober 2022 und nun unterrichte ich als Dozentin Verkaufsleiter, Fleischer- und Bäckermeister, Quereinsteiger in Sachkundekursen für die Führung von Frischfleischtheken sowie Azubis in überbetrieblichen Lehrlingsunterweisungen, was sehr viel Spaß macht. Wir haben tollen Nachwuchs!

Was bedeutet dir die Berufung in die Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks?

Das freut mich sehr! Ich fühle mich geehrt, das Fleischerhandwerk offiziell und repräsentativ vertreten zu dürfen. Ich leiste gerne einen Beitrag dazu, zu zeigen wie unser oft verkanntes Handwerk wirklich ist: kreativ, filigran, kulinarisch, abwechslungsreich und spannend! Wir sind so viel mehr als die Vorurteile, mit denen unser Handwerk zu kämpfen hat. Im Einsatz für die Nationalmannschaft bin ich z. B. beim Hessentag im Juni in Pfungstadt.

Was motiviert dich, deinen eingeschlagenen Weg weiterzugehen und warum sollten junge Menschen Berufe im Handwerk erlernen?

Ich liebe es, praktisch zu arbeiten. Wir sind an einem Punkt, in dem wir die Zukunft unseres Handwerks prägen werden. Wie es weitergeht, entscheiden wir mehr als die Generationen zuvor. Wir können tolle Veränderungen bewirken –

ohne dass dabei das Positive des Traditionsreichtums auf der Strecke bleibt. Ich kann meine Kreativität ausleben, z. B. neue Rezepte ausprobieren und besondere Geschmackserlebnisse kreieren. Und: Ich habe die Möglichkeit, die Qualität und Herkunft der Produkte selbst zu kontrollieren und sicherzustellen. Junge Menschen sollten das Metzgerhandwerk erlernen, da es eine verantwortungsvolle Tätigkeit ist und es um die Qualität und Sicherheit von Lebensmitteln geht. Unsere Berufe erfordern viel Fachwissen und handwerkliches Geschick. Wer also gerne mit Lebensmitteln arbeitet und ein Händchen für die Handwerkskunst hat, sollte mal bei uns reinschnuppern.

Wo würdest Du nach Deinem Bachelor-Abschluss 2025 am liebsten arbeiten?

Gerne wieder im Fleischerhandwerk oder an der Handwerkskammer. Ich kann mir viel vorstellen. Erstaunlicherweise eröffnet mir vor allem mein Meistertitel viele berufliche Möglichkeiten.

Vielen Dank für das Gespräch! mth



Grillen ist Genuss



Wenn es ums Grillen geht, ist und bleibt Fleisch heiß begehrt. Auch Fleischloses braucht Würze. Damit der Geschmack nicht eintönig wird, schaffen Gewürze und Marinaden Abhilfe und bringen internationale Aromen auf den Teller.

Für viele Grillfans kommen traditionell Fleisch, kreative Bratwurstvarianten, Bauchscheiben oder Grillfackeln, für bewusste Esser auch Fisch auf den Grillrost. Doch auch hier ist ein Wandel im Gange: Neben tierischen Lebensmitteln landen auch pflanzliche Alternativen über der Glut, im Dutch Oven, auf der Plancha oder dem Gasgrill. Damit dabei nicht nur Kräuterbutter zum Einsatz kommt, bieten sich Marinaden und Trockenwürzungen an. Wasserbasierte Marinaden besitzen etwa Sojasauce, Fruchtsäure oder -saft als Basis, ölbasierte Saucen für das Grillgut bestehen aus einer Kombination von pflanzlichem Öl und Gewürzen. Pesti oder eine karibische Jerk-Marinade zählen zu den pastösen Beizen, während sich auch allseits beliebte BBQ-Saucen oder Rubs zum Veredeln von Grillgut eignen. Daher sind auch die Fleischtheken mit einer kreativen Auswahl an Grillspezialitäten bestückt. Dank der Entwicklungen der vergangenen Jahre – auch der Corona-Pandemie – beschäftigt auch das Thema Nachhaltigkeit auch die Grill-Community.

„Vor allem bei der Fleischqualität wird auf regionale und nachhaltige Erzeugnisse gesetzt. Dabei stehen Themen wie Tierwohl, eine ökologische Haltung und nachhaltige Prozesse im Fokus“, erläutert Benjamin Arkhurst, Leitung Produktentwicklung Block Foods, den Trend hin zu hochwertigerem Fleischkonsum. Da ist man schnell beim Thema Dry-aged-Beef und den sogenannten New Cuts wie Flat Iron, Hanging Tender oder Tri Tip, die gerne pur genossen werden. Für Kunden, die beim Grillgut lieber geschmackliche Abwechslung und exotische Noten lieben, haben die Gewürzspe-



Beck Gewürze und Additive führte kürzlich die erste grillfähige Panade für Schnitzel ein.



BBQUE-Saucen von Develey Food Service.

zialisten der Branche wieder ein vielfältiges Angebot parat. Nachfolgend werden ausgewählte Neuheiten vorgestellt.

Grill-Schnitzel

Schnitzel grillen? Das mag komisch klingen, aber das Ready-Compound – die erste grillfähige Panade, die Beck Gewürze und Additive bei seinen Beckspereience-Shows im April präsentierte – hat einige Vorteile. Panierte Fleischwaren sollten im Convenience-Bereich und in der Frischetheke angeboten werden. Die „Gritzel“ (Grill-Schnitzel) können nach dem Panieren direkt eingefroren werden und so je nach Bedarf zum Einsatz kommen. Auch bei einer längeren Lagerung ziehe die Panade kein Wasser. Caterer profitieren zudem von einem geringeren Einsatz von Kochausstattung; statt in Pfannen und Herd das Grill-Schnitzel einfach mit auf den Grill legen. Der Zusatz „Schnitzel Quick Fit“ führe zu einer optimalen Bindung an das Fleisch und halte die Panade vor und während des Grillvorgangs fest. Kreativ kann die Panade mit Gewürzen wie Paprika, Chili oder mehr aufgepeppt werden. Die Zubereitung erfolgt ohne zusätzliches Fett oder Öl, ist aber auch in der Pfanne möglich. Zwei weitere Neuheiten hat der fränkische Gewürzspezialist in petto. Die gelb glänzende

SoftFix-Marinade „Smokey Honey“ mit einer Kombination aus süßer Honignote und kräftigem Rauchgeschmack. Grober schwarzer Pfeffer, feiner Ingwer sowie Petersilienblätter runden sie ab. Das kräftig leuchtende Gewürzsalz „BeckWürz Baked Onion“ verfügt über eine Vielzahl unterschiedlich gerösteter Zwiebeln und weiterer Röstaromen.

Kreativ verfeinern

Mit einigen Neuheiten seiner Marke Wiberg entführt auch *Frutarom Savory Solutions* Genießer in neue Geschmackswelten. Eine davon ist die Gewürzmischung Lemon-Chili-Pepper, eine Komposition, in der sich der Geschmack frischer Limonen, feuriger Chilis, dezent-süßen Rohrzuckers und aromatisch-scharfen Pfeffers vereint. Sie spannt einen Bogen von fruchtiger Säure zu anregender Schärfe und wird durch eine harmonische Süße abgerundet. Die Mischung eignet sich etwa für Fisch, Rind, Geflügel sowie helle Fleischsorten, harmoniert aber auch mit Gemüsekreationen. Als ausgefallene Garnitur oder Dekoration gibt es zudem den Kräuter-Blüten-Mix mit einer abgestimmten Mischung aus Lauch, Brennnesselblättern,

Petersilie, Ringelblume sowie Rosen- und Sonnenblumenblüten, der für eine farbenfrohe Vielfalt sorgt.

Alle Marinol-Marinaden von *Lay Gewürze* sind allergenfrei und ermöglichen in der Theke eine appetitliche Warenpräsentation. Neu sind etwa das rote Gewürzöl „Marinol BBQ“ mit einer pikanten BBQ-Würznote und

feinem Rauchcharakter. Die Würzung unterstreicht dezent eine Röstnote, die den Geschmack unterstreicht. Nicht zu scharf, aber dennoch mit angenehmer Chilinode ergänzt „Marinol Spicy“ die Produktpalette für alle, die es herzhafter mögen. „Marinol Lemon Butter“ ist kräftig gelb und

durch die deutliche Butternote in der Spargelsaison ein guter Begleiter für Steaks und Pfannen. Mediterranes Flair bringt „Marinol Rosmarin Lemon“ in die Theke und fördert den Glanz der Fleischspezialitäten. Die Trockenwürzung „Nice to Meat“ für Rind- und Schwein wird wie ein Rub angewendet. Geräuchertes Salz gibt ihr eine spezielle Note, kombiniert mit Paprika und einer leicht fruchtigen Süße. Abgerundet wird das Grillsortiment durch einen der Bestseller 2022: den „Compound für Grilltaler“. Auf der Basis von Käse entsteht eine Spezialität,

„Vor allem bei der Fleischqualität wird auf regionale und nachhaltige Erzeugnisse gesetzt.“

Benjamin Arkhurst

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



Taste the Tropics!

Entdecken Sie unsere neuen SUN SPICE Variationen.





Frutarom Savory Solutions: Lemon-Chili-Pepper.



Van Hees: Vantasia Schlemmer-Öl Rosmarin.



Lay Gewürze: Marinol Rosmarin Lemon.



Raps: Compound Easy Cheesy.



Moguntia Food Group: Smokey BBQ Sauce.

die nicht zerläuft, schmelzig im Biss ist und sich mit Würzölen zur attraktiven Fleisch-alternative im Angebot veredeln lässt.

Die US-amerikanische Küche ist ein Klassiker des BBQ und bildet eine ideale Verbindung aus Essen ohne Einschränkungen und vielen regionalen BBQ-Stilen. Dort wird mit verschiedenen Rauchtchniken und starken Aromen gearbeitet, die dem Fleisch ein gewisses Etwas verleihen. Mit der „Smokey BBQ Sauce“ bringt die *Moguntia Food Group* ein Zusammenspiel einer ausgeprägten Rauchnote und leicht fruchtigen sowie süß-sauren Aromen auf den Teller.

Das Mittelmeer mit seiner Fülle natürlicher Früchte und Zutaten ist ein Garten Eden für Genießer. Den Geschmack mediterraner Gefilde bringt *Van Hees* mit dem grünen Vantasia® Schlemmer-Öl Rosmarin oGAF auf das Grillgut. Damit gelingen vielfältige Spieße, Steaks oder gefüllte Taschen ebenso wie Speisen für den Mittagstisch. Die Ölmarinade mit leichter Transparenz und sichtbarem Kräuteranteil weist einen hohen Gehalt an Rosmarin auf, was gut zu rotem Fleisch wie Lamm oder Rind passt. Weitere Schlemmer-Öle in der Vantasia®-Range sind Lemon Pepper oGAF, Orange Ingwer oGAF und Gyros oGAF.

Saucen & Grillkäse

Die abwechslungsreichen BBQE-Saucen von *Develey Food Service* eignen sich nicht nur als geschmackvolle Begleiter bei Steaks-Kursen oder Grill-Events, sondern auch im Zusatzverkauf für Grillpakete, Geschenkkörbe oder Mitbringsel. Als rauchiger Allrounder enthält etwa die „BBQUE Original Sauce“ Zutaten wie Bier, Honig, Apfelmus und Preiselbeeren, was zu Grilladen aller Art

passt. Die Sorte „BBQUE Grill & Buchenholz“ mit einem Hauch Zwetschge ist vom Grillen über offenem Feuer und Buchenholz inspiriert. Einen scharfen Akzent beim Marinieren und Glasieren setzt die „BBQUE Chili & Kren Sauce“, eine Kombination aus Meerrettich und Chili.

Mit dem All-in-One Compound „Easy Cheesy“ ermöglicht es *Raps* Fleischereien, ihre Grilltheke mit fleischlosen Alternativen vielseitiger zu gestalten. Die Basisrezeptur basiert auf Gouda, ist aber auch mit anderen Käsesorten umsetzbar. Mit der Easy Cheesy-Mischung und Wasser entsteht im Kutter eine feine Emulsion. In mehrschichtige Kunststoffdärme zu einer Rolle abgefüllt, wird die Käsemasse bei 80°C bis zur Kerntemperatur von 76°C gebrüht. Danach die Rolle im Wasserbad abkühlen und in Scheiben schneiden. Auf dem Grill oder in der Pfanne zubereitet, wird der Grillkäse außen knusprig. Das Innere bleibt weich, wodurch beim Essen keine Quietsch-Geräusche entstehen. Die Rezeptur lässt sich nach Belieben verfeinern; Emmentaler etwa intensiviert den Geschmack. Mit Gewürzen, Kräutern, Gemüse oder Früchten entstehen ausgefallene Kreationen. Die App myRAzept bietet weitere Anregungen, z. B. mit Mango-Chutney ein exotisch-fruchtiger Käse oder mit Grana Padano eine herzhafte Variante.

Nützliche Links

www.beck-gewuerze.de
www.develey-foodservice.de
www.lay-gewuerze.de
www.moguntia.com
www.raps.de / www.van-hees.com
www.wiberg.eu

Seydelmann



Erkennen Sie den Unterschied? Wir können beides!

Maschinenfabrik Seydelmann KG

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

Kutter
Mischer
Wölfe
Feinstzerkleinerer
Produktionslinien



Seydelmann Hochleistungskutter

Perfekt für Produkte aus pflanzlichen Proteinen



Hochleistungskutter K 75 AC-8
mit Produktauswerfer

Seydelmann Hochleistungskutter bieten unschlagbare Vorteile:

- Kutter als optimale Verarbeitungsmaschinen für Fleischalternativen und Fleischprodukte einsetzbar
- Schnelles und vollständiges Auswerfen auch bei zähen und klebrigen Mischungen
- Hohe Partikelfinheit oder reines Mischen
- Schnelle und gleichmäßige Durchmischung
- Kurze Chargenzeiten
- Hohes Drehmoment für besonders zähe Mischungen
- Hygienic Design in allen Details: komplett rostfreier Maschinenständer, einglassene Abdeckungen, polierte Oberflächen, Reinigungsluken, entnehmbare Dichtungen
- Auto-Command 1000: mit automatischer Programmsteuerung

Gerne beraten wir Sie technologisch zur Herstellung verschiedenster Produkte.

Maschinenfabrik Seydelmann KG

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

**Kutter
Mischer
Wölfe
Feinstzerkleinerer
Produktionslinien**



Wild auf Wild

Metzgermeister Michael Keller ist selbst Jäger und gehörte im vergangenen Sommer zu den ersten zertifizierten Wildsommeliers der Weiterbildung an der Fleischerschule Augsburg.

Herr Keller, Wild ist ja so ziemlich das nachhaltigste Fleisch, das man essen kann, oder?

Dem kann ich nur zustimmen, solange das Wildfleisch auch wirklich aus Wald, Feld und Flur kommt und nicht als Gatterwild gezüchtet und geschlachtet wurde. In der aktuellen Diskussion um natürliche, artgerechte Fleischgewinnung sollte man Wildfleisch sowohl in den Theken als auch in den Speisekarten einen größeren Stellenwert einräumen.

Worauf sollten Kunden achten, wenn Sie Wild einkaufen?

Ich kenne einige Gastronomen, die selbst Jäger sind oder befreundete Jäger kennen, die ihnen regionales frisch erlegtes Wildfleisch bis an die Küchentüre liefern, das ist dann der Idealzustand. Darüber hinaus gibt es gerade im gut sortierten Gastronomie-Großhandel, aber auch in speziellen Metzgereien mit passender Wildabteilung oder sogar in speziellen Wildmetzgereien ein großes Angebot an heimischem Wildbret. Wildfleisch ist übrigens das ganze Jahr über frisch verfügbar, aber gerade ab September wird das Angebot deutlich größer.

Sie sind einer der ersten zertifizierten Wildsommeliers in Deutschland. Wer kann diese Weiterbildung absolvieren?

Eigentlich jeder der das Interesse hat und wildaffin ist, es ist allerdings hilfreich, wenn man entweder Metzger, Koch oder Jäger ist oder im Bereich der Wild-, Be- oder Verarbeitung tätig ist, denn so hat man auf jeden Fall eine passende Vorbildung. Aus diesen Bereichen setzte sich auch das Teilnehmerfeld aus dem ersten Kurs zusammen.

Wie ist der Kurs aufgebaut?

Der zweiwöchige Kurs zum „Zertifizierten Wildsommelier“ bot neben viel Praxiswissen auch die nötige Theorie, um dem Kunden das perfekte Geschmackserlebnis zu bieten. Internationale Referenten



Zur Person

Michael Keller ist Metzgermeister, Fleischsommelier, Jäger, Dozent und Fachautor. Ende Juni 2022 bot die Fleischerschule Augsburg gemeinsam mit dem bayrischen Jagdverband erstmals die zehntägige Weiterbildung zum „Zertifizierten Wildsommelier“ (m/w/d) an. Der nächste Kurs findet vom 3. bis 14. Juli 2023 statt. www.fleischerschule.de

aus dem Jagd-, Fleisch- und Kochsowie Foodbereich, etwa Spitzenkoch Tom Heinzle, Sternekoch Heiko Antoniewicz, Grillweltmeister Oliver Sievers, Fleisch- & Gewürzsommelier Matthias Endrass oder andere zeigten die breiten Möglichkeiten des Wildfleisches auf und boten dabei den berühmten Blick über den Tellerrand. Dazu gehörte der ethische Umgang bei der Jagd ebenso wie die mögliche Vermarktung von Wildfleisch. Neben der entsprechenden Kulinarik standen Sensorik und Weiterverarbeitung sowie die Zubereitung im Blickpunkt. Die Inhalte des Weiterbildungskurses wie Special-Cuts von Reh, Hirsch oder Wildschwein aber auch Wildgeflügel, Wildveredelung wie Reifen und Räuchern, auch Sensorik und Gewürzkunde, dazu vielfältige Zubereitungsarten, Food-Pairing und Food-Completing rundeten neben der passenden Fleischhygiene und einer

Kulturgeschichte Wild das umfangreiche Programm ab. Darüber hinaus standen auch ernährungsphysiologische Aspekte auf dem Lehrplan dieses Kurses.

Gibt es ein Wildtier, das Sie gerne wieder öfter auf der Speisekarte sähen?

Ich würde mir wünschen das mehr Federwild auf den Speisekarten der passenden Gastronomiebetriebe stünde, denn in verschiedenen Regionen gibt es genug davon. Das kann der Fasan, die Taube, die Wildente oder aber auch eine Wildgans sein, denn neben der heimischen Graugans gibt es immer mehr Nil- oder Kanadagänse, die inzwischen hier bei uns ihren festen Lebensraum finden. Außerdem würde ich es mir wünschen, dass neben den Klassikern wie Rücken und Keulen mehr andere Teilstücke wie Nacken- oder Keulensteaks in den Küchen Verwendung finden. Was immer geht ist z.B. eine Wildbratwurst, oder aber auch Wildburger-Pattys, die auch beim Grillen angesagt sind.

Nina Schinharl

Herzlichen Dank für das Gespräch.



Echtes erleben

Individuelles Design, funktionelle Technik und eine emotionale Ansprache müssen beim Ladenbau so miteinander in Einklang gebracht werden, dass sich Kunden aller Art wohlfühlen und gerne wiederkommen.

Weil die Welt immer digitaler wird und die Flut an Informationen zunehmend undurchsichtiger, schätzen viele Menschen ein ehrliches, persönliches und informatives Beratungsgespräch – vor allem im Fleischerhandwerk. Dabei gibt es auch hier längst digitale Elemente wie LED-Flatscreens mit visualisierten Ernährungstipps oder Rezeptvorschlägen sowie Bestell-Apps. Im Hintergrund vermitteln ein Facebook-, Instagram- oder TikTok-Account aktuelle Wochenangebote und Rezepte oder weisen auf spezielle Aktionen hin und locken so junge und neue Kundschaft ins Geschäft. Stimmt dann noch das Ambiente im Laden, kommt auch diese gerne wieder. Für den Ladenbau gilt: Technik und Design sind gleichwertig wichtige Elemente.

Steht ein Um- oder Neubau an, sind die Ansprüche an den Ladenbauer in der Regel hoch. Denn: Schon bei der Planung müssen die Arbeitsabläufe des jeweiligen Betriebes berücksichtigt sowie optimale Kühlbedingungen für die unterschiedlichen Waren

bedacht werden. Hinzu kommen das Storytelling in Form emotionaler Bilder der Metzgerfamilie oder der Produkte – digital und analog – eine ansprechende und verkaufsfördernde Produktpresentation sowie individuelle Wünsche. Aufgrund des Fachkräftemangels rücken zudem personalfreie und autonome Verkaufsbereiche oder Containerlösungen in den Fokus. Nachfolgend werden einige ausgewählte realisierte Projekte unterschiedlicher Ladenbauprofis vorgestellt:

Metzgerei & Partyservice Baumhauer, Schwäbisch Gmünd

Auf dem Schwäbisch Gmünder Gügling bekam der Partyservice der Metzgerei Baumhauer ein neues, großzügiges Zuhause und empfängt darüber hinaus im einladenden Bistro-Bereich täglich viele Hungrige aus der Umgebung. „Das Bistro ist der Burner“, freut sich der bfm-Innenarchitekt und Verkaufsberater Dietmar

Foto: bfm Ladenbau



In wasserlosen Heißtheken und anderen Theken werden die Speisen ihren unterschiedlichen Anforderungen entsprechend präsentiert.

Ostertag. Mit Ute und Dieter Baumhauer hat er den Neubau begleitet. Die Zusammenarbeit loben beide als „sehr gut und sehr kompetent“. Alle mitwirkenden Gewerke, sind sie sich einig, haben hier Großes geschaffen.

Damit sieht sich Dieter Baumhauer in einer langen Tradition seiner Familie. „In den Anfängen war bei Metzgereien immer ein Gasthaus dabei“, verweist er auf die Geschichte. Und so gehört auch zu seiner seit über 100 Jahren bestehenden Metzgerei das neuzeitliche Pendant des Gasthauses – ein Partyservice. Dieser wurde immer stärker nachgefragt und zum starken Standbein, so dass die Arbeitsräume für das Catering ausgelagert werden mussten, um mehr Platz zu schaffen. Ursprünglich war nur die Auslagerung geplant; dass ein großzügiger Bistro-Bereich hinzugekommen ist, ist auch dem Standort im Gewerbegebiet geschuldet, der eine hohe Besucherfrequenz verspricht. Drei Gerichte, eines davon vegetarisch, umfasst der täglich wechselnde Speiseplan. Zusätzlich können Klassiker wie Leberkäse, Fleischküchle oder Hähnchenschlegel vor Ort verzehrt oder mitgenommen werden.

Zum Wohlgefühl gehört neben den Speisen die einladende Gestaltung des Sitzbereiches. Sitzgelegenheiten auf verschiedenen Ebenen, bunte Stoffe und viel Holzoptik sorgen für Gemütlichkeit. Holzvertäfelte Nischen mit Geweihen bieten gleichermaßen Privatsphäre wie sie das Thema Jagd aufgreifen, das Dieter Baumhauer als begeisterter Jäger am Herzen liegt. Ein besonderer Kniff sind raumtrennende Stelen, die den Gästen je nach Winkel Einblicke in den Thekenbereich bieten. Der Raumtrenner greift so nicht nur das Element der Stelen vor dem Gebäude auf und schafft eine Verbindung von außen nach innen. Er verleiht dem Innenraum auch viel Dynamik. Dahinter werden die warmen Gerichte in wasserlosen Heißtheken von *bfm Ladenbau* angeboten. Sie können jedes Produkt je nach den unterschiedlichen Anforderungen perfekt warmhalten, da die Temperatur jedes einzelne GN separat eingestellt und angepasst werden kann. Kühlelemente für Snacks, Salate und

Zum Wohlfühlen gehört neben den Speisen eine einladende Gestaltung des Ladens.

Desserts ergänzen das Angebot. Für geschlossene Veranstaltungen zahlt es sich aus, dass alle Theken auch im SB-Betrieb genutzt werden können. Eine ideale Ergänzung also zur Metzgerei, die das Ehepaar in vierter Generation betreibt. Neben den Wildspezialitäten sind es vor allem viele Produkte aus Eigenproduktion und der regionale Bezug zu den umliegenden Bauern, die die Metzgerei auszeichnen. Und natürlich das Catering, das jährlich mehr als 400 Veranstaltungen mit leckeren Speisen versorgt.

Metzgerei Nigg, Terlan/Südtirol

Schon vor über 40 Jahren stand *Schweitzer* der Familie Nigg beim Geschäftsumbau beratend zur Seite. Nun erneuerten beide Partner ihr Engagement mit einer neuen Metzgerei. Die Geschichte der Dorfmetzgerei Nigg reicht bis ins 18. Jahrhundert zurück: Seit jeher stehe der 60 m² große Familienbetrieb für Qualität und Herzlichkeit. Mit der Neugestaltung der Verkaufsfläche, Teilen der Außenfassade und der Neuinterpretation des Logos wurde die Zusammenarbeit nun erfolgreich weitergeführt.

Für die Inhabersfamilie wurden ein aussagekräftiges Designkonzept und ein Layout erarbeitet, das die täglichen Arbeitsabläufe unterstützt und die Geschäftsfläche optimal ausschöpft. Das Store-Design zeichnet sich durch einen charmanten Mix aus moderner

Leichtigkeit und romantischem Landhausstil aus. Dekorative Holzelemente und hochwertige Materialien rücken die Produkte und das Handwerk in den Fokus. Optimierte Arbeitsabläufe dank Layout und maßgeschneiderten Kühlmöbeln: In enger Kooperation entstand ein durchdachtes Konzept, das ein perfektes

Handling hinter der Theke zulässt und zeitgleich den Kunden und das Produkt in den Mittelpunkt stellt. Individuell gefertigte Möbel und Kühlelemente sorgen nicht nur eine hohe Funktionalität, sondern schaffen auch Platz für neue Arbeitsflächen. Der neu integrierte Familienstammbaum sowie Erinnerungsstücke aus dem Bestandsinterieur lassen Tradition und Werte weiterhin Teil der Markenidentität sein. Zwei weitere Highlights sind das französische anmutende Vintage-Schaufenster aus Holz, das den Raum nach



WILLKOMMEN
in der Produktdatenbank von HAGOLA

- umfangreiche Informationen zu allen Artikeln – inklusive Ersatzteilen
- öffentlich: Bildmaterial, PDF-Zeichnungen und Ausschreibungstexte
- zusätzlich für Fachhändler: CAD-Daten und Listenpreise
- digital, tagesaktuell, einfach und übersichtlich – für effiziente Planungen und schnellen Service
- für den Zugang als Fachhändler einfach online registrieren

HAGOLA Gastronomie-Technik GmbH & Co. KG
Tel.: 04444 201-0 | info@hagola.de

SCAN MICH



www.hagola.de



Das Store-Design der Metzgerei Nigg kennzeichnet ein Mix aus moderner Leichtigkeit und romantischem Landhausstil.



Individuell gefertigte Möbel und Kühlelemente sorgen für eine hohe Funktionalität und schaffen Platz für neue Arbeitsflächen.

außen zum Dorfgeschehen hin öffnet, sowie die originalgetreue Nachbildung historischer Fleischhängeschränke.

Metzgerei Krinner, Oberschneiding

Die Zeiten, in denen der Metzger die Sau zum Schlachten durchs Dorf getrieben hat, sind auch hier seit zwei Generationen vorbei. Bei der Metzgerei Krinner laufen die Schweine aber nun durch die Monitore und die elektronischen Preisschilder (Digital Price) von Shop-IQ in der Theke (8 lfm Kühltheke Sirius 3). Die Kinder sind davon begeistert, bei den Erwachsenen schafft dies Aufmerksamkeit für die Angebote. Thomas Krinner, Obermeister der Innung Straubing-Deggendorf, hat zusammen mit *Aichinger* einen Laden geplant und eingerichtet, der auch die Generation Z seines Sohnes Andreas anspricht. Die Familie betreibt die einzige Metzgerei im Ort und den umliegenden Ortschaften. Trotz spürbarer Kaufzurückhaltung im Handwerk ist der Umsatz deutlich um 20 % gestiegen. Andreas Krinner weiß auch, warum. Die jungen Familien aus dem Neubaugebiet kommen nun auch zum Einkaufen.



In der Metzgerei Krinner in Niederbayern gelang ein Umbau auf kleiner Fläche. Das lockte neue Kunden an, der Umsatz stieg seitdem deutlich.

Spachtelputz in einem warmen Braunton an der Wand, Holzlamellen mit Akustik-Elementen an der Decke, helle Fliesen, Regale und in Echtholz eingefasste Monitore schaffen eine angenehme Atmosphäre und dimmen den Geräuschpegel. Und noch etwas Entscheidendes ist auf der 41-m²-Ladenfläche gelungen: Täglich werden nun bis zu 50 Mittagessen ausgegeben. Das warme Snack- und Mittagsangebot wird in der kompakten Heißtheke mit dem Wärmesystem Platte 64 in gusseisernen Brättern angeboten. Die Präsentation ist nicht nur attraktiver im Vergleich zu früheren GN-Behältern, sondern auch energieeffizienter und die Pommes bleiben am „Currywurst-Tag“ länger frisch. Direkt neben der Heiß-

theke wurde ein Durchgang zum benachbarten Gastraum geschaffen. In den wärmeren Monaten laden einige Tische vor der Metzgerei zum Essen und Verweilen ein.

Das Marktforschungsinstitut GfK hat festgestellt, dass Lebensmitteleinzelhandel und -handwerk durch displaygestützte Werbelösungen 16 bis 24 % Umsatzsteigerung erzielen können. Das kann Andreas Krinner bestätigen. Die Bewerbung des Wildragouts auf dem Display hat den Absatz um gut 20 % gesteigert. Er stellt die Inhalte beim Model Marketing von Shop-IQ und beim digitalen Preisschild selbst ein: „Das ging ganz einfach.“

Metzgerei Dreymann, Hamburg

Prinzipiell freut man sich als Ladenbauer über jeden Auftrag eines Metzgers bzw. Fleischers für einen neuen Laden, aber bei Andreas Dreymann tatsächlich noch ein bisschen mehr. Denn: Hier war von Beginn an klar, dass *Schrutka-Peukert* nach eigenem Empfinden sein gesamtes handwerkliches Können zeigen darf und muss, um dem Anspruch des Fleischermeisters und Fleischsommeliers gerecht zu werden. Der Charakter des Gebäudes sollte erhalten werden, mit industriellem Flair, handwerklich, bodenständig und nachhaltig – bei der Materialauswahl und in Bezug auf Qualität und Haltbarkeit. Viele Kriterien mussten zusammengeführt und abgestimmt werden. Die

konsequente Durchführung erforderte viele Planungs- und Werkstattstunden. Vom Fleischschauschrank zum Reifen im Schaukasten – ein Einzelstück – über Säulen im Verkaufsraum, die – auch wenn dort eine Fleischtheke hin musste – eben da stehen, wo sie stehen, bis hin zu innovativen Lösungen – sogar für die Barhocker.

Die Qualität und die Ansprüche von Andreas Dreymann an seine eigenen Produkte bezüglich Tierwohl, Bio-Standards und Fairness für alle Beteiligten bei deren Erzeugung sind einmalig. Entsprechend

musste es auch die Ladeneinrichtung sein. „Das gesamte Repertoire unseres Könnens war gefragt, um den Fleischschauschrank im Fenster und die Kühltheke millimetergenau auf Maß gefertigt in die räumlichen Gegebenheiten des denkmalgeschützten Hauses einpassen zu können“, heißt es von Schrutka-Peukert.

Heraus kam ein Ladengeschäft, in dem der Kunde mit allen Sinnen genießen kann und schon beim Betreten weiß, dass hier ein besonderes Einkaufserlebnis auf ihn wartet. Ein schönes und einmaliges Detail ist der Metzger-/Fleischer-„Walk of fame“ im Sitzbereich, mit dem Andreas Dreymann in Form goldener Sterne das Engagement für die Branche verdienter Kollegen und Kolleginnen (z. B. Christoph Grabowski, Dirk Ludwig oder Sarah Dhem) würdigt. Der Mix aus Industrielook, historischen Stilelementen, Fleischschauschränken mit bewusst kontrastierenden, goldgelben Salzsteinen und der stüt-

Für den Ladenbau gilt: Technik und Design sind gleichwertig wichtige Elemente.

Der Selbstläuferladen

ANZEIGE

Geringerer Personalbedarf, zufriedenerere Kunden, mehr Umsatz.

Die Zukunft des Metzgerhandwerks hat schon begonnen. In unserem Selbstläuferladen kombinieren wir jahrzehntelange Erfahrung im Metzgerei-Ladenbau mit modernsten Selbstbedienungs- und Selbstbezahl-Komponenten. Dadurch verkleinert sich Ihr Personalbedarf, die Wartezeit Ihrer Kunden und die Arbeitsbelastung Ihrer Mitarbeiter. Praktisch unbegrenzte Öffnungszeiten erhöhen Ihre Attraktivität für Ihre Kunden und steigern den Umsatz.

Egal ob in unseren Stand-alone-Lösungen als Container bzw. Mini-Store, oder den Königsweg, der Kombination aus traditioneller Bedientheke und abtrennbaren Selbstbedienungsbereich im Metzgereigeschäft – mit dem Selbstläuferladen von Schrutka-Peukert machen Sie Ihr Metzgerei-/Fleischerei-Unternehmen fit für die Zukunft.





Die Säulen in dem denkmalgeschützten Gebäude wurden professionell und millimetergenau in den neuen Laden integriert.



Schon von außen erkennt die Kundschaft der Metzgerei Dreymann den hohen Anspruch des Fleischermeisters und Fleischsommeliers.



Mit einer Metzger-/Fleischer-„Walk-of-Fame“ bringt Andreas Dreymann geschätzten Kollegen und Kolleginnen Wertschätzung entgegen.



Auf den Frühjahrmessen EuroShop und Internorga präsentierte Hagola Gastronomie-Technik zahlreiche neue Lösungen.

zenfrei-transparenten und eleganten Kontaktkühltheke, verleiht dem Laden im Stadtteil Hoheluft-Ost ein exklusives Flair.

Was gibt es noch?

Als großen Erfolg wertete das Team von *Hagola Gastronomie-Technik* seine Messeauftritte auf der Euroshop in Düsseldorf und der Internorga in Hamburg. „Hohe Energie- und Personalkosten, Personalmangel und geändertes Nutzerverhalten sind in vielen Gesprächen Thema gewesen. In herausfordernden Zeiten sind innovative Lösungen und langlebige Investitionsgüter wichtig“, sagt Verkaufsleiter Edgar Hanken. Viele Unternehmen – egal ob aus Fleischerhandwerk, Gastronomie oder Catering – stellen sich der Herausforderung, den Spagat zu schaffen zwischen traditionellem Geschäft und Mitarbeitermangel. Sie wollen flexible Lösungen für Events sowie spannende Highlights und Konzepte anbieten.

Auf beiden Messen präsentierte das Unternehmen ein vielfältiges Portfolio an Produktlösungen zum Kühlen, Warmhalten und Präsentieren von Speisen und Getränken. Neben dem neuen Fisch- und Feinkosttrondell für Fisch, Fleisch, Feinkost oder Käse standen das neue Showcase-Programm und Möglichkeiten zur Warmhaltung für Speisen im Fokus. Auch Geschäftsführer Stefan Rakers war zufrieden – das persönliche Gespräch, das Erklären „am Produkt“ und das Ausprobieren in der Praxis sei bei technischen Produkten nicht vollends durch digitale Präsentationen zu ersetzen. Dennoch ging zur Euroshop eine Produktdatenbank online. **mtH**

Nützliche Links

- www.aichinger.de / www.baumhauer-partyservice.de
- www.bfm-ladenbau.de / www.hagola.de
- www.interstore-schweitzer.com
- www.metzgereinigg.com/de
- www.metzgerei-dreymann.de
- www.schrutka-peukert.de / www.shop-iq.eu

Aus für Neon und Halogen

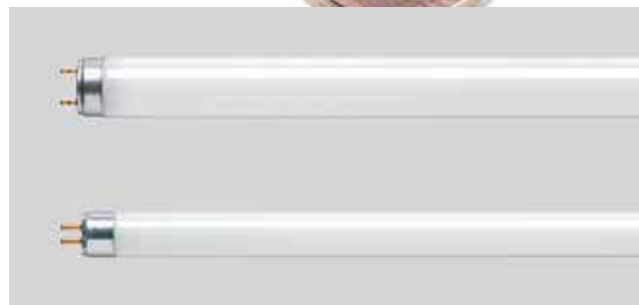
Die EU verbant Schritt für Schritt herkömmliche Leuchtmittel, aber: kein „Lampenverbot“, weil Lagerbestände weiter im Verkauf.



Das hat zwei Gründe: Manche Lampentypen verbrauchen zu viel Strom, andere enthalten kritische Stoffe wie Quecksilber, so die Branchen-Initiative licht.de. Dazu sind 2023 drei Stichtage entscheidend: Nach der Ökodesign-Verordnung verschwanden zum 25. Februar Kompaktleuchtstofflampen mit Stecksockel und Leuchtstofflampen in Ringform (T5) vom Markt. Die zweite Welle erfasst zum 25. August lineare Leuchtstofflampen (T5, T8). Das regelt die EU-Richtlinie zur Begrenzung gefährlicher Stoffe in Elektro- und Elektronikgeräten (RoHS – Restriction of the use of certain Hazardous Substances in electrical and electronic Equipment). Ausnahmen gelten für einige T8-Lampen in Sonderlängen für Spezialanwendungen. Zum 1. September greift erneut die Ökodesign-Verordnung und schickt Halogen-Pins (G4, GY6.35, G9) ins Aus – die meisten der heute gängigen Halogenlampen.

Umrüstung steht an

Leuchtstoffröhren finden sich heute noch fast überall. Die Alternative für den Austausch heißt LED. LED-Lichtquellen punkten mit geringerem Energieverbrauch und starten im Gegensatz zur Leuchtstofflampe auch bei niedrigen Umgebungstemperaturen schnell und flackerfrei. Eine Sanierung bestehender Lichtanlagen kommt – doch nicht sofort: Denn ab dem jeweiligen Stichtag folgen keine neuen Produkte mehr. Auch wenn einige von einem „Lampenverbot“ sprechen, dürfen installierte oder vorrätige Lam-



pen genutzt und Lagerbestände weiterhin verkauft werden. Zukunftsfähig sind solche Altanlagen aber nicht mehr. Daher ist eine Umrüstung in Erwägung zu ziehen, damit rechtzeitig Ware bestellt und ein Fachbetrieb beauftragt werden kann. Diese vier Möglichkeiten gibt es:

- Lampentausch durch Um- oder Nachrüstung (Retrofit)
- Konversion mit baulichen Veränderungen an der Leuchte
- Upgrade mit Austausch des Innenlebens einer Leuchte
- Anschaffung neuer Leuchten

Für Arbeitsplätze gilt: Auch nach der Umrüstung muss die Beleuchtungsanlage die normativen Anforderungen und Mindestwerte der Technischen Regeln für Arbeitsstätten erfüllen, damit Mitarbeitende ihre Aufgaben gut und sicher erledigen können.

www.licht.de

Fotos: www.licht.de, Colourbox.de



AICHINGER

Erfolg lässt sich einrichten.

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

Mehr Information unter www.aichinger.de

Passion im Keller

Seit gut acht Jahren veredelt der Wurst- und Schinkensommelier Christian Wenzel in der Thüringer Rhön regionale Wurstwaren. Mit luftgetrockneter Edelsalami und luftgetrockneten Schinken kreiert er Produkte, mit denen er erfolgreich eine Nische besetzt.



- 1 Christian Wenzel mit einigen seiner Spezialitäten in seinem Reifekeller.
- 2 Von freitags bis montags befinden sich die mit Edelpilzkulturen versehenen Spezialitäten in der Reifeanlage. Danach werden sie in den Reifekeller gebracht und dort weiter veredelt.
- 3 Beim „Stempeln“ des „Qualitätssiegel Rhön“-Logos auf den Rhöner Biosphären-Schinken.

- 4 Eine besondere Salami-Spezialität in flacher und runder Form – mit italienischem Hartkäse und Camembert. Darüber eine andere Sorte in klassischer Form.

Einige Treppenstufen und Wendungen hinunter geht es von der Wurstküche aus, dann ist sie da: die „Schatzkammer“ bzw. der Reifekeller von Metzgermeister Christian Wenzel (50). „Ich nutze hier jede Ecke und jeden Winkel“, sagt er. Da hängen und liegen sie, an Wurststöcken und in Regalen. Wohin das Auge blickt: Mit Edelpilzkulturen auf der Naturdarm-Oberfläche versehene Salami reifen hier drei bis vier Wochen bei 12 bis 16°C und 70 bis 80 % Luftfeuchtigkeit. Die Fleischerei liegt an einem Hang, daher ist diese stets gegeben. Fehlt Feuchte, hilft der Metzgermeister mit einer Dampfmaschine nach, um das richtige Klima wiederherzustellen.

Im Reifekeller gibt es lange und runde Salami, etwa mit Fenchel, Blauschimmelkäse, Trüffel, Rotwein und Kräutern der Provence, die Mini-Salami „Wenzelino“, die „Dicke Berta“ in der Rinderbutte, die sechs Wochen reift, oder die Kreation „Salambert“ in Burgerpattie-Form mit italienischem Hartkäse und Camembert. Die Kellerräume sind mehr lang als breit. Eine Ecke weiter hängt eine stattliche Anzahl an Schinkenkeulen – einige davon auch aus Spanien und von Iberico Westfalia. „Ich habe mich immer schon für internationale Salami und Schinken interessiert und meine Passion dafür gefunden. Unsere Metzgerei gibt es schon seit 1918. Wir haben uns schon immer mit besonderen Spezialitäten von anderen Angeboten abgehoben – und so auch Krisen gemeistert“, betont er. Zu seinen Schinkenspezialitäten gehören z.B. Coppa Traditionale aus dem Schweinenacken handgeknüpft, Pancetta, Guanciale (Schweinebacke) oder der 18 Monate gereifte Spaltschinken. Im Sommer 2018 bildete er sich im ersten Kurs der Fleischerschule Augsburg zum Wurst- und Schinkensommelier weiter – außerdem zum Cortador – und hält seitdem Kontakt zu Kollegen.

Gut Ding braucht Weile

Für seine Spezialitäten benötigt Christian Wenzel fette Schweine mit größerem Gewicht als üblich. Die fand er bei einem Duroc-Züchter im Nachbarlandkreis in Osthessen, der sie auch im Landkreis schlachten lässt. Rindfleisch – nur Färsen – bezieht er vom Schlachthof in Schmalkalden. „Ich verarbeite zu den großen, fetten Schweinen Teilstücke, jede Woche 400 kg Schweineschulter, 300 kg Schweinebauch, dazu Schweinebacken“, berichtet er. Von Dienstag bis Freitag produziert er mit



Erfolgsfaktoren

- Nischenprodukte Edel-Salami und Edel-Schinken
- Große Leidenschaft dafür; an sich und seine Überzeugung glauben
- Verbindung von regionalem Handwerk und Kulturgut mit internationaler kulinarischer Inspiration
- Bundeslandübergreifendes Networking und mit Kollegen generell
- Renommee als Spezialitäten-Metzger

Konzept

FLEISCHEREI WENZEL – URNSHAUSEN

In vierter Generation geführter Familienbetrieb im Wartburgkreis im Westen von Thüringen. Stellt regionale Wurstwaren mit Alleinstellungsmerkmal her, vor allem luftgetrocknete Salami und Schinken, u.a. den „Rhöner Biosphären-Schinken“. Neun Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Betrieb ist zudem Mitglied von Dachmarke Rhön e.V.

Profi-Partner

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Bandsäge:** Mado
- **Cliptechnik:** Poly-clip System
- **Füller:** Handtmann
- **Gewürze:** Beck Gewürze und Additive, Lay Gewürze, Luisenhaller Natursalz
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kutter:** Seydelmann
- **Pökelinjektor:** Rühle
- **Räuchertechnik:** Maurer Atmos

zwei Gesellen und Teilzeitkräften das klassische Metzgerei-Angebot, das im Laden unter der Leitung seiner Schwester Anne an den Mann und die Frau gebracht wird. „Sie managed auch die Partyservice-Anfragen. Auch hier

kommen nur unsere Spezialitäten auf die Platten oder in die Präsentkörbe“, betont er. Warmes Catering bietet die Metzgerei seit Beginn der Corona-Pandemie nicht mehr an.

Zurück in der Wurstküche an einem Montagnachmittag. Die Reifeanlage ist voll bestückt – seit Freitag. Vier Tage lang bleiben die Salami und Schinken mit den Edelpilzkulturen hier drin, bevor sie in den Keller kommen. Geräucherte Salami- und Schinkensorten gibt es natürlich auch. Ebenso Hausmacher, Aufschnitt, Rouladen und Dry-age-Beef, Wurst und Convenience in Gläsern (z. B. Rouladen, Wildbraten, Gulasch, Soljanka, Ragou fin, Zwiebel-Chutney, Dips und Bacon Jam) u.v.m. Doch mit den edlen luftgetrockneten Spezialitäten hat Christian Wenzel voll ins Schwarze getroffen und von 2017 bis 2020 Umsatzzuwächse im mittleren dreistelligen Bereich generiert. Viele Stammkunden bestellen die edlen Wurstwaren telefonisch oder online und holen sie ab – oft kommen sie von weither angefahren. Auch Betriebe der gehobenen Gastronomie in Thüringen, etwa die „Rhöner Botschaft“ in Dermbach, dem Hauptort der Gemeinde, wo die Salami u.a. auf dem Frühstücksbrett liegt, konnte er für seine Passion begeistern.

Exklusive Präsentation

Dieser Teil Thüringens zählt zum Biosphärenreservat Rhön, ebenso wie Landkreise in Osthessen und Nordbayern. Seit kurzem ist Christian Wenzel im Vorstand des „Rhöner Biosphären-Schinken e.V.“, den er wie zehn weitere Metzgerkollegen seit 2022 auch herstellt. Der Schinken trägt das eingebraunte „Qualitätssiegel Rhön“-Logo und wird nach einer einheitlichen Rezeptur und Reifezeit hergestellt. Ab Mai ist er im neuen Fuldaer Kaufhaus „Karl“ in Citylage in einem öffentlich aufgestellten Schinken-Reifeschrank zu bewundern, der auch Infos über alle beteiligten Metzgereien und vieles weitere bietet.

Und so setzt Christian Wenzel seit 2017 als Inhaber der Fleischerei das mit Leidenschaft und Können fort, was sein gleichnamiger Urgroßvater, Opa Paul und Vater Kurt begonnen und erfolgreich über Jahrzehnte geleistet haben. „Obwohl mein Vater erst nicht begeistert war mit dem Edelschimmel im Haus. Doch ich war und bin überzeugt und der Erfolg gibt uns recht“, schmunzelt er.

mth

www.fleischerei-wenzel.de



Metzger mit Geschichte

Eine besondere Geschichte birgt nicht nur der Werdegang von Gunnar Flessa, sondern auch manch Einrichtungsstück seines Ladens MasterButcher. Produziert wird fast wie früher – komplett ohne Zusatzstoffe.

Es klingt paradox: Wäre das billige Hackfleisch im Discounter nicht gewesen, wäre das Fleischerhandwerk heute um einen motivierten jungen Metzgermeister ärmer. Für Gunnar Flessa war das die Initialzündung, sein Jurastudium kurz vor dem ersten Staatsexamen an den Nagel zu hängen. Die Preise im Supermarkt machten den Jura-Studenten, der sich selbst versorgte, stutzig und er beschäftigte sich bewusster damit. Seine Eltern haben ihn dabei unterstützt und in Kontakt mit dem Coburger Innenstadtmetzger Frank Fechter von der Fleischerei Fischer gebracht. „Ihnen war es immer das Wichtigste, dass ihre Kinder glücklich sind bei dem, was sie machen“, erzählt Gunnar Flessa, der nach einem Praktikum in der Neustädter Fleischerei Luther die Entscheidung fällte, Metzger zu werden und dort eine Ausbildung begann. Der Kontakt zu vielen Kommilitonen brach aber ab. „Der Metzgerberuf wird leider immer etwas belächelt; ich hatte mit vielen Vorurteilen zu kämpfen“, sagt der 29-jährige, der sei-

nen Weg unbeirrt fortsetzte. „Ich glaube, nur das, was man gerne macht, macht man auch gut und bringt darin Leistung – die am Ende des Tages honoriert wird.“ Sein Lohn ließ nicht lange auf sich warten: Er wurde Kammermeister (HWK Oberfranken) und Vizemeister der bayerischen Metzgergesellen, absolvierte die Meisterschule und war Butcher Wolfpack-Mitglied.

Chance auf eigenen Laden

Nach einer Stippvisite im Einzelhandel, um auch „die andere Seite kennenzulernen“, bot sich die Chance auf einen eigenen Laden. Das

Konzept

MASTERBUTCHER, COBURG

Im April 2022 eröffnete Metzgerei im US-Style des 19. Jahrhunderts. Drei Mitarbeiter. Ladengeschäft mit Fokus auf Fleisch (etwa 90 % des Sortiments), darunter viel Dry Age; täglich wechselnder Mittagstisch; Kooperationen mit Gastronomen; Partyservice.

Konzept hatte er schon länger im Kopf, die Lage war perfekt – mitten in der Fußgängerzone und damit „am Puls von Coburg“ – doch es gab eine große Hürde: die Bank. „Mit 27 Jahren und geringen Rücklagen an einen Kredit zu kommen, das war eine große Herausforderung.“ Die Verhandlungen dauerten über ein Jahr. „Aber wir haben es geschafft, denn wir waren und sind überzeugt von dem Konzept“, betont er und schließt seine Eltern dabei mit ein. Seine Mutter übernahm gar die komplette Inneneinrichtung des Ladens mit Einzelstücken wie dem Texas Longhorn-Schädel.

Das Faible Gunnar Flessas für die Zeit des 19. Jahrhunderts, das sich konsequent vom Logo des „MasterButcher“ über die Kasse bis hin zur Arbeitskleidung durchzieht, passt wie die Coburger Bratwurst zum Kiefernzapfen. Lederschütze, Leinenhemd, Old Style-Hose und Melone – alles pure Philosophie. Auch seine Produkte entstehen fast wie früher. Er verzichtet komplett auf Zusatzstoffe wie Phosphate und Geschmacksverstärker. Kochpökel-



waren und -wurst kauft er unter anderem deshalb von der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft zu. „Diese arbeitet im Warmbrätverfahren, das genug körpereigenes Phosphat für die Bindung liefert.“ Weniger aufwändige Wurstwaren stellt er selbst her, z. B. Leberkäse, Gelb- und Weißwurst. Die Coburger Bratwurst bereitet er mit vier Naturgewürzen zu, Bindung bekommt sie durch pasteurisiertes Vollei. „Natürliches Fleisch braucht nichts als Gewürze“, begründet der Fleischsommelier, der 95 % seines Fleisches von der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall bezieht – aus Überzeugung. „Die Fleischqualität ist dank der Weidehaltung, des Verzichtes auf Gentechnik, Antibiotika und Hormone einmalig – das gesamte Drumherum passt. Auch die Landwirte und der Schlachthof werden vernünftig entlohnt“, begründet er. Das Sortiment besteht zu 90 % aus Fleisch, darunter auch viel Dry Age, und nur wenigen Wurstwaren. „Dank der Fleischqualität können wir auch große Stücke im Laden zerlegen“, ergänzt er und zeigt auf ein großes Holzbrett am Ende der Theke, das ringsum verglast ist.

Koch-Know-how

Das Mittagessen-Angebot macht etwa ein Drittel des Umsatzes aus. Mit Burgern – zubereitet auf einem Indoor-Holzkohlegrill, Spare ribs, Schaschlik und den Klassikern Leberkäsemmel sowie Coburger Bratwurst hat er das

Eis mit den Coburgern gebrochen, die „etwas eigen sind, wenn’s um Neues geht“. Social Media haben ihm beim Marketing geholfen, die Wochenkarte und News postet er per Instagram und Facebook; „über Social Media haben mich lustigerweise auch meine zwei Mitarbeiter gefunden.“ Koch Max und der Gastronom Adriano bringen ihr Know-how insbesondere bei Mittagstisch und Partyservice ein – eine „tolle Symbiose“, wie er findet. Sie starten in der frisch desinfizierten, 40 m² kleinen Produktionsküche gegen 7.30 Uhr, wenn der Masterbutcher mit der Fleischverarbeitung fertig ist. Dann setzen sie Teig für Brötchen an und rühren Mayo – aufgrund des Clean Label-Anspruchs wird alles selbst gemacht.

Erfolgsfaktoren

- Hohe Fleischqualität (ohne Gentechnik und Antibiotika; 95 % Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall)
- Clean Label-Philosophie der Produkte (keine Zusatzstoffe, Phosphate, Geschmacksverstärker)
- Mittagsgeschäft mit hohem Eigenfertigungsgrad (vom Burgerpatty über Brötchen bis zur Mayonnaise)
- Chef zum „Anfassen“, steht täglich im Laden, verkauft, berät, zerlegt live
- Einzigartigkeit des Gesamtkonzepts – von der Inneneinrichtung über die Berufsbekleidung bis hin zum Konzept

Wie es mit der Geschichte des Masterbutcher weitergeht? „Expansionsgedanken hege ich keine, dafür ist mir der direkte Kundenkontakt zu wichtig. Aber es gibt erste Kooperationen mit Gastronomen z. B. bei Steak-Abenden.“ Ab September stößt voraussichtlich ein Metzgerlehrling zum Team, der ihn ebenfalls über Social Media fand und ab und zu mithilft. „Ich will auch in 50 Jahren noch hier stehen – wenn auch nicht mehr jeden Tag, aber das bin ich, das ist mein Leben“, schließt Gunnar Flessa, der mit dem Laden eine Familiengeschichte fortschreibt. Vor über 100 Jahren führten seine Ur-Ur-Großeltern genau hier einen Kolonialwarenladen – ihre Türglocke klingelt hier stillecht noch heute. **Claudia Kirchner**

Profi-Partner

- **Aufschnittmaschine:** Bizerba
- **Bandsäge:** Kolbe Foodtec
- **Fleisch-Reifeschrank:** Dry Ager (6 Stück in der Wand eingebaut)
- **Füller:** Mado
- **Gewürze:** Wiberg
- **Holzkohlegrill:** XXL Gastro
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Kühlzelle:** Viessmann
- **Schnellkühler:** Nordcap
- **Spülmaschine:** Hobart
- **Waage/Kasse:** Mettler Toledo

Aus der Hauptstadt aufs Land

Zur Realisierung seines neuen Geschäftsmodells entschied sich Fleischermeister Maurice Wengatz für den Umzug seines Betriebes aus der Berliner Stadtszene ins Brandenburgische.



Der gebürtige Berliner Maurice Wengatz betrieb für zwei Jahre bis Ende 2022 in der Berliner Markthalle Pfefferberg seine Fleischerei. Auf 44 m² musste dort alles Platz finden, was ihm wichtig war. Mit einem Angestellten und viel Enthusiasmus konnte er sich gut in diesem anspruchsvollen Berliner Kiez behaupten. „Inzwischen ist keiner der ursprünglichen Mieter mehr in dieser Markthalle, auch wegen eines geänderten Markthallenkonzeptes. Schade, denn wir waren eine nette Gemeinschaft“, sagt der Fleischermeister. Durch Kontakte zum Geschäftsführer von Jedermann-Menü, einem Verpflegungsbetrieb für Firmen, Schulen, Kitas und Privathaushalte, entstand ein neues gemeinsames Geschäftsmodell.

Seit Mitte Februar betreibt er die Jedermann-Fleischerei in Hennigsdorf nördlich von Berlin. Der Schwerpunkt der Fleischerei lag vor seiner Übernahme deutlich auf den Mittagsgesetzten. Jetzt bietet er dort neben den Mittagsgesetzten von Jedermann einen Imbiss sowie seine Fleisch- und Wurstprodukte an. Für die Produktion nutzt er Räume, die von Jedermann-Menü betrieben werden – und liefert dem Menüdienst im Gegenzug Fleischprodukte. Gerade um die Mittagszeit ist die Fleischerei seit Jahren gut besucht. Sie punktet mit vielen Parkplätzen und zentrum snaher Lage.

Konzept

JEDERMANN FLEISCHEREI – HENNINGSDORF

Fleischerei als Kooperationspartner eines Menü-Dienstes: Mit-Produktion und Verkauf der Menüs. Etablierte Lage des Geschäfts für Mittagessen. Nun Erweiterung um Fleisch- und Wurstangebot.

Fokus Mittagessen

Den Laden baute er Anfang des Jahres nach eigenen Ideen um: viel Platz im Eingangsbereich, angenehme Sitzgelegenheiten und helles Holz, das Tiefe und Klarheit verleiht. Auch mit dabei: zwei Dry Ager. „Trocken gereiftes Fleisch ist etwas ganz Wunderbares – auch vom Schwein“, schwärmt er. Bei der Qualität des Fleisches achtet er auf regionale Herkunft und Frische. Mit Salomon in Berlin und der Marke „Brandenburger“ hat er einen zuverlässigen Partner. „Nachts zerlegt und morgens frisch bei mir“, sagt er. Beim Angebot in der Theke setzt er auf die eigene Produktion: „Nur Serrano-Schinken, Fenchelsalami und Spinata kaufe ich zu.“ Außerdem produziert er Halbkonserven klassischer Gerichte wie Gulaschsorten, Geschnetzeltes, Eintöpfe wie Bohnen-

Profi-Partner

- **Bain-Marie:** CookMax
- **Bandsäge:** Bizerba
- **Burgerpatty-Former:** Gesame
- **Füller:** Frey Maschinenbau, Mainca (Kolbenfüller)
- **Gewürze:** Kahler Gewürze Berlin
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Kühlfahrzeug:** Mercedes Benz
- **Spültechnik:** Winterhalter
- **Vakuumentchnik:** Webomatic
- **Wolf:** Bizerba

Erbsensuppe und Soljanka, außerdem Leberwurst im Glas. Das Angebot im Laden umfasst täglich zwei Mittagsgerichte zwischen 6,00 und 6,80 €, die er für Jedermann-Menü anbietet, z. B. Königsberger Klopse in Kapernsoße mit Kartoffeln und Möhrenrohkost oder Kartoffeltaschen mit Kräuterquark und Salat. Diese Gerichte werden täglich an den Laden geliefert. Ein Imbissangebot, etwa Rührei mit Speck, Hamburger Schnitzel mit Bratkartoffeln, Bockwurst, Wiener, Buletten usw., bereiten seine beiden Mitarbeiterinnen vor Ort zu. Derzeit ist sein Geschäft wochentags bis 14 Uhr geöffnet. „Wir sind ein kleines Team. Ich werde sehen, wie sich alles entwickelt. Zukünftig möchte ich gerne länger als bis zum frühen Nachmittag öffnen“, sagt Maurice Wengast.

Mit Potenzial

Derzeit produziert er etwa die Hälfte seiner Menge für die Jedermann-Menüs. „Das wird sich zukünftig sicher ändern, wenn das Ladenangebot besser bekannt wird. Denn Fleisch- und Wurstwaren gab es in diesem Geschäft in

dem Umfang vorher nicht.“ Die Produktion für die Jedermann-Menüs fordert ihn, denn er ist allein in der Wurstküche. „Meine Maschinen sind relativ klein, weil ich vorher nur wenig Platz hatte. Wenn ich also Buletten mache, muss ich mehrere Runden drehen, denn da werden schon mal 100 kg gebraucht. Oder bei Knackern 60 kg an einem Tag. Das ist mit dem kleinen Füller aufwändig. Ich plane, mir als nächsten einen größeren Kutter anzuschaffen.“ Das Räuchern lässt er in Lohnarbeit erledigen.

Maurice Wengast ist seit sieben Jahren Fleischermeister. Nach Stationen bei „Kumpel & Keule“, der ersten gläsernen Fleischerei in Berlin, im KaDeWe und bei Salomon machte er sich selbstständig. Neben der eigenen Fleischerei ist er als Dozent für Handelsunternehmen tätig. „Ich sehe den Handel nicht als Wettbewerber. Diese Preise will und kann man ohnehin nicht unterbieten“, sagt er: „Wir Fleischer punkten damit, dass unsere Produkte eben anders schmecken. Wenn es jedoch beim Fleischer eine Wiener gibt, die genauso wie bei Rewe schmeckt, macht das keinen

Sinn. Ich verwende etwa Naturgewürze und eigene Mischungen, um nur einige Beispiele zu nennen, was uns als Fleischer von Supermärkten unterscheidet.“

Weitere Aktivitäten plant er bereits: einen Online-Shop mit regionalem Fokus. Für die Lieferungen könnte er die Logistik-Strukturen seines Kooperationspartners Jedermann-Menü nutzen. Außerdem möchte er Gewürzmischungen für seine Kundschaft kreieren; erste Versuche sind bereits zu Tests im Labor. „Viele Kunden stellen selbst gern mal Wurst her. Dafür möchte ich eine gute Würze anbieten“, ist er überzeugt.

Heike Sievers

Erfolgsfaktoren

- Erfahrungen mit Produktion und Verkauf
- Viele Standbeine
- Übernahme eines etablierten Standortes
- Engagiertes, kleines Team
- Kooperation mit großem Menüdienst

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®



Stark für die Region

Seit 15 Jahren vernetzt der Verein Dachmarke Rhön e.V. engagierte Rhöner Betriebe entlang der gesamten Lebensmittel-Wertschöpfungskette. Im Interview erläutert Projektmanager Thomas König die Arbeitsweise der Gemeinschaft und stellt erfolgreiche Projekte vor.



Thomas König (re.) und Janet Emig, (Verein Natur und Lebensraum Rhön)

Was ist der „Dachmarke Rhön e.V.“? Beschreiben Sie das Wesen und die Philosophie des Vereins.

Der Dachmarke Rhön e.V. wurde als Länder übergreifender Verein gegründet und ist in der gesamten Rhön, d. h. in allen drei Landesteilen in Thüringen, Hessen und Bayern aktiv. Neben der Vergabe des Qualitätssiegels Rhön werden die Rhöner Betriebe bei der Vermarktung ihrer nachhaltig hergestellten und zugleich qualitativ hochwertigen

Produkten unterstützt. Produkte von echter Rhöner Qualität wie Fleisch- und Wurstwaren, die aus regionalen Wertschöpfungsketten stammen und mit den Zielen des UNESCO-Biosphärenreservat Rhön im Einklang stehen, kennzeichnet der Verein mit dem Qualitätssiegel Rhön.

Warum ist es für kleine Erzeugerbetriebe, die tierische Produkte herstellen und vermarkten möchten, sinnvoll sich einer regional – in

ihrem Fall sogar bundesländerübergreifenden Vereinigung - anzuschließen? Wie profitieren diese davon?

Der Begriff Regionalität und Nachhaltigkeit ist leider nicht geschützt. Dank der Gründung des Dachmarke Rhön e.V. und der Einführung des Qualitätssiegels Rhön wurden transparente Kriterien für die Regionalität in der Rhön geschaffen. Durch dieses Qualitätssiegel und die externe Zertifizierungsstelle werden Erzeuger und Produzenten in



der Glaubwürdigkeit ihrer Regionalitätsaussage gegenüber den Kunden unterstützt und ihre Regionalitäts- und Qualitätsversprechen und die Wertschöpfungsketten sichtbar gemacht. Sich einem Zusammenschluss oder Netzwerk anzuschließen bringt folgende Vorteile für Kleinstbetriebe:

- Gebündelte Außenwerbung für Regionalität in der eigenen Region
- Fachlicher Netzwerkaustausch mit hohem Potenzial für alle Beteiligten
- Höhere Strahlkraft für Projekte und Maßnahmen, z.B. Rhöner Biosphären-Schinken
- Professionelle Projektbegleitung mit gezieltem Know-how
- Unterstützung in Sachen Vermarktung: z.B. „Türöffner“ in den Lebensmitteleinzelhandel

Welche Kriterien müssen Betriebe, die sich Ihnen anschließen möchten oder es getan haben, erfüllen? Wie oft werden diese kontrolliert?

Im Vordergrund der Qualitätskriterien stehen vor allem die Stärkung der regionalen Wertschöpfung und Wertschöpfungsketten sowie der Erhalt von Kultur, Natur und Landschaftsbild. So bleibt nicht nur mehr Geld und Arbeit in der Rhön, sondern auch ein gutes Stück Natur und Kultur erhalten. Außerdem garantieren diese Produkte eine hohe Qualität ganz nach dem Motto: Klasse statt Masse. Nach der persönlichen Überprüfung unserer Auditoren vor Ort (Einblick in Lieferscheine, Flächennutzungspläne, Rezepturen, Kontrollberichte u.v.m.) darf der Betrieb das Qualitätssiegel Rhön für die zertifizierten Produkte nutzen. Nach Ablauf von zwei Jahren findet eine Re-Zertifizierung statt. Im weiteren Turnus alle drei Jahre. Dabei ist jeder – ob Landwirt, Schlachtbetrieb oder Metzger – verpflichtet, seinen Produktionsprozess transparent darzustellen.

Foto: Rhön GmbH / Alexander Martin

Qualitätskriterien

Beispiele für Basiskriterien, die für alle Betriebe gelten:

- Der Sitz des Betriebes muss in der Rhön sein
- Der Betrieb muss alle hygienischen Gesetze, Verordnungen usw. erfüllen

Beispiele für produktspezifische Kriterien, z. B. Fleisch- und Wurstwaren:

- Aufzucht, Schlachtung und Verarbeitung müssen in der Rhön stattfinden
- Bei Produkten aus nur einer Zutat muss der regionale Anteil 100 % betragen
- Bei Produkten mit mehr als zwei Zutaten muss der regionale Anteil 75 % betragen
- Kein Einsatz von Geschmacksverstärkern, künstlichen Aromen und Farbstoffen

Ergänzungskriterien, gelten für alle Betriebe (wie wirkt der Betrieb in die Region?)

- Drei von 20 Zusatzkriterien mit Fokus auf Umwelt, Sozial, Naturschutz, Tierwohl und Verbraucherbildung müssen erfüllt sein

www.marktplatzrhoen.de

www.biosphaerenreservat-rhoen.de



VICTORINOX

FIBROX DUAL GRIP

**SCHWEIZER MESSER
FÜR DEN PROFI**



**FROM THE MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE™
ESTABLISHED 1884**



Einige der Produkte, die das Qualitätssiegel Rhön tragen, das Rhönschaf-Genießerkochbuch und der Rhöner Biosphären-Schinken.

Christoph Budenz (li., Landmetzgerei Budenz) und Johannes Richter (re., Fleischerei Meissmer) beim Einsalzen der ersten Schinken.



Welche Marken und Qualitätssiegel gibt es?

Mit dem Qualitätssiegel Rhön werden Produkte von echter Rhöner Qualität ausgezeichnet. Vorbildlich wirtschaftende Erzeuger und Verarbeitungsbetriebe von Lebensmitteln sowie Gastronomiebetriebe der Region können die Produkte mit dem Qualitätssiegel kennzeichnen (produktspezifische Nutzung: Qualitätssiegel gilt für zertifizierte Produkte). Dahinter stecken transparente Wertschöpfungsketten deren Basis ein möglichst hohes Maß an regionaler Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung ist. Zur Auszeichnung mit dem Qualitätssiegel Rhön mit dem Zusatz Bio, gel-

Partnerbetriebe

Metzgerei & Direktvermarkter (Auswahl)

- Birkenbach – Der Dorfmetzger, Kalbach
- Landmetzgerei Budenz, Rasdorf
- Direktvermarkter Häusler, Wartmannsroth
- Landmetzgerei Kleinhenz, Oberleichtersbach
- Metzgerei Anton Koob, Bad Neustadt-Brendllorenzen
- Bauernhofmetzgerei Kümpel, Hilders-Wickers
- Fleischerei Meissmer, Eiterfeld
- Johannes der METzger, Mellrichstadt
- Metzgerei Mihm „Zur Krone“, Tann
- Metzgerei Ortlepp, Ostheim v.d. Rhön
- Metzger Paul, Flieden
- Fleischerei Wenzel, Urnshausen

ten ebenso die aktuellen Qualitätskriterien. Ein EU-Öko/Bio-Zertifikat muss zusätzlich nachgewiesen werden. Jeder Betrieb, der die Markennutzung über die zweijährig wiederkehrenden Audits erlangt hat, darf die mit dem Qualitätssiegel Rhön gesiegelten Produkte – oder als Bio-zertifizierter Betrieb mit dem Zusatz Bio – kennzeichnen und für seinen öffentlichen Auftritt (z. B. Homepage, Außenwerbung, etc.) mit dem Zusatz Partnerbetrieb nutzen.

Dienstleistungsbetriebe und Privatpersonen aus der Gebietskulisse Rhön, haben die Möglichkeit sich über die Mitgliedschaft im Verein an dem gewinnbringenden Netzwerk, zu beteiligen. Im Kern steht das Qualitätssiegel Rhön für:

- Echte Rhöner Produkte aus den fünf Rhöner Landkreisen. Produktion, Herstellung und Verarbeitung der Produkte finden soweit möglich in der Rhön statt.
- Garantierte Qualität etwa durch Naturschutz, handwerkliche Verarbeitung, Produktherstellung ohne Farb- und Konservierungsstoffe sowie Geschmacksverstärker

Was waren die größten Erfolge, die Sie und ihre Mitgliedsbetriebe seit der Vereinsgründung 2008 erreicht haben?

Strukturell:

- Aufgehen der Dachmarke Rhön GmbH in die Rhön GmbH: Schnittstelle Tourismus und regionale Produkte wurde innerhalb der Region Rhön geschaffen
- Weiterentwicklung und Neu-Ausrichtung des Qualitätssiegels Rhön

Für Metzgereien:

- Organisationsbeteiligung „Rhöner Wurstmarkt“ in Ostheim v.d. Rhön (alle 2 Jahre)
- Organisationsbeteiligung „Schinken- und Destillationsmarkt“ in Rasdorf
- Erfolgreiche Projekt-Umsetzung „Rhöner Biosphären-Schinken“ (2022)

Was sind ihre weiteren Ziele für die Zukunft?

Der Ausbau unseres Netzwerks und das Wiederherstellen alter Wertschöpfungsketten in Anbindung aller regionalen Erzeuger. Zudem sollen Aktivitäten zur Ganztierverswertung forciert werden, ebenso die Schaffung neuer Wertschöpfungsketten über die Gemeinschaftsverpflegung in Anbindung der regionalen Erzeuger.

mth

Vielen Dank für das Gespräch!

GESCHMACK REFLEKTIEREN



Spiegeln, Spiegeln 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



Für Nahrungsmittel in Premium-Qualität

Die Industrie setzt auf den Fessmann Turbomat Ti3000

Mit der Industrieanlage Ti3000 holen Sie im Vergleich zu anderen Anlagen über 1,5 % mehr Ertrag raus – und das in bewährter FESSMANN-Qualität! Komplett aus rostfreiem Edelstahl gefertigt und in Pannelbauweise

dampfdicht aufgebaut, ist die Ti3000 universell und flexibel einsetzbar. Durch die Zentralaggregat-Technologie überzeugt die Ti3000 außerdem durch höchste Umluftleistung mit kurzen Prozesszeiten.



Ti3000 für 5 Rauchwagen

- In einem System: Räuchern, Kochen, Trocknen und Heißluftgaren bis 170°C
- Zentralaggregat-Technologie für mehr Ertrag
- Automatisches CIP-Reinigungssystem
- TRIPLEX-Isolierung ohne Wärmebrücken
- Optional mit automatischem Transportsystem
- Einsatz von überlangen Beschickungswagen und Transportgestellen
- FOOD.CON Steuerung für reproduzierbare Ergebnisse
- Automatischer Türöffner serienmäßig
- Stufenloses Umwälzgebläse für einheitliches Räucherklima in der gesamten Anlage



Vegan oder nicht?

**Ist das hier die Frage? Oder: Wer verschläft die Revolution?
Auch im Metzgerhandwerk zeigen vegane Produkte neue Potenziale
auf und geben ihm die Möglichkeit, sich neu zu definieren.**



Viele Branchen suchen neue Wege, um ihre Profite zu steigern oder zu überleben. Zum Glück ist das Metzgerhandwerk in einer Situation voller Chancen für die Zukunft. Es ist aber nicht mehr die Zeit, sich auf Gegenargumente und die Darstellung von Problemen zu konzentrieren. In Sachen Veggie-Food haben einmal mehr die Großen die Nase vorn und fahren satte Gewinne ein. Keine Zeit mehr für Ausreden – Handeln ist also angesagt.

Eine Debatte um die Namensgebung veganer Produkte verschwendet nur Energie und Zeit. Diskutiert nicht, ob ein veganes Produkt „Wurst“ heißen darf! In der aktuellen Übergangsphase lernen die Menschen, ihre Ernährungsgewohnheiten zu verändern, und einige brauchen dabei einen Bezug zum Bekannten. Auch das Thema „imitierter Fleischgeschmack“ ist kein sinnvoller Bestandteil für eine ausufernde Diskussion. Es geht nicht darum, ob man Fleischerersatzprodukte herstellt oder gemüsebasierte Lebensmittel, die von einem Gegenstück aus der Theke inspiriert wurden. Es geht darum, Alternativen zu finden, um das eigene Sortiment sinnvoll zu erweitern.

Keine Angst vor Irrelevanz

Alle Metzgerbetriebe stehen vor großen Herausforderungen und Veränderungen. Das kann zunächst Angst machen. In diesem Thema steckt aber eine riesige Chance. Das Herstellen veganer Alternativen ist nicht so viel anders als die bisherige Arbeit. Es sind dieselben Maschinen und dasselbe Wissen wie bei der Arbeit mit Fleisch. Warum sollte sich das eigene Know-how nur auf Fleisch beschränken? Vegane Produkte sind kein Angriff, sondern eine Möglichkeit, sich neu zu erfinden. Jeder wird seine eigene Entscheidung treffen, aber die Geschichte hat gezeigt: Egal, wie unersetzlich etwas scheint, wenn die Bereitschaft zur Veränderung fehlt, können selbst die Größten irrelevant werden.

Der Konsum tierischer Produkte hat ein Imageproblem: Tierleid, umweltschädliche Haltung und Ernährung sind die Hauptargumente und werden an Schlagkraft gewinnen. Nicht immer, aber schon oft fehlen in einem Betrieb die Perspektiven – für die Beschäftigten und die Kundschaft. Was kann ein Metzger noch bieten, wenn Fleisch den Status als Grundnahrungsmittel verliert? Was ist, wenn er nicht mehr systemrelevant

ist? Das muss nicht passieren. Das Handwerk kann einmal mehr zeigen, wie bedeutend es für die Gesellschaft und eine gute Ernährung ist. Nicht die Industrie sollte den Markt mit hochverarbeiteten Produkten bedienen, sondern kleine Betriebe mit Leidenschaft bei dem, was sie tun. Ihr habt es in der Hand, mutig zu sein, komplett neu zu denken und euer Handwerk zukunftsfähig zu machen!

Selbst wenn man von dem Thema und seinem Potenzial überzeugt ist, kann man nicht alles stehen und liegen lassen. Eigene Produkte entwickeln, eine Produktionslinie starten und vermarkten – das geht nicht von jetzt auf gleich. Unter www.openfoods.de gibt es vegane Handwerksprodukte für die Theke. Von einem Metzgerbetrieb mit zehn Jahren Erfahrung in der Herstellung veganer Lebensmittel produziert, ist das der perfekte Start, ohne Zusatzstoffe und Vermarktungsaufwand. So kann jeder herausfinden, welche Resonanz diese neue Ausrichtung bei der eigenen Kundschaft findet und ob es sich lohnt, weiter zu investieren.

Philipp Böhm, Böhm.Media

www.boehm.media, www.openfoods.de



Fleischlos beim Metzger

Vegetarischer Fleischsalat im Norden, vegane Bratwurst mit Kochbananen im Süden. Alles nur ein Hype oder Produkte mit Zukunft? Auch Fleischer und Metzger sind kreativ und mutig und bringen mit Know-how Fleischloses zur Marktreife.

Der Fleischkonsum der Deutschen ist rückläufig. Pro Kopf sinkt der Durchschnittsverbrauch seit einigen Jahren, 2022 auf 52 kg pro Person (Quelle: BZL). Fleischlose Wurstalternativen füllen im Supermarkt ganze Regale und Mitmenschen, die auf Fleisch verzichten, sind auch im Freundes- und Familienkreis keine Minderheit mehr. Waren es vor fünf oder sechs Jahren nur wirklich wenige Betriebe im Fleischerhandwerk, die in experimenteller Stimmung fleischlose Produkte in ihren Geschäften oder für den Großhandel anboten, stellen sich heute immer mehr Betriebsinhaber dieser Herausforderung

und wollen mit eigenen Entwicklungen bei der nicht fleischaffinen Kundschaft punkten und überzeugen. Nachfolgend berichten zwei Betriebe aus dem Oldenburger Land sowie einer aus Mittelfranken über ihre Erfahrungen bei der Herstellung und dem Vertrieb fleischloser Spezialitäten.

„Unser vegetarischer Fleischsalat entwickelt sich zu einem echten Kassenschlager.“

Lukas Bartsch

Stadt-Fleischerei Bartsch, Oldenburg

Den vegetarischen Fleischsalat gibt es hier seit Juli 2022 in den drei eigenen Filialen, regionalen Filialen bekannter Lebensmitteleinzelhandelsketten und der Gastronomie sowie bei einigen Wurstgroßhändlern bundesweit. „Dafür waren aber viel

◄ Mit vegetarischem Fleischsalat erfolgreich: Frerk Sander (li.) und Lukas Bartsch (re.) aus Oldenburg.

Arbeit, Zeit, Geld und Frust nötig“, betont Geschäftsführer Lukas Bartsch und ergänzt: „Als Proteinquelle für unsere vegetarische Wurst im Fleischsalat nutzen wir Eier. Bis zum fertigen Produkt dauerte es ein halbes Jahr. Den Fleischsalat stellen wir überwiegend mit der üblichen Fleischerei-Ausstattung her.“ Sein Cousin Frerk Sander ergänzt: „Wir brauchten viele Anläufe und mussten sogar Maschinen umbauen lassen. Für die fleischige Konsistenz ist bei einem Arbeitsschritt ein Vakuum nötig – alles Dinge, die wir erstmal lernen mussten.“ Die Herstellung der Fleisch-Alternativen sei aus lebensmittelhygienischer Sicht kein Problem und keine Mehrarbeit. „Die Produktion der vegetarischen und veganen Artikel trennen wir zeitlich von unseren anderen Produkten, genauso wie wir die Produktion von Schweine-, Rinder- und Geflügelprodukten oder Allergenen trennen“, erklärt Lukas Bartsch. Geworben hat die Fleischerei für den vegetarischen Fleischsalat sehr viel. „Von Anzeigen in der Tageszeitung über Plakate bis hin zu Social Media haben wir versucht, viele Kanäle zu bedienen. Schließlich wollten wir auch Vegetarier auf uns aufmerksam machen, die bisher nicht zu unserer Kundschaft gezählt haben.“

Angefangen mit fleischlosen Produkten hat die Fleischerei 2021 mit vegetarischen und veganen Grillspießen. „Nach dem Fleischsalat haben wir mit vegetarischem Hackfleischersatz weitergemacht. Inzwischen produzieren wir auch vegane Mortadella und ganz neu vegane Bratwurst und Currywurst sowie vegane Fertiggerichte. Hier kommen nun neue Artikel dazu, z. B. ein veganer Currywursttopf. Bei den veganen Produkten verwenden wir Erbsen als Proteinquelle“, berichtet Lukas Bartsch. Nach kritischen Rückmeldungen – vor allem via Social Media – habe sich die anfängliche Aufregung gelegt und die Absatzmengen haben sich eingependelt. „Aber auf deutlich niedrigerem Niveau als unser normaler Fleischsalat. Mengenmäßig spielen Fleischalternativen nach wie vor eine untergeordnete Rolle, aber wir denken, dass die Mengen langfristig zunehmen werden und dieser Markt wachsen wird.“ Ob auch andere Kollegen Veggie-Produkte herstellen sollten? „Dass muss jeder Metzger anhand seiner eigenen Kundschaft entscheiden“, resümiert er.

„Der Eberhardt“, Sachsen bei Ansbach

In der Ausgabe 3/2021 berichtete FH Fleischer-Handwerk über die erste Handwerksmetzgerei der Eberhardt GmbH aus Lichtenau in Mittelfranken – zwei weitere Filialen folgten. Inzwischen hat sich das Unternehmen aus dem Filialgeschäft zurückgezogen und konzentriert sich nun auf den Online-Versand und das Großhandelsgeschäft seiner in Sachsen bei Ansbach hergestellten Produkte – Wurstspezialitäten und fleischlose Alternativen. Diese vertreibt das Unternehmen, das weltweit für seine Schinkenpressen und Formsysteme bekannt ist, laut Geschäftsführer Kevin Eberhardt zu 60 % in Retail und Gastronomie, 30 % online und zu 10 % direkt auf Messen. Da die Nachfrage nach fleischlosen Produkten seit Mitte 2022 stieg, entschied sich das Unternehmen, den Kunden-

wünschen nachzukommen. „Es gibt verschiedene Arten von Kunden. Diejenigen, die nicht auf das Geschmackserlebnis Wurst verzichten möchten, aber das Tierleid nicht ertragen. Diesen bieten wir klassische Produkte, z. B. Weißwurst, an. Oder die anderen, die sich neue, coole Produkte wünschen wie unsere ‚Bratnana‘, neue



„Es muss nicht der klassische Bratwurst-Ersatz sein, sondern einfach neue, innovative Produkte. Hier ist niemand innovativer als das Handwerk.“

Kevin Eberhardt

Textur, neuer Geschmack, ein komplett neues Produkt“, betont Kevin Eberhardt. Diese vegane Bratwurst enthält Weizenprotein und Kochbananen, die vegane Weißwurst Kartoffel- und Erbseneiweiß.

Hergestellt werden die fleischlosen Produkte mit Füllmaschinen von Vemag Maschinenbau, die täglich im Einsatz sind. „Der Vemag-Füller ist eine zentrale Maschine, die es uns erlaubt, z. B. Weißwürste genau zu portionieren und abzulängen. Zudem wird man immer noch extrem mit dem Original verglichen. Somit



IHR WEG IST FREY FÜR EIN NACHHALTIGES ERGEBNIS



Qualität und Nachhaltigkeit spielen bei uns eine zentrale Rolle. Wir haben ein weitreichendes Umweltmanagement. Dies umfasst beispielsweise, dass unsere Zulieferer aus dem regionalen Umfeld stammen. Dadurch reduzieren wir lange Transportwege und vermeidbare CO₂-Emissionen.

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





▲ Vegane „Bratnana“ und „Weißwürste“ stellt Eberhardt mit flexibler Technik von Vemag Maschinenbau her.

▼ Auch Philip Meerpohl bietet fleischlose Produkte an und ist mit dem Absatz dieser durchaus zufrieden.



können wir uns bei keinem Produktionsschritt und erst recht nicht beim Füllen Fehler oder Mängel erlauben. Hier zeichnet sich auch die Vielfalt der Möglichkeiten der Maschine aus, z. B. das Füllen in Schälldarm oder der Einsatz diverser Vorsatzgeräte“, berichtet Kevin Eberhardt. „Wir waren immer zufrieden mit der Qualität und der Bedienfreundlichkeit. Das zeichnet diese Maschinen aus. Der Verarbeiter beurteilt verschiedene Aspekte, zum einen den Maschinenbau und zum anderen – mit das Wichtigste – die einfache Bedienung und die Reinigungsfreundlichkeit. Und das ist bei Vemag gegeben“, ergänzt er. Für dieses Jahr seien bereits einige

weitere fleischlose Produkte in der Entwicklung. Das beste Feedback gebe es auf Messen, da die Kunden dort schnell entscheiden, ob ihnen ein Produkt zusagt oder nicht.

„Wir Fleischer erfinden uns momentan ein Stück weit neu, anstatt zu resignieren.“

Philip Meerpohl

Anderen Metzgerkollegen rät Kevin Eberhardt zu handwerklich hergestellten Fleischersatzprodukten, da die hohen Anforderungen an Hygiene nahezu dieselben sind. „Und kreativ sein. Es muss nicht immer der klassische Bratwurst-Ersatz sein, sondern einfach neue, innovative Produkte. Und hier ist niemand innovativer als das Handwerk“, ist er überzeugt. Chancen gäbe es, es gelte sie nur zu nutzen.

Spezialitätenfleischerei Meerpohl, Oldenburg

„Bis vor wenigen Jahren haben Kunden und Kundinnen unseren Laden verlassen und hatten alles, was sie brauchten. Das ist nun nicht mehr so. Menschen sollen unabhängig von ihrer Ernährungsweise bei uns das finden können, was ihnen und ihrer Familie schmeckt“, berichtet Philip Meerpohl.

Die vegetarische Bratwurst der Fleischerei ähnelt optisch eher einem Cevapcici. „Ich bin der Meinung, dass eine Fleisch-Alternative nicht immer aussehen muss wie echtes Fleisch. Wenn es gelingt, ist das gut, aber irgendwo muss man die Kirche im Dorf lassen. Oft kommen dafür Zusatzstoffe zum Einsatz. Schmeckt ein Produkt nicht, wird es scheitern“, sagt er. Und wie steht es mit den Zutaten? „Wir achten – wie auch beim Fleisch – darauf, regional oder zumindest national beziehbar hochwertige Rohstoffe zu verwenden, z. B. heimische Kulturpflanzen wie Grünkern und Dinkel. Um E-Nummern und Geschmacksverstärker machen wir, so gut es geht, einen großen Bogen, auch wenn das die Bindung und die Geschmackskomposition erschwert.“ Mit der wirtschaftlichen Entwicklung sei er sehr zufrieden: „Die Nachfrage steigt. Auch im Catering wird fleischfrei immer beliebter. Für uns hat sich der Schritt definitiv gelohnt.“

Doch bei allen Innovationsgeist betont Philip Meerpohl die Wichtigkeit des traditionellen Handwerks: „Fleisch ist ein gutes Produkt. Alle gesellschaftlichen Nachhaltigkeitsbestrebungen führen auch dazu, dass beim Fleischkauf immer genauer hingeschaut wird. Das ist absolut begrüßenswert. Das traditionelle Fleischerhandwerk wird es weiterhin geben.“ Einen Wunsch hat er aber noch: „Dass die Herstellung vegetarischer und veganer Produkte in der Berufsschule stärker thematisiert wird. Ein guter Fleischer war schon immer auch ein guter Lebensmitteltechniker. Es ist

höchste Zeit, diesen Teil unseres Berufes stärker in den Vordergrund zu rücken. Wir Fleischer erfinden uns momentan ein Stück weit neu anstatt zu resignieren.“ **mth**

Nützliche Links

www.bartsch-oldenburg.de

www.der-eberhardt.de

www.goodfoodbavaria.de

www.handwerk-oldenburg.de/fleischer

www.meerpohl.de / www.vemag.de

Your Partner in Food Cutting

holac[®]



**WIR SERVIEREN DEN
PERFEKTEN SCHNITT!**

Egal ob Würfel, Raspel, Plättchen,
Scheiben oder auch Sonderformen.
Wir schneiden Lebensmittel.
Und das seit über 60 Jahren!



**BESUCHEN SIE UNS IN
HALLE 5, STAND D02!**



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

www.holac.de



Mobil und wirtschaftlich schlachten

Tiere im Herkunftsbetrieb zu schlachten und ihnen so einen mühsamen Transport zu ersparen – die Idee ist gut, scheiterte aber bisher immer wieder an behördlichen Auflagen. In einem Gastbeitrag schildert Metzgermeister Philipp Sonntag seine Sicht der Dinge und stellt dazu sein marktreifes Konzept ELYS vor.



Wir Metzgereibetriebe und Schlachthöfe verarbeiten Lebewesen zu Lebensmitteln – da ist im Umgang mit Tier, Fleisch und uns selbst Sorgfalt gefragt! Tiere, die für un-sere Ernährung und unseren Genuss gehalten, geliebt und dann geschlachtet werden, verdienen unseren Respekt.

Da Rinder etwa sehr sensibel sind, ist der Transport zur Schlachtstätte manchmal ein Problem. Es geht dabei nicht ausschließlich nur um den Tierschutz, sondern auch um Arbeitsschutz. Wir können uns oft an mulmige Situationen im Schlachthaus erinnern, als wir dachten: „Dieses Rind hätte man leichter im Stall geschossen. Das wäre für das Tier und für uns wesentlich einfacher und ungefährlicher gewesen.“ Manchmal ist es aber einfach nur der Wunsch des Tierbesitzers,

dass das Tier seinen letzten Weg in vertrauter Umgebung gehen darf. Was dagegen sprach, war bisher immer die Hygieneverordnung auf EU-Ebene. Diese schrieb vor, dass grundsätzlich alle Schlachttiere lebend und bei bester Gesundheit in den Schlachtbetrieb gebracht werden müssen. Ich möchte nicht bezweifeln, dass das funktioniert, aber in manchen Fällen liegt im Transport und bester Gesundheit ein Widerspruch. Hegte man als Besitzer oder Metzger den Wunsch, ein Tier am Hof zu schießen, scheiterte dies an den

fast unerfüllbaren Auflagen und es war, wenn überhaupt, nur unter viel Widerspruch, vereinzelt und mit sehr viel Aufwand möglich. Also: dazu verbannt, ein Nischengeschäft zu bleiben und nur den Tieren einzelner Enthusiasten vorbehalten.

Warum ELYS?

ELYS ist eine Abkürzung für das Wort „Elysium“, das in der römisch/griechischen Mythologie die Ewigkeit oder das Paradies nach dem Tode beschreibt.

Was ein Jäger darf...

Wir Metzger sind es mittlerweile gewöhnt, zu akzeptieren, was uns die Hygiene, der Arbeitsschutz, der Tierschutz und viele andere, an unserem täglichen Leben beteiligte Instanzen vorschreiben. Bei den meisten Vorgängen ist Verständnis unsererseits vorhanden, wobei das eben eine Frage der Perspektive ist. Ich wage einen Vergleich! Hierzulande darf ein Inhaber eines Jagdscheins nach oberflächlicher Ausbildung die Lebendbeschau quasi bei Dämmerlicht durch das Zielfernrohr durchführen und nach dem Aufbruch des Tieres im Wald, die seiner eigenen Fleischbeschau unterzogenen Innereien dort lassen. Stellt man dagegen, was ein in der Schlachtung ausgebildeter Metzger nicht darf, ist es manchmal schwer, dem Kontrolleur gegenüber sachlich zu bleiben. Die Verordnung verlangt, dass wir uns vor und nach jeder Schlachtung vom amtlichen Tierarzt und/oder Fleischbeschauer unsere Prozesshandlungsahnung auf die Schlachtkörper stempeln lassen! Dieser Zustand sei hier nur aufgeführt, um meine Freude auszudrücken, dass sich, übrigens erstmals, seit ich Metzger bin, etwas geändert hat. Die Fleischhygiene hat zugunsten des Tierschutzes reagiert!

„Jetzt endlich rückt das Thema ‚Schlachtung ohne Tiertransport‘, ‚Hof- oder Weideschlachtung‘ genannt, aus der Nische!“

Philipp Sontag

Neue Verordnung

Im September 2021 trat eine Verordnung in Kraft, die wohl eine längst überfällige Reaktion auf die Initiative Einzelner gewesen ist, die diesen Zustand schon lange verändern wollten: die Delegierte Verordnung (EU) 2021/1374: Schlachtung im Herkunftsbetrieb mit Nutzung einer mobilen Einheit (ME) gemäß Anhang III Abschnitt I Kapitel VIa der VO (EG) Nr.853/2004

Fakten im Überblick

Ab jetzt ist es möglich:

- bis zu 3 Rinder, Kälber oder 3 Pferde oder 6 Schweine auf einmal im Herkunftsbetrieb zu betäuben, entbluten und leblos zum Schlachtbetrieb zu transportieren (Fahrzeit begrenzt).
- Die Tiere dürfen in ihrer gewohnten Umgebung (Stall/Weide/Unterstand) betäubt und entblutet werden.
- Mit einem geprüften Schlacht-/Transportanhänger dürfen bei zeitlich getrennten Schlachtvorgängen unterschiedliche Höfe und Schlachtstätten angefahren werden.

Die Auflagen:

- Nutzung eines geprüften hygienischen Transportanhängers (mobile Einheit).
- Anwesenheit eines amtlichen Tierarztes bei der Schlachtung.
- Das komplette Prozedere muss zuerst mit der zuständigen Veterinärbehörde ausgearbeitet, genehmigt und im laufenden Betrieb dokumentiert werden.

Auf dieser gesetzlichen Grundlage könnte, auch mit größeren Stückzahlen, die Schlachtung im Herkunftsbetrieb mit bezahlbarem Aufwand in den Schlachthöfen betrieben werden.

Wirtschaftliches Konzept

Wir haben das Konzept „ELYS“ entwickelt und zur Marktreife getrieben. Wir wollten nicht nur einen hygienischen Anhänger für Weide- und Hofschuss (Kugel oder Bolzen) bauen, sondern viel mehr. Wir möchten so vielen Tieren wie möglich (Rind/Kalb/Schwein) den Transport und den Zutrieb zur Schlachtung ersparen, damit sie ihren letzten Gang für uns in vertrauter Umgebung gehen dürfen. Die Anhänger (mobile Einheit = ME) ELYS II bzw. ELYS III wurden als geprüfte, in Serie zu fertigende Angebote entwickelt und sind bestellbar. Bei Interesse wäre es auch möglich, ein ME-Fahrzeug zu konzipieren. Anfragen werden an unseren Fahrzeugbauer GOMM weitergeleitet.

Sollte ein Schlachtbetrieb oder eine Erzeugergemeinschaft den Wunsch hegen, die Schlachtung im Herkunftsbetrieb zu realisieren, bieten wir ein sehr wirtschaftliches Konzept mit dem Anhänger ELYS als Hardware an. Zudem halten wir Formularvorschläge für die zuständigen Behörden bereit und beraten gerne, um das Ganze für alle Beteiligten so einfach wie möglich zu gestalten. Das Konzept eröffnet zudem Möglichkeiten bei der Verwertung von Tieren mit begrenzter Transportfähigkeit. Die erste ELYS II ist seit Anfang Februar 2022 in unserer Metzgerei im Einsatz und gewann zudem den Innovationspreis des LKR Ravensburg in der Kategorie Handwerk.

Philipp Sontag, Metzgerei Sontag, Kißlegg

www.metzgerei-sontag.de



GRILLSAISON!
PERFEKTES WETTER FÜR
PERFEKTE STEAKS:
NUR MIT DER K440RS!

Paul Kolbe GmbH
Gewerbestraße 5
89275 Elchingen
www.kolbe-foodtec.de

KOLBE
FOODTEC

Vom feinen Schnitt

Seit einiger Zeit positionieren sich auch im Metzgerhandwerk Profis durch das fachgerechte Aufschneiden von iberischen, eigenen und anderen europäischen Schinken. Als Cortador oder Cortadora vermitteln sie ihr Wissen bei Genuss-Events.

Jedes landestypische Produkt hat eine „Seele“, und wo eine Seele ist, befindet sich Kunst. So auch beim iberischen Schinken, einer Delikatesse, die weltweit sehr geschätzt wird. Das hochwertige Lebensmittel ist das Ergebnis des Zusammenspiels von Kultur, Tradition und einzigartigem Know-how, das über Generationen weitergegeben wird. Hier stehen Harmonie

Das Messer sollte beim Schneiden im Zickzack mit einer langsamen und gleichmäßigen Bewegung geführt werden.

und Innovation im Einklang. Der Schinken ist eng mit der ländlichen Umgebung der iberischen Halbinsel und ih-

ren Bewohnern verbunden, für die dieses Lebensmittel viel mehr bedeutet: Es ist Kultur, Genuss, Lebenseinstellung und eine Passion, die den Lauf der Zeit überdauert und es ermöglicht, die Fantasie von Genussfreudigen zu beflügeln.

Doch um die Kunst, die hinter dem Gourmetprodukt steckt, mit allen Sinnen zu erfassen, braucht man einen Meister bzw. eine Meisterin – den Cortador bzw. die Cortadora. Denn das Wesentliche beim Iberico-Schinken ist, dass er mit Sorgfalt geschnitten wird, wobei auf die Breite und Länge der Scheibe (2 bis 3 mm), die Verzehrtemperatur (24°C) und die Kreativität beim Anrichten geachtet werden muss. Im Rahmen der EU-geförderten Werbekampagne „Iberi-

Im Profil

ASICI, der interprofessionelle Verband der Erzeuger des iberischen Schinkens, ist eine gemeinnützige Agrar- und Lebensmittelorganisation (OIA), in der die Erzeugerorganisationen vertreten sind. Über 95 % der Viehzüchter und mehr als 95 % der Verarbeiter des iberischen Schweins sind darin gleichermaßen vertreten. Sie wurde 1992 gegründet und 1999 vom Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Ernährung als berufübergreifende Organisation des iberischen Schweinesektors anerkannt. www.iberico.com

scher Schinken aus Spanien. Botschafter Europas in der Welt“ vermittelt der Berufsverband des iberischen Schweins (ASICI) neben den Vorzügen dieses kulinarischen Juwels auch das edle Handwerk des Schneidens. Außerdem bietet die Fleischerschule Augsburg seit 2020 den mit dem Maestro-Cortador Ronny Paulusch gemeinsam entwickelten Weiterbildungskurs „Zertifizierte/r Cortador/a“ an, der bis heute eine stattliche Anzahl an Schinken-Aufschneideprofis hervorgebracht hat und dieses traditionelle Wissen so auch bei der Kundschaft im Fleischerhandwerk ankommt.

Ganz eigenes Tempo

Geprägt von Ritualen, Bräuchen und einer besonderen Lebensphilosophie, wird der Jamon Iberico auf der iberischen Halbinsel seit Jahrhunderten auf traditionelle Weise hergestellt. Das Herstellungsverfahren hat sich im Laufe der Zeit weiterentwickelt, seine Essenz aber nie verloren. Hinter jedem dieser Schinken steht ein langer Prozess. Dabei ist das Timing alles. Es können 3, 4, 5, 6 oder 7 Jahre vergehen, bis man in den ganzen Genuss des Geschmacks und der Qualität eines echten Vorzeigeprodukts der spanischen Kultur kommt. Doch das Warten lohnt sich. Der Herstellungsprozess gipfelt im sinnlichen Genuss eines einzigartigen Produktes. Um die süßen, salzigen und gepökelt Nuancen des Schinkens zu würdigen und die für den Gaumen charakteristische Explosion von Aromen voll zu genießen, ist auf den richtigen Schnitt zu achten. Jede Scheibe des Schinkens sollte so gleichmäßig und dünn wie möglich in Größe und Dicke sein. Diese Art des Schneidens ist nicht zu unterschätzen; eine Kunst, die im Laufe der Zeit perfektioniert wird und eine ruhige Arbeitsweise erfordert.

Die Kunst des Schneidens

Um den Schinken mit seiner Textur und den typischen Aromen in vollen Zügen genießen zu können, ist ein besonderer Zuschnitt unerlässlich. Ein iberischer Schinken wird in fünf verschiedene Teile unterteilt, die jeweils unterschiedliche Geschmacks- und Textureigenschaften aufweisen: Haxe, Schenkel, Keule, Kniescheibe und Spitze. Folgende „Werkzeuge“ sind für ein präzises Aufschneiden des Schinkens notwendig:



1 Die äußere Schicht des Schinkens entfernen.



2 Mit einem Schnitt unter dem Eisbein beginnen und bis zum Hüftknochen schneiden.



3 Das Schneiden an der Spitze der Keule beginnen. Das lange Messer wird in einem langsamen und gleichmäßigen Zickzack geführt. Von der Haxe bis zum Hüftknochen in gerader Linie und über die gesamte Breite des Stücks 3 bis 4 cm breite, dünne Scheiben schneiden.



4 Den Knochen des Schinkens mit der Spitze eines feinen Messers freilegen.



5 Den Schinken drehen und den Schneidprozess auf der Knöchelseite wiederholen.

- Ein Schinkenhalter sorgt für eine gute Fixierung und bietet dem Schneidegerät Komfort.
- Ein langes, flexibles Schinkenmesser, mit dem die Scheiben herausgezogen werden.
- Ein Messer mit breiter Klinge, um die Rinde (Schwarte) zu entfernen.
- Ein kurzes, kräftiges, spitzes Messer, um präzise Schnitte an verwinkelten Stellen zu machen und den Schinken gut vom Knochen zu trennen.

Echte Liebhaber schneiden den Jamon Iberico nicht, sondern „formen“ ihn, bis sie die perfekte Scheibe und den Geschmack erhalten, mit dem sie andere begeistern. Nur eine dünne Scheibe, 2 bis 3 mm dick, erleichtert die Freisetzung der charakteristischen Aromen des Schinkens.

Der Wohlgeformte

Zunächst wird die äußere Schicht des Schinkens entfernt, beginnend mit einem Einschnitt unterhalb des Schafts bis hin zur Spitze. Ist die schützende Schwarte entfernt, beginnt das Schneiden im oberen Teil des Schlegels. Das Messer sollte langsam und gleichmäßig im Zickzack geführt werden. Es ist wichtig, die gesamte Breite der Scheibe abzudecken, um ein gutes Gleichgewicht zwischen Fett und Magerfleisch zu erreichen. Am Knochen sollte mit einem spitzen Messer gearbeitet werden, um ihn und das wertvolle Fleisch drumherum mit ruhiger Hand auszulösen. Zum Schluss wird der Schinken umgedreht und das Ganze an der Keule wiederholt.

Für die Galerie

Damit der Schinken mit allen Sinnen genossen werden kann, ist beim Anrichten Kreativität gefragt. Dazu am besten glatte und weiße Teller verwenden. Darauf werden die dünnen Scheiben mosaikförmig abgelegt und so stilvoll präsentiert. Auch die Temperatur des Produkts ist zu beachten. Der ideale Zeitpunkt für das Aufschneiden ist bei einer Temperatur zwischen 20°C und 24°C, da das Aroma dann intensiver ist. Sind Dicke und Größe der Scheiben gleichmäßig und fein und die Präsentation gleicht einem Kunstwerk, ist gewiss, dass der Schinken sein Ziel erreicht hat: den Genuss.

www.cortador.events

www.fleischerschule.de

Stress für die Haut

„Bei uns geht es sauber und hygienisch zu.“ Das wird an Fleisch- und Frische-Theken oft durch das Tragen von Einmalhandschuhen suggeriert.

Doch sind sie die beste Lösung?

Viele Kunden bestehen sogar auf dieser Hygienemaßnahme. Wenig bekannt ist, dass das Tragen von Einmalhandschuhen keine Vorteile für die Sauberkeit bringt. Im Gegenteil: Gründlich gewaschene oder desinfizierte Hände sind hygienischer. Doch viele verknüpfen Einmalhandschuhe, spätestens seit Corona, automatisch

mit den sterilen Verhältnissen im Krankenhaus – ein Irrglaube. „Sie sind nur hygienisch rein, solange sie nicht mit kontaminierten Oberflächen in Berührung kommen“, erklärt der BGHW-Hautschutz-Experte Alexander Tjaberings. Während der Benutzung werden sie ebenso kontaminiert wie eine unbedeckte Hand. Zudem bildet das feucht-warme Milieu in den Handschuhen bei unsachgemäßer Benutzung einen idealen Nährboden für Keime, welche die Haut zusätzlich belasten.

„Einmalhandschuhe sind nur hygienisch rein, solange sie nicht mit kontaminierten Oberflächen in Berührung kommen.“

Alexander Tjaberings

Einmalhandschuhe tragen, Hände waschen, Hände desinfizieren und Kontakt zu wässrigen Flüssigkeiten, darunter leidet die Haut: Unter dem flüssigkeitsdichten Material des Handschuhs schwitzen Hände schnell, Feuchtigkeit verdunstet nicht. Dadurch quillt die Haut auf und verliert ihren natürlichen Schutz. Ihre Oberfläche wird durchlässiger für Verunreinigungen und Allergene. Trockene Haut, Juckreiz, Rötungen, aber auch Handekzeme können die Folge sein.

Richtige Pflege hilft

Bei bestimmten Arbeitsschritten können Einmalhandschuhe dennoch nützlich sein. Etwa im Umgang mit leicht verderblichen oder säurehaltigen Lebensmitteln. Auch zum Schutz vor färbenden Inhaltsstoffen und bei Tätigkeiten, die starke Verschmutzungen mit sich bringen, z. B. beim Marinieren von Lebensmitteln. Die BGHW empfiehlt:

- Einweghandschuhe so wenig und kurz wie möglich tragen, nur über saubere und trockene Hände ziehen.
- Um eine Durchfeuchtung der Haut zu verhindern, rechtzeitig wechseln und Tragepausen einlegen.
- Unterzieh-Handschuhe (Baumwolle) können helfen, da sie Feuchtigkeit bis zu einem gewissen Grad aufnehmen.
- Einweghandschuhe nie wiederverwenden.
- Kaputte oder beschädigte Handschuhe nicht weiterverwenden, sondern sofort entsorgen.
- Vor längeren Pausen und nach der Arbeit eine fetthaltige bzw. feuchtigkeitsspendende Hautpflege auftragen.

Desinfizieren oder waschen?

Beschäftigte an Bedientheken können einen einwandfreien Hygienestandard gewährleisten, indem sie ihre Hände mit einer pH-hautneutralen, duft- und farbstofffreien Waschlotion reinigen. Da durch das Händewaschen jedoch hauteigene und schützende Fette ausgespült werden, trocknet die Haut schneller aus. Sind die Hände nicht sichtbar verschmutzt, ist eine reine Desinfektion hautschonender. Auf keinen Fall sollte beides hintereinander erfolgen. So wird die Haut doppelt belastet, das Risiko für starke Hautirritationen steigt und die eigentliche Wirkung des Desinfektionsmittels wird oft hinfällig.

www.bghw.de



Weiterer Meilenstein

In hessischen Pohlheim eröffnete Chr. Hansen ein neues Kunden- und Anwendungszentrum.

Mit dem Abschluss der ersten Ausbaustufe ging dieses Anfang März in Betrieb. Dort produziert das Unternehmen Kulturen für Fleischwaren und verarbeitete Lebensmittel. „Bereits 2018 haben wir unsere Produktionsfläche um 60 % erweitert. Jetzt haben wir erneut 11 Mio. Euro investiert und setzen damit einen weiteren Meilenstein in der Entwicklung des Standorts Pohlheim“, freut sich Werksleiterin Charlotte Lorentzen.

Der viergeschossige Neubau umfasst auf 1.200 m² einen ausgedehnten Laborbereich (Biosicherheitsklasse 2) für mikrobiologische und physikochemische Analytik, ein Anwendungslabor für alle Arten von Fleischwaren und Lebensmitteln inklusive vier Reife- und Kochkammern, sowie ein Kundencenter für Innovationstage und Schulungen rund um den Einsatz guter Bakterien. Im Labor ist die Arbeit mit pathogenen Keimen wie *Listeria monocytogenes* und *Salmonella enterica* sowohl für Lagerungs- und Prozess-Challenge-tests möglich. „Mithilfe solcher Testreihen erforschen und validie-



ren wir die Wirkung unserer Kulturen auf schädliche Keime, die lebensmittelbedingte Infektionen hervorrufen können. So können wir die Kraft guter Bakterien gezielt einsetzen, um Lebensmittel haltbar und sicher zu machen, basierend auf den natürlichen Mechanismen der Fermentation. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag hin zu einer nachhaltigeren, resilienten und effizienten Lebensmittelproduktion“, erklärt Dr. Tim Martin Seibert, Leiter der Anwendungstechnik. Der Umbau eines weiteren Labortraktes soll Ende 2023 abgeschlossen sein. www.chr-hansen.de

Foto: Chr. Hansen



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



Nachfolgeplanen



Wenn es darum geht, die Unternehmensnachfolge zu planen, ist Weitsicht gefragt. Um dabei einen reibungslosen Übergang zu bewerkstelligen, bietet auch die Handwerkskammern Unterstützung an, beispielsweise die Handwerkskammer Region Stuttgart.

Die Zahlen sprechen Klartext: Über 31.000 Handwerksbetriebe waren bei dieser Handwerkskammer Anfang 2023 registriert. Geschätzte 5.000 dieser Firmen werden von einem Inhaber geführt, der älter als 60 Jahre ist. Diese Unternehmerinnen und Unternehmer sollten sich Gedanken machen: Übergabe an Kinder oder Mitarbeiter, verkaufen, aufgeben? Ein ganzes Paket an Unterstützungs- und Servicemaßnahmen hat die Stuttgarter Handwerkskammer dafür im Angebot. Die Berater sind gefragt. Auch ein spezieller Nachfolgemoderator ist im Einsatz. Fast 300 Einzelberatungen mit älteren Betriebsinhabern kommen im Jahr zusammen – weitere 170 Beratungen fallen für das Besprechen von Existenzgründungsplänen an.

Kammerchef Peter Friedrich zeigt die volkswirtschaftliche Bedeutung der Weiterführung von Handwerksbetrieben auf. „Das Handwerk sichert Arbeits- und Ausbildungsplätze und ist ein wichtiger Faktor für die Nahversorgung der Bevölkerung. Der Schaden ist groß, wenn in einzelnen Regionen etwa Bäckereien oder Metzger mangels Nachfolger schließen müssen. Jeder weiß: Handwerksbetriebe erbringen Leistungen, die wesentlich zur Stabilität der Gesamtwirtschaft und zum Lebenskomfort beitragen. In diesen Firmen in der Region Stuttgart sind fast 50.000 Mitarbeiter beschäftigt.“ Um den demografischen Wandel zu meistern, seien Mittelstand und Handwerk künftig mehr denn je auf innovative und kreative Unternehmer angewiesen. „Wir brauchen dynamische und entschlossene junge Menschen mit guten Ideen. Erfolgreiche Betriebsübernah-

men erhalten nicht nur Arbeitsplätze, sondern schaffen oft neue und generieren höhere Steuereinnahmen. Sie führen nicht selten zu innovativen Produkten und Leistungen, die für die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft von hoher Bedeutung sind“, betont er.

Meister als Qualifikation

Selbstständig zu sein, ist für viele Handwerker Teil ihres Selbstverständnisses. Deshalb absolvieren auch viele junge Handwerker die Meisterprüfung, um die maßgeschneiderte Qualifikation mitzubringen“, weiß Peter Friedrich. Doch auch im Handwerk werden

Gründungen vor allem in den meisterpflichtigen Berufen immer schwieriger und komplexer.

Das Thema Betriebsnachfolge ist kein branchenspezifisches Thema. Es geht um einen ganz normalen Generationenwechsel. Betriebsübergaben laufen dort zielführend und problemlos, wo das Thema frühzeitig erkannt und

angegangen wird, so die Erfahrung der Betriebswirtschaftlichen Berater bei der Stuttgarter Handwerkskammer. Zur Übergabe bereite Unternehmer informieren sich rechtzeitig, stellen die Weichen in der Familie, im Betrieb oder strecken die Fühler nach externen Übernehmern aus und gehen das Thema aktiv an. Die Informationsphase mündet in die Beratungsphase. Ganz wichtig ist dann die Entscheidungsphase. Involviert sind Berater, Banken, ein Steuerberater, vielleicht ein Rechtsanwalt oder ein Notar – nicht

„Erfolgreiche Betriebsübernahmen führen nicht selten zu innovativen Produkten und Leistungen, die für die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft von hoher Bedeutung sind.“

Peter Friedrich

selten von Anfang an die Belegschaft. Eine sinnvolle Transparenz gibt den Beschäftigten die Sicherheit, dass es weitergeht. Ein wirtschaftlich gesunder Betrieb mit Aussichten auf Rendite, einem Kundenstamm und einer funktionierenden Belegschaft wird in der Regel eine für beide Seiten zufriedenstellende Nachfolgelösung realisieren können. Dies gilt auch in derzeit schwierigen Branchen wie etwa im Lebensmittelhandwerk. Stimmen die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, sind junge Handwerkerinnen und Handwerker – egal ob aus der Familie, aus der Belegschaft oder Externe – bereit, in die Verantwortung zu gehen. Nicht vorhersehbare Faktoren gilt es mit der Erfahrung der Übergeber und der Zuversicht der nachrückenden Generation abzufedern.

Verantwortung und Qualifikation

Die Berater bei der HWK Region Stuttgart erleben sehr häufig, dass sich Betriebsinhaber zu spät mit der Nachfolgeregelung befassen. Oft sind die Vorstellungen bezüglich des Unternehmenswerts und der daraus folgende Kaufpreis oder die Pachthöhe überhöht. Ist das Unternehmen wesentlicher Teil der Altersabsicherung des Übergebers, schränkt dies die Gestaltungsmöglichkeiten im Nachfolgeprozess deutlich ein. Liegt zudem ein Investitionsstau vor, wird es besonders schwierig. Der Übergeber muss Verantwortung übergeben, die Qualifikation des Nachfolgers muss stimmen. Dies sowohl in fachlicher Weise als auch in den menschlichen Voraussetzungen wie Durchhaltevermögen, Führungskompetenz sowie unternehmerischen Qualitäten. Die Meisterprüfung im Handwerk ist eine solide Basis. Nicht zuletzt braucht es Vertrauen und die Wertschätzung zwischen Übergebern und Übernehmern.

Expertenwissen nutzen

Empfehlenswert ist ein Gespräch mit einem sogenannten Moderator für Unternehmensnachfolge. Er berät in ausführlichen Erstgesprächen, analysiert die Ist-Situation, fragt Vorstellungen ab, erarbeitet Lösungsansätze, plant die nächsten Schritte und vermittelt ggfs. weitere Beratungstermine. Zum kostenfreien Service der Stuttgarter HWK zählt auch die umfassende Beratung im gesamten Nachfolgeprozess. Dafür ist ein Vor-Ort-Termin mit dem Spezialisten ratsam. Wichtig ist es, eine für beide Seiten neutrale Beratung zu bieten.

Ziel des Projekts „Nachfolgenetzwerk“ ist es etwa, potenzielle Übergeber und Übernehmer für das Thema Betriebsnachfolge zu sensibilisieren. „Die hohen Teilnehmerzahlen bei Vorträgen zeigen immer wieder, wie relevant das Thema im Handwerk ist. Deshalb ist es wichtig, die Maßnahmen bei unseren Zielgruppen, aber auch weit darüber hinaus zu positionieren“, so Peter Friedrich

Um die Zielgruppen wie Meisterschüler, Studenten, Studienabbrecher, Quereinsteiger und Nutzer der Social-Media-Kanäle für eine Betriebsnachfolge im Handwerk zu sensibilisieren, entstanden mehrere Best-Practice-Videos. So erzählt ein Akademiker von seinem Weg ins Handwerk, ebenso wird der Weg eines angestellten Jungmeisters vorgestellt, wie er einen global agierenden Handwerksbetrieb übernimmt. „Zur Palette der unterstützenden Maßnahmen ist weder die Betriebsbörse der Kammer wegzudenken noch die Web-Seminare oder Fachvorträge in Meisterkursen“, betont der Kammerchef.

9 Ratschläge zur Nachfolge

- Der **Übergeber** muss das Unternehmen auf die Übergabe vorbereiten, Umfang, Zeitpunkt und Form der Übergabe planen, steuerliche Aspekte beachten.
- Der **potenzielle Übernehmer** wird das Unternehmen, das er kaufen möchte, intensiv prüfen und Chancen und Risiken abwägen. Er wird auch die Rechtsform unter die Lupe nehmen.
- Wer sich einen Nachfolger sucht, erhält bei **Online-Nachfolgebörsen** eine erste Orientierung. Das Existenzgründungsportal des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) betreibt etwa die Unternehmensnachfolgebörse **nexxt-change** (www.nexxt-change.org). Ziel dieser Börse ist, einen Kontakt zwischen Unternehmern und Nachfolgern herzustellen.
- Ein **plausibler Kaufpreis**: Um diesen beurteilen zu können, muss genau festgelegt werden, was im Rahmen der Betriebsnachfolge übergeben werden soll. In vielen Fällen erfolgt die Finanzierung über die Haus- oder eine Förderbank. Ist der Kaufpreis zu hoch wird eine solide Finanzierung scheitern, da der Kapitaldienst vom Nachfolger nicht getragen werden kann. Die Ermittlung eines angemessenen Kaufpreises ist von wesentlicher Bedeutung für den Erfolg der Nachfolgeregelung.
- Eine **sorgfältige Berechnung des Kapitalbedarfs** durch den Nachfolger: Die finanzierende Bank muss wissen, wie viel Geld der Übernehmer benötigt, damit er den Betrieb fortführen kann. Der Kaufpreis ist in aller Regel nur ein Teil des gesamten Kapitalbedarfs. Ersatz- und Neuinvestitionen, Nebenkosten und sogenannte Betriebsmittel zur Vorfinanzierung von Aufträgen kommen dazu. Somit ist der gesamte Kapitalbedarf wesentlich höher als der Kaufpreis. Dabei können Förderdarlehen in Anspruch genommen werden.
- Ein **fundierter Geschäftsplan**: Bei fast jeder Betriebsnachfolge stehen Veränderungen an. In Betrieben, die stark vom bisherigen Inhaber geprägt sind, ist eine Neuausrichtung in der Unternehmensführung notwendig. Meist ändert sich die Zielgruppe, ändert sich das Produkt- und Leistungsprogramm, werden organisatorische Veränderungen durchgeführt. Der Nachfolger muss erläutern, wie er künftig im Wettbewerb bestehen möchte. Dazu sind ein fundierter Geschäftsplan und ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell die Basis.
- **Planzahlen**: Die geplanten Veränderungen wirken sich in Zahlen aus. Die Planung der Umsätze und Gewinne ist für die unmittelbar Beteiligten eine wichtige Entscheidungsgrundlage. Vor allem der Nachfolger muss anhand der geplanten Gewinne beurteilen, ob die Übernahme für ihn lukrativ ist. Mit einem Liquiditätsplan muss er belegen, dass er auch in der Lage sein wird, Zins und Tilgung zu bezahlen.
- **Klare Regelungen zur Nachfolge**: Oft werden bei einer Betriebsübernahme über die Vereinbarung des Kaufpreises hinaus zahlreiche weitere Vereinbarungen getroffen, etwa über die Vermietung der Betriebsräume, die Übernahme des Firmennamens, die Weiterbeschäftigung des Betriebsinhabers, Garantien des Verkäufers, die Bezahlung des Kaufpreises, die Übernahme von Haftungsverpflichtungen, Weitergabe von Kundendaten. Auch diese Rahmenbedingungen müssen schriftlich vereinbart werden. Arbeitet der Übergeber beim Nachfolger eine Zeitlang mit, müssen auch dafür die Konditionen festgelegt werden. Für die Beurteilung des Vorhabens und das spätere Miteinander ist es außerordentlich wichtig, von Anfang an Klarheit zu schaffen.
- Ein **schlüssiger Zeitplan**: Ohne frühzeitige Beratung geht es nicht. Steuerberater, Rechtsanwälte und Unternehmensberater müssen auch bei Kleinbetrieben zusammenspielen, damit eine Lösung gefunden wird, die allen Seiten gerecht wird. Die Aufbereitung der Unterlagen und die notwendigen Recherchen erfordern meist viel mehr Zeit, als sich die Beteiligten gedacht hatten.

www.hwk-stuttgart.de/nachfolgenetzwerk



Für die Spargelzeit

Auch 2023 präsentiert die Wurst- & Schinkenmanufaktur **Bedford** Spezialitäten zur Spargelzeit. Eine davon ist der zwölf Monate gereifte geräucherte Rohschinken „Alter Fritz“. Sein zarter Biss stammt

von einem italienischen, arbeitsintensiven Herstellungsverfahren. In einer Rezeptidee werden grüner Spargel und rote Zwiebeln gegrillt und mit Chili-Öl und Sojadressing verfeinert. Dünn geschnitten ist der Schinken dazu die Krönung dieser Geschmackskombination.

Mit Speck und Schwarte geschnitten und handgeschnürt, findet auch der Kernrauchschinken aus der Ober- und Unterschale eventuell Freunde und begeistert an der Theke. Aber auch die Salami-Kugel Saltufo® harmoniert in Scheiben geschnitten mit dem edlen Gemüse, etwa mit einem Pesto aus Basilikum, Petersilie, Knoblauch, Parmesan, Pinienkernen, Olivenöl, Zitronensaft und -abrieb. www.bedford.de



Kompakter Datenlogger

Für die Auswertung wird der neue Datenlogger LOG40 (100 x 40 x 16 mm) von **Dostmann electronic** in die USB-Schnittstelle des Computers eingesteckt, wo er automatisch eine vordefinierte Auswertung als pdf-Datei erzeugt, sowie eine Listendatei (Messwert, Datum, Uhrzeit) die mit Microsoft Excel gelesen und bearbeitet werden kann. HACCP-zertifiziert und EN 12830 konform misst er regelmäßig die Umgebungstemperatur (Genauigkeit: $\pm 0,5^\circ\text{C}$). Sein Speicher zeichnet kontinuierlich bis zu 40.000 Datensätze auf. Der Messbereich reicht von -40°C bis $+60^\circ\text{C}$ bei

einer Auflösung von $0,1^\circ\text{C}$. MAX-MIN-Werte können am Display zurückgesetzt werden, was ihre tägliche Auswertung ermöglicht. Eine Messwertmarkierungsfunktion erlaubt es besondere Ereignisse bei der Auswertung hervorzuheben. Alarmgrenzüberschreitungen meldet eine rote LED sowie ein akustisches Signal. Die kostenlose Software Log Connect dient der freien Konfiguration der Speicherabstände für die Temperaturmessung von 30 Sekunden bis zu 24 Stunden sowie der Einstellung der Alarmgrenzen. www.dostmann-electronic.de



Wärmepumpe und Kraft-Wärme-Kopplung

„The next big thing“: Mit dem HyPer Dachs kündigt **SenerTec** eine Produktneuheit an, die neue Maßstäbe in puncto Effizienz setzt, heißt es aus dem Unternehmen. Das erste Hybridsystem im Portfolio kombiniert eine Wärmepumpe mit den Vorzügen der Kraft-Wärme-Kopplung (KWK). Damit sei die Wärmepumpentechnologie nun auch in Gewerbebetrieben mit bezahlbaren Betriebskosten einsetzbar. Der Clou dabei ist, dass der Dachs die Antriebsenergie der Wärmepumpe selbst produziert und somit sowohl den Brennstoff als auch den Stromverbrauch stark reduziert. Die Energie wird am effizientesten genutzt und umweltfreundlich Wärme und Strom erzeugt. www.senertec.de/hyperdachs

Nachhaltig kühlen

Zukunftssichere Kältetechnik für die Gewerbekühlung. Dafür bietet **Rivacold** Flüssigkeitskühler der Serie Champ CH mit dem natürlichen Kältemittel Propan (R290) an. Fünf Modelle für die Normalkühlung decken den Leistungsbereich zwischen 8 und 20 kW ab. Im Parallelbetrieb sind bis zu vier Geräte im Master-Slave Modus kombinierbar. Komplettiert wird das Systemangebot durch ein Hydraulikmodul mit Wasserspeicher, Armaturen und drehzahlgeregelten Verbraucher-pumpen in den drei Speichergrößen 200, 300 und 600 l. Die neue Gerätegeneration vereint unterschiedliche Maßnahmen zur Steigerung der Kühl- und Energieeffizienz, die laut Unternehmen in Summe die Anforderungen der Ökodesign-Verordnung über-treffen. www.rivacold.de



Automat mit Sicherheitsplus

Der „Hokumat“, ein leicht zu bedienender Verkaufsautomat für den Outdoor-Bereich von **Hokuma**, verfügt über sechs Laden mit Band- oder Spiralführung und so laut Hersteller über 20 % mehr Fassungsvermögen. Da vor allem Aufstellplätze im Freien, vor dem Laden oder entfernte Standorte gewählt werden, muss ein Automat dementsprechend ausgestattet sein. Ein zertifizierter Hokuma-Verkaufsautomat zeichne sich dadurch aus, dass er mittels

IP-Schutz, Heizungssystemen und einer speziellen Lackierung ohne Umhausung im Freien seiner Bestimmung nachkommt. Eine für den Außenbereich konzipierte zusätzliche Antivandalismus-Tür, in Kombination mit einer 6 mm starken Antivandalismus-Scheibe, die leicht austauschbar ist, erhöht die Sicherheit. Optional kann der Automat mit einer Kombination von Kamera mit Sprachmodus plus Erschütterungssensor ausgestattet werden. www.hokuma.de



Ergonomisch und leicht

Die neuen Tisch-Einzelclipper mit Edelstahloberfläche von **Beck Clip Systems** sind ergonomisch gestaltet. Das Sortiment umfasst vier Varianten, die mit verschiedenen Cliptypen eingesetzt werden können: BSC 50 (Clips XK-EI, XK-FA, XK-HF, XK-IA, Made by Beck, Abmessungen ähnlich K48–80 Serie); BSC 200 (Clips XE-CAA, XE-CBA, XE-CCA, XE-CDA, XE-CEA, Made by Beck, Abmessungen ähnlich E200 Serie); BSC 175 (Clips XG-BHF, XG-CAA, XG-CFA, Made by Beck, Abmessungen ähnlich G175–250 Serie) und

BSC 700 (Clips XS-HDF, XS-HEA, XS-HEE, Made by Beck, Abmessungen ähnlich S700 Serie). Die Standardausstattung besteht aus einem integrierten Messer zum Abtrennen von überschüssigem Material, einem Griff für sicheren Transport und regulierbarem Clipverschluss. www.beck-clipsystems.com/de

Praktische Saucen-Vielfalt

Fertig- und Basissaucen erleichtern es, dem Bedarf nach Speisen to-go nachzukommen. Solche bietet **Frutarom Savory Solutions** in Kombination mit den WI-Bar® und WI-Flex-Wursthüllen der Marke Wiberg an. Bei den Basissaucen sind es die Helle Sauce KQ für Ragoouts, Gemüseschnitzel oder Lasagne, die Bratensauce KQ für Schweinefleisch und Geflügel, die Schmorbratensauce KQ mit Rotweinnote für dunkles Fleisch und die Tomatensauce KQ oder als Basis für Sc. Bolognese bzw. Tomatensuppe. Als verzehrfertige Fertig-



saucen stehen Hühnerfriskasee KQ, Gulaschsauce KQ, Schaschlik KQ und Chili con Carne KQ zur Wahl. Abgefüllt und verpackt in die Wursthüllen landet Hausmannskost vom Meisterbetrieb so rasch auf dem Tisch.

www.frutaromsavory.com

Präzise und scharf

Alle Messer von **Victorinox** bestehen aus rostfreiem Edelstahl und werden am Hauptsitz in der Schweiz von Hand gefertigt. Die gelben Messer der Kollektion Swibo lassen sich nicht nur farblich schnell von anderen Utensilien unterscheiden, ihr zur Klinge hin verlängerter Griff sorgt auch für mehr Sicherheit beim Schneiden. Mit den Wetzstählen des Unternehmens halten Pr ofis ihre Messer auch über längere Zeit hinweg scharf. Neben dem Swiss Classic Abziehstahl gibt es einen weiteren Stahl aus Wolframcarbid der Kollektion Grand Maître in zwei Farben. Mit einem hellen und einem dunklen Griff versehen, glätten beide den Grat von Messern und schärfen sogar Klingen mit einer Härte von bis zu 70 HRC.



www.victorinox.com

Integriertes Füllwolfen

Mit dem Premium Schneidsatz (PH) ermöglicht **Handtmann** bei der Herstellung von Fleisch- und Wurstwaren, vegetarischen und veganen Produkten sowie Käse- und Gemüseprodukten die Synchronisation aus Vakuumfülltechnik, Füllwolf- und Separiertechnologie. Bei Produktwechseln ist kein Austausch von Förderwerkteilen im Vakuumfüller nötig, da das Standard-Förderwerk, unabhängig der Schnittgröße der Endlochscheibe, für alle Produkte eingesetzt wird. Die Verarbeitung sehr kalter Produkte oder neue Produktionsmöglichkeiten bei Roh- und Frischwurst und anderen grobkörnigen Produkten ist so gegeben. Separier- und Passieranwendungen, z.B. bei Kartoffel- oder Gemüseprodukten sind auch möglich. Der Schneidsatz ist für die Füllwolf-Typen GD 451 und GD 93-3 in Lochscheiben mit Bohrungsdurchmesser 1,0 mm bis 13 mm, Messern in Ausführung 6- und 8-Arm sowie 8-Arm-Separiermesser verfügbar. www.handtmann.de/food



Fotos: Beck Clip Systems, Frutarom Savory Solutions, Victorinox, Handtmann, Maschinenfabrik

Impressum 12. Jahrgang

FH
FLEISCHER-HANDWERK

Offizielles
Organ von: **M** 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 Blümel (chb) -185
Autoren dieser Ausgabe:
Heike Sievers, Claudia Kirchner, Nina Schinharl,
Philipp Böhm, Sebastian Heuser, Philipp Sontag
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.

Abonnementbetreuung:
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: Annetarie 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.



Autoklaven

NEU!
Vollautomatische Steuerung!

reifen
dämpfen
garen
kochen
sterilisieren

AUTOKLAV & KESSEL

KORIMAT
www.korimat.de

KORIMAT
Metallwarenfabrik GmbH
Telefon 02772/576413-0



Backtrennmittel

Wir kriegen's gebacken!

SPRÜH-SYSTEME

UNFILLER-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



Entnehmungsmaschinen 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



Etiketten

Innovative Etikettierlösungen für Fleischer, Bäcker und Selbstvermarkter

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



Fleischereimaschinen

▲ Füllen
▲ Kuttern
▲ Wolfen

DUEKER REX
FLEISCHEREIMASCHINEN

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



Gewürze

Service. Geschmack. Vielfalt.

Wenn's um die Würze geht:

Beck
Gewürze und Additive

Jetzt informieren:
Tel. + 49 9153 9229-0
info@beck-gewuerze.de



INNOVATIVE GÜTEZUSÄTZE, GEWÜRZE UND MARINADEN DER EXTRAKLASSE



VAN HEES
we know how



Gütezusätze

INNOVATIVE GÜTEZUSÄTZE, GEWÜRZE UND MARINADEN DER EXTRAKLASSE



VAN HEES
we know how



Hygienetechnik

WALTER
next level cleaning

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

Individuelle und ressourcenschonende Reinigungssysteme für vielfältigste Anwendungen.

www.walter-cleaningsystems.de



Kunstdärme

HansSchütt

Kunstdärme für jede Anforderung
Ihr Partner für flexible Folien

Hans Schütt e. Kfm. · info@hans-schuetz.de
Immelweg 19 · 25469 Halstenbeck
Tel. 04101 8560-0 · Fax 0401 8560-77



Pökelinjektoren

günther

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



Pökel- und Massiertechnik

Suhner
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



Schlachthofeinrichtungen

Systems for the red meat industry

RENNER

Fachsenfelder Straße 33
D-73453 Abtsgmünd

Telefon 0 73 66/92096-0
Telefax 0 73 66/92096-99
www.renner-sht.de



Tumbler

günther

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



Walzensteaker

günther

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





Hilf mit deiner Spende:
wwwf.de/plastikflut

WWF-Spendenkonto:
IBAN DE06 5502 0500 0222 2222 22

STOPP DIE PLASTIK FLÜT



**30 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



STROM- PREIS- STRESS- BREMSE

Das Beste

kombiniert:

Wärmepumpe +

Dachs BHKW



street FOOD business

ON TOUR:
Saisonstart in Leipzig

INTERVIEW:
20 Jahre bio-zertifiziert

SPEAKER'S CORNER:
Richard Johnson

ORIGINS:
Pommes & Co.

SUPPLEMENT VON



Mein Profi-Portal



praxisnah
marktorientiert
informativ

www.trinktime.de

blgastro^{de}



Denise Kelm,
Redaktion
streetfood business

Weiter auf Achse

Endlich: Streetfood hat sich als solide Größe im Außer-Haus-Markt etabliert. Nach dem Hype ab 2016 und den Einschränkungen der Pandemie-Zeit stabilisieren sich die Gästezahlen. Einige Tausend Besucher finden sich pro Wochenende ein – je nach Größe der Stadt. Das zeigt, dass die Szene dank treuer Fans robust und krisensicher ist.

Auf dem „Streetfood on Tour“-Festival in Leipzig habe ich das live erlebt: Trotz kaltem Wind und Streik des ÖPNV trudelten mehrere Tausend hungrige und neugierige Streetfood-Fans ein. Und das in der Vorsaison – am ersten Märzwochenende! Auch viele Familien mit Kindern mischten sich unter die Gäste – trotz Inflationsgespenst. Das umzäunte Gelände mit der Bungee-Trampolin-Anlage, dem Kinderschminken und dem gut gelaunten Ex-Illusionisten Marc Wessely bot genussvolle Sicherheit und Unterhaltung.

Auch die Food-Konzepte entwickeln sich weiter – und die Foodies haben ihre goldene Formel gefunden: schlichte Basis, vielfältige Variation. Mit ihrer Kreativität entwickeln sie immer wieder neue Varianten aus bekannten Komponenten. Das Ergebnis sind Konzepte, die simpel und doch individuell sind (siehe ab Seite 8) – etwa das Leipziger Pfannenbrot der Sommerfelds, oder die Hot Dogs von Christian Kuhla. Sie alle setzen positive Signale in einer Branche, die auch während der Corona-Zeit stets präsent war. Streetfood begeistert nach wie vor – mit Ideenreichtum und Know-how!

Ich wünsche allen Foodies und Fans ein erfolgreiches und genussvolles Jahr 2023 und weiterhin viel Erfolg!

3 Editorial

UP TO DATE

Aktuelles aus der Branche **5**

INTERVIEW

6 Tollwood:

20 Jahre bio-zertifiziert

ON TOUR

Saisonstart in Leipzig **8**

SPEAKER'S CORNER

14 Richard Johnson:

Von Europa in die USA

SPOTLIGHT

„High Five“ von Andrew Fordyce **16**

ORIGINS

Pommes & Co. **17**

NEWS & IDEAS

Produktneuheiten für die Szene **18**

IMPRESSUM

street FOOD

Verlag:

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Verlagsniederlassung München

Postadresse: Postf. 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 (bm) -200
Basak Aktas (Stellvertretung) -270

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

Marco Theimer (mth) -150

► Redaktion:

Denise Kelm (den) -160

► Anzeigenverkauf:

Bernd Moeser (verantwortlich) -200
Gerhild Burchardt -205
Fritz Fischbacher -230
Concetta Herion -240
Sebastian Lindner -215
Rocco Mischok -220
Kilian Roth -246
Luisa Wachsmuth -210

► Anzeigenabwicklung:

Felix Hesse -261
Birte Januschewski -260

► Layout:

Michael Kohler -255
Liane Rosch -258
Rita Wildenauer -254

► Druck: Mayr Miesbach GmbH, Am Windfeld 15, 83714 Miesbach

Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Gewähr. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht immer die Meinung der Redaktion wieder. Nachdruck und Übersetzung veröffentlichter Beiträge dürfen, auch auszugsweise, nur mit vorheriger Genehmigung des Verlages erfolgen. Im Falle von Herstellungs- und Vertriebsstörungen durch höhere Gewalt besteht kein Ersatzanspruch. Für den Inhalt der Werbeanzeigen ist das jeweilige Unternehmen verantwortlich.

► Geschäftsführer der

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG,
40724 Hilden:

Harry Lietzenmayer, Stephan Toth, Björn Hansen

► Gerichtsstand: Hilden

street
FOOD ist ein Supplement von:

GV **24** **FH**
MANAGER GASTROCHEF FLEISCHER-HANDWERK

FOODMANAGER Redaktioneller
PARTNER Partner

Foto: Wagnerei GmbH

Titelbild: Denise Kelm





Mobiler Lunch

Die Foodtrucks von Roka können u. a. genutzt werden, um eine mobile Mitarbeiterversorgung zu gewährleisten und somit Employer Branding zu betreiben. Wie das gelingt, zeigt die Josef Rädlinger Unternehmensgruppe, ein mittelständisches Bauunternehmen aus dem bayrischen Cham. Es setzt drei Foodtrucks und vier Köche als mobile Restaurants ein, um die Mitarbeiter auf Baustellen mit kostenlosem Mittagessen zu versorgen. Die Trucks rotieren zwischen den Baustellen, sodass das Essensangebot variiert. Es gibt drei Foodkonzepte, deren Gerichte in recycelbaren Menüboxen mit Besteck ausgegeben werden.

Fotos: Roka

www.roka-werk.de, www.raedlinger.com

Termine für Streetfood-Profis: Eine Auswahl bundesweiter

STREETFOOD-EVENTS 2023

STREET FOOD FESTIVAL

- 26. bis 29. Mai, Messepark, Trier
- 09. bis 11. Juni, Oderpromenade, Frankfurt/Oder
- 18. bis 20. August, Rathausplatz, Kiel
- 08. bis 10. September, Ochsenwiese, Fulda

DAS ORIGINAL-STREETFOOD FESTIVAL

- 27. bis 29. Mai, Rheinufer, Bonn-Beuel
- 08. bis 11. Juni, Ehrenfeld, Köln
- 16. bis 20. August, Bremerhaven
- 06. bis 08. Oktober, Osnabrück

STREETFOOD FESTIVAL TOUR

- 09. bis 11. Juni, Schlossplatz, Oldenburg
- 21. bis 23. Juli, Kirchplatz, Jever
- 04. bis 06. August, Schlossplatz, Varel
- 29. September bis 01. Oktober, Große Straße, Vechta

STREET FOOD & MUSIC FESTIVALS

- 07. bis 09. Juni, Kirchenplatz, Gießen
- 28. bis 30. Juli, Schlossvorplatz, Münster
- 25. bis 27. August, Kennedyplatz, Essen
- 08. bis 10. September, Schloßplatz, Erlangen

6. LANDSBERGER STREET FOOD FESTIVAL

- 07. bis 11. Juni, Infanterieplatz und Inselbad, Landsberg am Lech

KALTENBERGER RITTERTURNIER – Mittelaltermarkt mit Streetfood

- 14. bis 30. Juli, Schloss Kaltenberg

TOLLWOOD MÜNCHEN

- 16. Juni bis 16. Juli, Olympiapark Süd, München

Easy Snack-Hits

CRISPY, TASTY, TRENDY!

★ Hash Brown Fries für Ihre Snack-Fans

- Gäste suchen auch im Kleinen den großen Genuss.
- Crispy Rösti-Stäbchen im Handmade-Style aus frischen Kartoffelraspeln mit buntem Pfeffer und einer leichten Zwiebelnote.
- Ideal zum Dippen, als Snack oder kreative Beilage. Gluten- und laktosefrei.

Mehr Infos: www.schne-frost.de

KARTOFFELN. IDEEN. GENUSS.

Schne frost



Serviervorschlag



20 Jahre bio-zertifiziert

2023 gibt es das Tollwood-Festival in München seit 35 Jahren. Wie sich die Gastronomie dort entwickelt hat, mehr dazu im Interview.

Das Tollwood-Festival, das einmal im Sommer und einmal im Winter mehrere 1.000 Gäste in den Olympiapark bzw. auf die Theresienwiese lockt, ist in München jedem ein Begriff – und spätestens seit dem Gewinn des Internorga Zukunftspreises 2023 auch deutschlandweit bekannt. Mit dieser Auszeichnung wird u.a. das beispielhafte Engagement von Tollwood für die Bio-Gastronomie gewürdigt. Wir sprachen mit Daniela Schmid, Projektleiterin des Tollwood, darüber, wie sich die Gastronomie in den vergangenen 35 Jahren gewandelt hat.

Frau Schmid, das Tollwood-Festival gibt es seit 35 Jahren – wie hat es sich insbesondere in puncto Gastronomie verändert?

Tollwood hat von Anfang in puncto Festivalgastronomie auf ökologische und nachhaltige Lebensmittel gesetzt. Damals noch ohne Zertifizierung, denn diese gab es zu dieser Zeit noch nicht. 2003 haben wir die Gastronomie erstmals zertifizieren lassen und sind davon auch nicht mehr abgerückt. Dabei arbeiten wir eng mit unseren Gastronomen zusammen und beraten diese, wie sie ihr Angebot und ihre Prozesse noch nachhaltiger gestalten können. Außerdem bauen wir das Angebot an vegetarischen und ve-



ganen Speisen jedes Jahr weiter aus, denn auch das ist aktiver Klimaschutz.

Seit 2003 ist die Festivalgastronomie bio-zertifiziert, Produkte aus Entwicklungsländern tragen zusätzlich das Fairtrade-Siegel: Welche Hürden und Herausforderungen gab es?

Das Angebot an Bio- und Fairtrade-Produkten war nicht immer so groß wie heute. Weit mehr als 50 Prozent des angebotenen Fleisches trägt z. B. die besonders strengen Verbandssiegel, etwa von Bioland oder Naturland, Demeter, Biokreis, Bio Austria und anderen. Den Ausbau hat Tollwood mit vorangetrieben, denn wo eine Nachfrage ist, bewegt sich auch die Angebotsseite.

Dabei ist es entscheidend, ein gutes Netzwerk mit Erzeugern und Zulieferern aufzubauen.

Uns ist es außerdem wichtig, partnerschaftlich und langfristig zusammenzuarbeiten und Prozesse gemeinsam zu etablieren: Jedes Jahr stimmen wir uns mit unseren Gastronomen ab, welches Angebot Ökologie und Ökonomie zusammenbringt. Zusätzlich beraten wir Standbetreiber, die zum ersten Mal auf dem Tollwood sind, wie sie ihr Angebot nachhaltig und klimafreundlich gestalten können. So gehen wir gemeinsam den Weg in der Bio-Gastronomie. Dabei kostet ein Gericht

in Bio-Qualität auf dem Tollwood nicht mehr als ein konventionelles Gericht auf einer anderen Großveranstaltung in München. Möglich machen das eine faire Kalkulation, die regionale und saisonale Auswahl von Zutaten, der Fokus auf pflanzliche Komponenten und Gerichte sowie die Beratung bei der Auswahl von Rezepturen und Speisen durch die Tollwood-Gastroexperten. Darüber hinaus setzen wir verstärkt auf vegetarische und vegane Gerichte. Dieses Angebot bauen wir sukzessive aus. Wenn Produkte nicht verfügbar oder preislich nicht machbar sind, suchen wir gemeinsam mit unseren Partnern nach Lösungen oder einem Ersatz.

Wird es in puncto Speisenangebot in 2023 etwas Neues geben?

Die Gastronomie auf den Tollwood-Festivals verändert sich jedes Jahr: So gibt es in diesem Jahr japanische Gerichte wie Ramen oder Gyozas; seit vergangem Sommer bietet Kara Kazan türkische Kartoffelkreationen, die Kumpir, an – in diesem Sommer vegetarisch und vegan. Außerdem gibt es in diesem Sommer veganes Eis. Eines bleibt immer: Wir bieten auch Bio-Bier an, das extra für Tollwood gebraut wird. Außerdem setzt Tollwood von Anfang auf Mehrweggeschirr – lange bevor es dazu eine Verordnung gab. **Sarah Hercht**
Vielen Dank für das Gespräch!

Fotos: Bernd Wackerbauer/Tollwood, Hamburg Messe und Congress / Nicolas Maack



Schweizer Festival handelt nachhaltig

Die Schweizer Veranstaltungsreihe Original Streetfood Festival Tour geht 2023 in die achte Runde. Die Besucher erwarten rund 50 Stände, wozu auch Themenbars wie Cocktail-, Wein-, Beer & Premium Gintasting dabei sind. Der Eintritt ist kostenfrei, dennoch gibt es ein Serviceangebot wie wettergeschützte Bereiche und Kinderbetreuung. An den Ständen können neben vollen Mahlzeiten auch kleine Probierportionen bestellt werden. Neu in diesem Jahr sind die zusätzlichen Festivals in Freiburg und Brig sowie neue Locations an den Standorten Bern und Thun. Der Partner JCI #nofoodwaste ist ein Statement gegen Lebensmittelverschwendung: übriggebliebene Produkte werden an Bedürftige gespendet, außerdem wird an acht Standorten aus biogenen Speiseabfällen Biogas produziert.

www.streetfood-festivals.ch

TERMINE 2023:

- ▶ **18. bis 20. Mai**
in Baden, Trafoplatz & Halle 37
- ▶ **26. bis 28. Mai**
in Fribourg, Bluefactory
- ▶ **2. bis 4. Juni**
in Locarno, Lungolago
- ▶ **16. bis 18. Juni**
in St. Gallen, Platz der Pädagogischen Hochschule & Spelterini
- ▶ **23. bis 25. Juni**
in Bern, Nationales Pferdezentrum
- ▶ **4. bis 6. August**
in Basel, Messegelände
- ▶ **11. bis 13. August**
in Brig, Stadtplatz
- ▶ **18. bis 20. August**
in Aarau, Marienzugplatz
- ▶ **25. bis 27. August**
in Bern, WankdorfCity
- ▶ **1. bis 3. September**
in Langenthal, Markthallenplatz
- ▶ **8. bis 10. September**
in Lugano, Campo Marzio
- ▶ **22. bis 24. September**
in Thun, Lachenwiese



Fotos: Harnibal Events

HELLO STREET FOOD!

DAS GESAMTE
SORTIMENT AUF
www.cocktail-plant.de



Ready to drink! Ready to serve!

Die einfache Art, mehr Umsatz zu generieren.

Die Bar ist eröffnet!

Die fertig gemixten Cocktails von Cocktail Plant sind die superleckere und unkomplizierte Lösung für dein Street Food Business.

Interesse? Gleich heute ein Musterpaket bestellen per Email an info@nvf-marken.de oder telefonisch unter **06841 105 1500**.

**COCKTAIL
PLANT**

Hello Sundown!

ON TOUR



Saisonstart



Anfang März 2023 fand in Leipzig der Saisonauftakt von „Streetfood on Tour“ statt. Das Festival wurde vom Magdeburger Eventplaner Alex Kopke organisiert.





Alexander Kopke



Marc Wessely

in Leipzig

Es hat um die 2°C am ersten Märzwochenende. Ein kühler Wind weht den Besuchern auf dem Alten Messegelände in Leipzig um die Nase. Rund 40 Aussteller versammeln sich mit ihren Foodtrucks auf drei Ebenen, die nach der Art einer Stufenterrasse angelegt sind. Von der Bühne unten schallt irischer Rock, vom oberen Plateau dröhnt aus einem Truck in Raumfähren-Optik Partymusik. Alexander Kopke, seit 2015 Veranstalter von „Street-food on Tour“, schützt sich mit Skikleidung gegen den kühlen Wind und blickt zufrieden auf den Saisonauftakt: „Trotz des Wetters hatten wir in der ersten Stunde 350 Besucher – auf das Wochenende hochgerechnet dürften es um die 3.500 werden. Das ist gar nicht schlecht.“

Service und Zauberkunst

Kostenlos ist der Eintritt nicht – die Besucher haben die Wahl zwischen einem Tagesticket für 3 Euro und einem Wochenendticket für 5 Euro. „Klar beschwerten sich einige Leute, weil sie fürs Essen gehen nicht bezahlen wollen. Aber wir haben ein umfangreiches Food-Angebot zusammengestellt, eine bewirtschaftete Fläche gepachtet samt Sitzgelegenheiten, Müll-eimern und Livemusik. Das ist ein Service, der etwas kostet. Die meisten Besucher verstehen das. Immerhin haben wir viele Stammgäste, die jedes Jahr wiederkommen.“ Unter den Besuchern sind junge Leute, aber auch Familien. Das geschlossene Gelände ist besonders kinderfreundlich und bietet Unterhaltung für die Klei-

Fotos: Keilm



Leipziger Pfannenkuchen

Ein ganz eigenes Produkt haben Christoph und Nicki Sommerfeld mit ihrem Leipziger Pfannenkuchen kreiert. Dabei ließen sie sich von Döner und Pizza inspirieren und machten dann ihre eigene Sache daraus. Die Basis bildet das würzige Hefeteigbrot, das in einer Maschine plattiert wird, wie eine Pizza. Anschließend kommen Salsa Verde aus verschiedenen Kräutern und Mozzarella darauf. Dann wird das Brot gebacken, zu einer Tasche zusammengeklappt und nochmal gebacken, sodass Salsa Verde und Mozzarella kross am Brot festbacken. Zuletzt wird die Tasche nach Gästewunsch mit Spanferkelfleisch, Hähnchen in Käsesauce oder vegetarisch befüllt. „Wir haben das Konzept vor zwei Jahren entwickelt und bisher sind wir die einzigen, die diese Idee hatten“, erzählt Christoph Sommerfeld: „Das gibt es also nur bei uns.“



Doggi Style

Der Cottbusser Christian Kuhla bietet an seinem Stand Doggi Style Hotdogs nach eigenem Rezept an. „Ich habe früher oft Hotdogs im Fertigbrötchen gekauft und eines Tages dachte ich mir: Mensch, das kannst du besser“, berichtet er lachend. Seine Würste liegen nun in selbstgemachten Brötchen, die nach seinem Rezept bei einem regionalen Bäcker produziert werden. Nach einer Umschulung zum Koch wollte er sich selbstständig machen. Er sammelte Inspiration im Internet und entwickelte seine eigenen Hotdogs. Das Fleisch bezieht er von Vetschauer Fleisch & Wurstwaren in der Nähe von Cottbus. Die Spezialität des Hauses ist ein Burger mit Wurstpatty: „Das Rindfleisch drehe ich dafür selbst durch den Fleischwolf, dann gebe ich es in den Wurstfüller“, berichtet er. Neben Streetfood-Festivals macht er auch Catering für Geburtstage, Hochzeiten und andere Veranstaltungen.

nen: Neben dem Kinderschminken sorgt der ehemalige Illusionist und Zauberkünstler Marc Wessely mit einer Bungee-Trampolinanlage für die Bewegung und Betreuung der Kinder. Seit 2016 ist der Rucksackberliner und begeisterte Entertainer dabei: „Nach 40 Jahren Showbusiness hat mir Corona auch mein letztes Mädels zum Zerschneiden und Schweben-Lassen geraubt. Daher erkunde ich nun die große weite Welt mit Streetfood on Tour! Ha! Ist das nicht toll?“, lacht er begeistert. Neben dem Trampolinbetrieb veranstaltet er auch kleinere Soloauftritte auf dem Gelände.

Kein Jahrmarkt

Der harte Kern „Streetfood on Tour“ besteht aus rund 30 Foodies, die bei jedem der überwiegend im Osten Deutschlands angelegten Festivals dabei sind. An der Verteilung der Besucher und den Schlangen vor einigen Trucks lässt sich erkennen, welche Konzepte besonders gut funktionieren. Alexander Kopke erzählt: „Erfolgsversprechend ist ein klares Konzept, das auf einer möglichst selbstgemachten Hauptzutat basiert. Diese variiert man dann: z. B. selbstgemachte Pommes mit verschiedenen Saucen

Fotos: Keim



oder kleinen Beigaben wie Guacamole. Alles, was vor den Augen der Gäste zubereitet wird, kommt gut an. Die wollen sehen, wie die Hackbällchen geformt und der Blumenkohl geschnippelt werden. Das ist Showkochen und wirkt handwerklich, zuverlässig und authentisch.“

Doch nicht nur die Zubereitung, auch das Konzept sollte glaubwürdig sein, besonders bei der Ethnoküche, erklärt Alexander Kopke: „Das ist es, was uns von Schaustellern auf Jahrmärkten unterscheidet: Wir machen nichts nach. Wenn jemand ein afrikanisches oder ungarisches Food-Konzept hat, sollte der- oder diejenige auch durch Herkunft oder professionelle Ausbildung damit vertraut sein. Ansonsten überzeugt das unsere Streetfood-Gäste

Fotos: Keilm



Blumenkohl-Stand

Lorena Hein und Joelin Krämer stammen aus einer Schaustellerfamilie, die Autoscooter und Kettenflieger besitzt. „Eine andere Option als den Jahrmarkt gab es für uns beruflich nie“, berichtet Lorena Hein. Jüngst haben sie sich mit ihrem eigenen Stand selbstständig gemacht: „Am Blumenkohl-Stand bieten wir frittierten Blumenkohl in Backteig an, außerdem auch marinierte und gebratene Champignons. Dazu gibt es Kräutersauce, Sauce Hollandaise oder Knoblauchsauce.“ Das Gemüse ist frisch, wird am Stand geschnippelt und zubereitet. „Wir kommen aus Herzberg in Brandenburg und sind meistens dort unterwegs, bis rüber nach Wittenberg. Da haben wir auch einen Bauer unseres Vertrauens, von dem wir das Gemüse beziehen.“

nicht.“ Auch ein Fahrgeschäft oder Karussell möchte er nicht dabei haben: „Wir sind kein Rummel, davon grenzen wir uns

ab. Bei uns geht es um ein besonderes Esserlebnis. Dazu finde ich es schöner, wenn die Kinder aktiv auf dem Trampo-

LECKERE ECKEN SNACKEN

SWEET POTATO WEDGES MIT SUPERCRUNCH-COATING

- im Süßkartoffeltrend
- hohe Knusprigkeit
- lange Standzeit
- einfache Zubereitung
- konstante TK-Qualität

Aviko

www.aviko.de
www.aviko.at



Grillspieße von der Plancha

Alexandra und Detlef Marx haben ein schlichtes, aber erfolgreiches Konzept: extra große Grillspieße von der Plancha. Holziger Grillrauch umweht den Stand des Paares, das aus Lauterbach westlich von Fulda kommt. „Meine Frau kommt aus Moldawien und hat das Schaschlik-Konzept mit in die Familie gebracht. Wir haben das noch ein bisschen abgewandelt und lassen das Gemüse weg“, erklärt Detlef Marx. Neben Festivals machen sie vor allem Catering, wobei ihre BBQ-Train sehr gefragt ist. „Das ist ein Smoker, der aussieht wie eine Eisenbahn. Das macht natürlich optisch was her.“ Sein Konzept entwickelte er, als er am Weinstand eines Winzers aushalf. „Das war beim Hessentag in Wetzlar. Zu gutem Wein passt deftiges Essen und so kam es, dass ich bald meinen Stand neben dem des Winzers betrieben habe“, erzählt Detlef Marx.

lin springen.“ Eines der beliebtesten Konzepte ist der Insektenstand, an dem Betreiber Ronny geröstete Mehlwürmer, Heuschrecken und Buffalowürmer anbietet. Dazu gibt es eine süß-saure Sauce. „Ronny ist unser Zugpferd“, berichtet Alexander Kopke. „Wenn er mal nicht dabei ist, fragen die Leute: Wo ist denn der Insektenmann?“

Trends und Teilen

Viele Gäste kommen in kleinen Gruppen mit Freunden oder der Familie. Sie kaufen an verschiedenen Ständen, setzen sich an die Biertische und kosten reihum das Essen. Frei nach dem Motto: Teilen ist das neue Probieren. „Früher wollten wir die Aussteller zu Probierportionen verpflichten“, erklärt Alexander Kopke. „Das war aber nicht wirtschaftlich, da sie fast denselben Aufwand hatten, aber nur 2 oder 3 Euro pro Portion verdienen. Auch der pflanzliche Trend finde seinen Weg in die Streetfood-Szene, sagt er: „Das Angebot ist noch fleischbetont. Wir hatten mal rein vegane Trucks dabei, aber das hat nicht funktioniert. Am besten läuft es, wenn zusätzlich zu den Fleischgerichten noch pflanzliche Varianten angeboten werden.“ Wie das funktioniert, zeigt Julietta Birungi mit ihren ugandischen Spezialitäten. Neben Ziegen- und Zebrafleisch bietet sie auch eine Gemüseplatte mit frittierten Maniokwurzeln und Hülsenfrüchten an. Über ihre Erfahrungen mit veganen Produkten in Deutschland sagt sie: „Letztes war ich auf einer veganen Messe. Da fiel mir auf, dass hier vegane Produkte immer mit Weizen oder Soja hergestellt werden. Ich fand das seltsam, denn in der ugandischen Küche machen wir vegane Gerichte eher mit Gemüse. Das ist gesünder und ich finde es auch schmackhafter.“

Denise Kelm



Mehr Bilder von dem Leipziger Festival und weitere Streetfood-Konzepte finden Sie online auf www.blgastro.de/streetfood-business.

Dabei sind u. a. der „Insektenmann“ Ronny, Juliette Birungis Stand Kampala Take Away und Foodtruck Catering24. www.streetfood-on-tour.de

Fotos: Kelm



Gesunde Snacks sind Trend – da ist das Matjes- oder Heringsbrötchen ein Win-win für Foodies und Gäste, denn sie sind pfiffig und schnell serviert. Friesenkrone unterstützt professionelle Gastgeber mit einem Angebot für zusätzlichen Snack-Umsatz.

Brötchen trifft Fisch



Mit den Produkten von Friesenkrone gelingen Fischbrötchen auch ohne gelerntes Personal

schnell und kalkulationssicher. Eine bebilderte Schritt-für-Schritt-Anleitung stellt den Zubereitungsprozess verständlich dar.

Die Herings- und Matjesfilets kommen ohne Öl oder Lake aus. Deshalb müssen sie auch nicht abtropfen und es gibt keine Geruchs-

bildung – nur eine leichte Meerbrise ist zu erschnuppern. Durch den Verzicht auf Lake erhöht sich außerdem die Standzeit.

Die Verpackungen sind auf eine kleine Verstaufflächen ausgelegt und für den mobilen Kühlschrank im Truck geeignet. Sie benötigen wenig Energie in der Lagerung und können mit geringem Aufwand entsorgt werden.

www.friesenkrone.de



Rezepttipp



„Bavaria-Laugen-Matjes mit Honig-Senf-Dip“

(Für 10 Personen)

Zutaten:

10 Friesenkrone Matjesfilets Pur
Friesische Art,
10 Brezeln oder Laugenstangen,
250 g Honig-Senf-Dip,
200 g Lollo Bionda Salat,
5 Tomaten,
optional: 20 g Sprossen oder Kresse

Vorbereitung:

Salatblätter vorsichtig vom Strunk befreien und waschen, Matjesfilets auf einem Sieb abtropfen lassen.

Zubereitung: Brezel längs in der Mitte bis zur Hälfte aufschneiden. Den Honig-Senf-Dip darauf streichen und mit Salat belegen. Matjesfilet auf die untere Hälfte geben. Vier Tomatenscheiben und nach Wunsch Sprossen oder Kresse darauf geben.



Das Siegerteam aus dem Jahr 2018. Ab diesem Jahr gibt es den Award auch in den USA – inklusive eines Duells Ost-gegen Westcoast.



Richard Johnson



Von Europa in die USA

Im vergangenen Herbst fand das Finale des European Street Food Awards in München auf dem Sugar Mountain-Veranstaltungsgelände statt. Wie hat es Ihnen in München gefallen?

Trotz des Regens lief es erstaunlich gut. Es sind viele Leute gekommen und sie waren sehr aufgeschlossen. Dieses Jahr wird das Finale wahrscheinlich in München oder Saarbrücken stattfinden – im Juli.

Was ist aus dem Gewinner des European Street Food Awards 2022 geworden?

Der Gewinner „Junk“ hat inzwischen sein eigenes Restaurant eröffnet. Der Sieg hat ihnen zu den nötigen Investitionen verholfen und sie bekannt gemacht.

Was charakterisiert die deutsche Streetfood-Szene?

In Deutschland sind schwere und sättigende Gerichte beliebt. Das ist ähnlich wie in England und liegt an dem nordeuropäischen

Richard Johnson ist preisgekrönter Food-Journalist und initiierte vor 13 Jahren die British Street Food Awards und die European Street Food Awards, an denen heute 16 Länder beteiligt sind. Dieses Jahr erstmals auch in den USA.

Fotos: Jon Mortimer, British Street Food Awards, Keim

Der schottische Foodie „Junk“ brachte seine Krabben frisch aus Schottland mit – und gewann den Award 2022.



Welche Rolle spielen Meeresfrüchte und Fisch? Der Gewinner „Junk“ bot frittierte Krabben an, war aber der einzige Anbieter von Meeresfrüchten...

Klima, das etwas kühler ist. Auch im vegetarisch-veganen Bereich ist Deutschland weit vorn zu finden. Hinzu kommt die Küche von Einwanderern. Sie bringen aus Osteuropa oder Nordafrika neue Geschmäcker und Zubereitungsweisen mit.

Wofür stehen die European Street Food Awards?

Die Foodie-Szene, die sich bei den Awards trifft, steht für einzigartige Konzepte und besondere Herstellungsverfahren. Klar gibt es immer noch Trucks, die nur gefrorene Burger auftauen, aber das ist nicht wofür wir stehen. Natürlich kann auch ein Burger-Konzept ins Finale einziehen, aber dann muss der Foodie auch erklären können, woher sein Fleisch stammt, wie lange es gereift ist und was seinen Burger von anderen abhebt.

Wenn Einwanderer ihr Essen in Trucks präsentieren, leistet die Szene damit auch einen Beitrag zur Integration?

Natürlich, denn Streetfood bringt Köche und Genießer zusammen und miteinander ins Gespräch. Anders als in einem Restaurant steht man sich am Truck direkt gegenüber. Für Organisatoren wie mich ist es wichtig, solche Leute zu entdecken, sie auf die Festivals zu holen und in die Szene zu integrieren. Das ist dann für alle eine Win-win-Situation.

Dann hat Streetfood also eine besondere kulturelle Komponente?

Ganz genau. Man setzt sich gemütlich zusammen, hört Musik und unterhält sich. Die Foodies teilen nicht nur ihr Essen, sondern auch die einzigartigen Geschichten dahinter. Ich denke dabei etwa an die Pizzabäcker, die mitten im Wald von Lettland ihre Pizza backen und sie von dort zum Festival bringen. Hinter dem wahren Streetfood steht eine persönliche und kulturelle Geschichte. Sie nährt die Vorstellungskraft, während das Essen den Bauch füllt.

Einerseits ist Fisch das perfekte Streetfood, denn er muss frisch sein. Direkt nach dem Fangen sollte er gekocht und gegessen werden, denn er lässt sich schwer warmhalten. Andererseits macht es genau das den Foodies schwer: Sie müssen zu den Festivals quer durch ihr Land oder Europa reisen. Auch Junk hatte großen Aufwand binnen drei Tagen schottische Krabben nach Deutschland zu bringen. Sie waren finanziell darauf angewiesen, nicht mehr mitzubringen, als sie verkaufen konnten. Sonst hätte die Reise ihnen finanziell geschadet.

Dieses Jahr gibt es einen nordamerikanischen Award. Wie wird er ablaufen?

Es wird im Javits Center in New York im September beginnen, wo die Ostküsten-Vorentscheidung auf dem Dach mit großartiger Aussicht über Manhattan stattfindet. Der Gewinner des dortigen Festivals wird gegen den Gewinner des Vorentscheids der Westküste antreten. Dort wird das Festival in der warmen Herbstsonne von Los Angeles veranstaltet. Das Finale findet dann im Rahmen eines Nachtmarkts in Las Vegas statt.

Gibt es Trends aus Amerika, die den deutschen Streetfood-Markt beeinflussen werden?

Das Konzept der Foodtrucks stammt aus den USA, aber davon abgesehen schaut Deutschland eher nicht auf die Staaten, wenn es nach Inspiration für die Szene sucht. Zurzeit kommen die Einflüsse eher aus den Einwanderungsländern aus Nordafrika, Osteuropa, der Türkei oder der Ukraine. Auch die USA werden kulinarisch von Einwanderern beeinflusst, z. B. aus Mexiko.

Denise Kelm

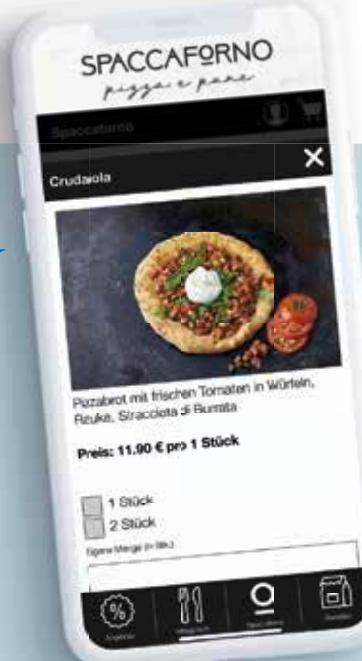
<https://europeanstreetfood.com/>



DIE GASTRO BESTELL APP



Deine eigene
provisionsfreie
APP-Lösung
mit Webshop.



**Kostenvorteil für
Abonnenten von**



**Sparen Sie bis zu
€360,- jährlich!**



www.diebestellapp.de

High5

Social Bonding Location – Andrew Fordyce erklärt in seinen High5, was es damit auf sich hat.

M

My Home is my Castle. In Corona-Zeiten erlebte Streetfood ein Hoch durch das Außer-Haus-Angebot nach dem Schema: Bestellen – bezahlen und schnell wieder nach Hause. Jetzt zeichnet sich ein Trend aus Texas, USA ab, der genau das Gegenteil ist. Streetfood entwickelt sich zur Social Bonding Location, vergleichbar mit der deutschen Stammkneipe.

1st High: Zusammen Zeit verbringen

Das texanische traditionelle Barbecue entspringt der Hinterhofkultur. In einem Pit Oven wird Fleisch Slow Cooked zubereitet und von Gemeindemitgliedern verbunden mit einem Chat nebst Bierchen genossen. Der Pit Oven steht heute auf Füßen. Einst war es aber eine Räuchergrube, in der in Mittelamerika große Fleischteile von Lamm, Ziege, Huhn oder Rind mit Blättern bedeckt langsam garten: das Barbacoa, das die Familie oder die Dorfgemeinde teilten. Genau dieser Gedanke wird aufgegriffen und weiter ausgeführt: wie beim CM Smokehouse in Austin. Hier wird nicht nur zusammen gegessen, sondern auch an Feuerstellen gechillt, Dart oder Billard gespielt, was von den Foodtrucks zur Verfügung gestellt wird.

2nd High: Let's Party

Ideengleich setzt Manifesto Market auf Pop-up-Locations in Florenz (2018-2021) bzw. Prag Smíchov (2019-2021). Dazu kommen zwei feste Standorte wie Prag Andel

und seit Januar Berlin-Mitte am Potsdamer Platz, mit 4.400m² als Europas größtem Food Court. Hier wird nicht nur nachhaltig geschlemmt, sondern auch großartig unterhalten: In diesem Jahr können Berliner und Besucher dort fast jeden zweiten Tag feiern und kontakten.

3rd High: Gewinnbringende Konkurrenz

Wer will schon immer Menü Nr. XY von Anbieter YX essen? Streetfood ist Vielfalt. Der Anspruch an Vielfalt wurde durch Corona verstärkt. Außer-Haus-Küche bot eine Alternative zum Selberkochen bzw. zum Restaurantbesuch. Darum ist ein Foodtruck vis-à-vis nicht zwangsläufig eine Konkurrenz, sondern wächst mit dem eigenen Konzept in Wohngebieten als permanente Gastro-Struktur bestenfalls zusammen. Das macht natürlich nicht gleich ein Manifesto-Konzept mit 22 Standangeboten. Establishment durch gemeinsam erdachte (Freizeit-) Angebote ist aber durchaus drin.

4th High: Sternekoch parat?

Wenn Sie einen Time Out Food Court in New York, Miami, Montreal oder Dubai



besuchen, haken Sie das Konzept nicht einfach unter dem Vermarktungskonzept des weltweit erscheinenden Kultur-, Unterhaltungs- und Veranstaltungsführers ab, der als 1968 erscheinendes Print- im Juni 2022 als E-Magazin abgelöst wurde. Was Sie an einem der Stände probieren, mag nicht allein ein qualitativ herausragender Foodanbieter als solcher sein. Das Konzept wird mitunter von Sterneköchen genutzt, um zu testen, ob ihre geplante, exquisite Menükarte beim Konsumenten ankommt: Sterne-Streetfood.

5th High: Zusammen als Work-Team

Liebe geht durch den Magen. Der Überzeugung sind auch manche Großkonzerne, wenn sie Mitarbeiter binden wollen. Incentives gibt es viele. Darunter auch die Idee, die Crew ab und an durch das Catering mehrerer Foodtrucks zu verwöhnen. Jeder Mitarbeiter erhält über die Dauer der Aktion Coupons, die er bei Streetfood-Truck seiner Wahl einlösen kann – zusammen mit Kollegen, mit denen er sein Mittagessen teilen möchte. Das macht zum Beispiel Amazon mit Unterstützung von Redo Gastro in Berlin.

Mehr über Andrew Fordyce und seine Touren zu den Streetfood-Hotspots: www.foodtrendtours.de

Foto: Masande

Pommes Match



Margit Smeekens ist verantwortlich für das Marketing bei Aviko und stellt hier den Match Maker vor. Das Tool hilft Gastronomen dabei, die für ihren Bedarf passenden Pommes auszuwählen.

Welche Unterschiede gibt es im Pommes-Bedarf?

Der Hauptunterschied besteht darin, ob man Pommes für den Sofortverzehr oder als „Food for Later“ zubereitet. Wenn zum Beispiel eine größere Menge für einen Peak vorproduziert wird, sollten sie eine Weile stabil sein. Das gelingt unter einer Wärmelampe mit den dafür geeigneten Pommes für bis zu einer Stunde.

Welche Konsequenzen hat das für die Produktwahl?

Pommes sind ja nicht gleich Pommes – es gibt neben verschiedenen Schnittvarianten, frische und TK-Pommes sowie welche mit oder ohne Coating. Das Coating ist eine Ummantelung aus Stärke, welche die Wärme in den Fritten hält, sodass sie länger kross sind.

Und diese eignen sich dann für Lieferservice oder Vorproduktion?

Genau. Allerdings sind sie auch etwas teurer. Wenn die Priorität also auf dem günstigen Einkaufspreis liegt und die Pommes ohnehin direkt verzehrt werden, setzt man eher auf Pommes ohne Coating. Je nach Bedarf hilft der Match Maker dabei, das für den individuellen Bedarf passende Produkt zu ermitteln. Außerdem gibt er auch Tipps zur Zubereitung.

Vielen Dank für das Gespräch, Frau Smeekens!



Mobile Pommes



Klaus Logermann ist Geschäftsführer bei Devapo und präsentierte auf der Internorga den Fritessa Fairfryer. Rohstoff für die Pommes sind Kartoffeln einer patentierten holländischen Sorte, die mit der Pappschachtel direkt ins Gerät eingegeben werden. Dann muss nur noch der Startknopf gedrückt werden und innerhalb von 90 Sekunden sind die Pommes fertig.

In welchen Bereichen wird der Fritessa Fairfryer eingesetzt?

Besonders an Orten, an denen sich aus Gründen der Betriebssicherheit nicht mit heißem Fett hantieren lässt, weil kein Platz für Feuerlöschanlage und Lüftungsdecke ist. Also zum Beispiel in Foodtrucks oder in einem Flugzeug. Für den Betrieb wird nur eine Steckdose mit 230 Volt benötigt. Es gibt keine Fettspritzer, die Maschine ist reinigungs- und wartungsarm.

Wie läuft der Prozess ab?

Die Pommes werden vorportioniert in der Pappschachtel bei -18° C gelagert. Die Schachtel wird in die Fritteuse gegeben. Dann wird der einzige Knopf gedrückt, um den Vorgang zu starten. In diesen 90 Sekunden können andere Menükomponenten angeordnet werden.

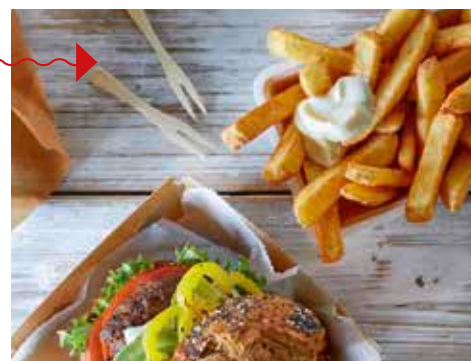
Braucht es dann noch weitere Arbeitsschritte?

Nein, die Pommes haben ein Coating und müssen weder gesalzen noch geölt werden und können nach kurzem Abkühlen in der Pappschachtel ausgegeben oder auf dem Teller angerichtet werden. Der Prozess ist auf die Sekunde genau getaktet.

Vielen Dank für das Gespräch, Herr Logermann!

Rustikal und lange kross

In seinen neuen SuperCrunch Pure & Rustic Pommes kombiniert Aviko die Erfolgsfaktoren seiner beliebtesten Produkte. Von den Pure & Rustic Fries haben sie den rustikal-unregelmäßigen Schnitt, die naturbelassene Schale und den intensiven Kartoffelgeschmack. Gleichzeitig erweitern sie auch die SuperCrunch-Range, denn die Highend-Fries bleiben bis zu 20 Minuten lang warm und kross. Dafür sorgt ein glutenfreies Coating, das die Pommes frites ummantelt. Sind sind tiefgefroren erhältlich und passen zu allen Fleisch- und Fischgerichten, außerdem eignen sie sich als Snack. www.aviko.de



Drinks für Trucks

Schank, Sirup und Service – diese drei „S“ repräsentieren das Erfolgskonzept von Grapos. Das Unternehmen bietet Getränke für den Offenausschank und Post-Mix-Sirupe an. Für Foodtrucks eignet sich die Serie Brookly. Sie kann als Stand Alone-Gerät auf der Theke oder an der Bar platziert werden.



Für Nachhaltigkeitsbewusste bietet Grapos die Bio-Sorten Apfel, Orange und Kirsche an. Die Sorten lassen sich untereinander kombinieren, sind allergenfrei und vegan. Spezielle To-go-Gebinde sorgen für Home-made-Feeling, z. B. Gläser im Vintage-Marmeladenglas-Stil und Flaschen im Retro-Stil. Die Standbodenbeutel sind biologisch abbaubar. www.grapos.com



Falafel mal anders

Eine leichte Kombination aus Proteinen und Ballaststoffen bietet die Marke Avita von Schne-frost mit den Blumenkohl-Falafel an. Die Bällchen sind außen knusprig und innen fluffig. Sie passen in Wraps, Burger und Bowls oder lassen sich als Solo-Snack genießen. In den Bällchen stecken Blumenkohlreis und Kichererbsen, verfeinert sind sie mit Minze und Sesam. Die Blumenkohl-Falafel sind vegan und eignen sich für pflanzliche Menüs mit orientalischem Touch. Erhältlich sind sie im Beutel zu zwei Kilogramm, wobei ein Karton zwei Beutel beinhaltet. Die Falafel lassen sich im Backofen, in der Heißluftfritteuse oder in der Mikrowelle zubereiten. www.avita-veggie.de

Aus der Werkstatt

Lösungen für individuell gestaltete Indoor- und Outdoor-Konzepte aus Holz und Metall bietet Steinnagel. Das Unternehmen ist Spezialist für die Herstellung von Möbeln, Theken, Hütten, Portalen und Containern und wickelt den gesamten Prozess – von der Konstruktion bis zum Aufbau vor Ort ab. Für die Holzelemente werden ausschließlich Bäume aus nachwachsenden europäischen Waldbeständen verwendet. Beim Ausbau von Containern realisiert Steinnagel Seecontainer-Umbauten ebenso wie Modul-Neubauten und schafft individuelle Verkaufs- und Gastropunkte mit Corporate Identity. Alle Produkte entstehen handwerklich in der eigenen Werkstatt. www.steinnagel-moebel.com



Auswahl an Alternativen

Verdino Green Foods baut sein Portfolio an Ersatzprodukten weiter aus. Für den deutschen Veggie-Markt gibt es über ein Dutzend Neuprodukte. Unter der Marke „Unfished“ sind z. B. pflanzliches Sashimi und Poke Cubes nach Lachs- und Thunfisch-Art erhältlich. Hinzu kommen veganer Räucherlachs in Scheiben sowie Filets nach Art von Lachs und weißem Fisch. Außerdem wird eine Range an Snacks angeboten, darunter Frühstückswürstchen, Veggie Balls und Bacon Strips. Die veganen Snacks basieren auf Erbsenprotein und sind vorgegart. www.verdinofoods.de



Echtes Handwerk

In der Wagnerie von Denny Pistner erlebt der Beruf des Wagners ein Comeback. Wagner war früher die Berufsbezeichnung für jemanden, der Wagenräder und Wagen produziert. Heute ist der einstige Ausbildungsberuf nahezu ausgestorben, doch Denny Pistner absolvierte zahlreiche Weiterbildungen, um die Berufsbezeichnung tragen zu dürfen. In der Wagnerie in Langenbrombach im Odenwald fertigt er auf individuellen Kundenwunsch hin komplette Verkaufswagen, die in der DACH-Region über eine exklusive Vertriebspartnerschaft mit Roka vermarktet werden. Denny Pistners Mission ist es, traditionelles Handwerk und trendigen Stil zusammenzubringen. www.wagnerie.de



Flexible Mehrweglösungen

Mit circ Nette Mehrweg bietet das Unternehmen auch für den Streetfood-Markt eine passende Verpackungslösung an. Die neuen Snack Tray-Schiffchen in den Größen M und XL eignen sich für Pommes frites, Currywurst, Falafel, Nuggets und Co. Die mattierte Oberfläche auf der Außenseite vereinfacht das Handling. Ebenfalls praktisch: Das kantenlose Design, durch das sich beim Spülen und Trocknen kaum Wasser ansammelt, sowie die kompakte Stapelhöhe von rund 3,3 mm. Für Streetfood-Klassiker wie Burger, Bowls oder asiatische Gerichte gibt es mit der Burger-Box (Größe M und XL), der Food-Bowl (750 und 1.200 ml) und der Menübox (ungeteilt, 2- und 3-geteilt) ebenfalls passende Mehrweg-Verpackungslösungen. www.nette-deutschland.de

Käse-Alternative

Käse ist beliebt und ein fester Bestandteil vieler Streetfood-Konzepte. Um auch der Nachfrage an veganen Alternativen gerecht zu werden, bietet Yummy Trendfood & Streetfood Käse-Alternativen als TK-Ware an. Verfügbar sind geriebener Mozzarella und Parmesan zum Bestreuen pflanzlicher Pizzen, Wraps und Nudelgerichte. Für vegane Burger oder Stullen gibt es Cheddar-Cheese-Scheiben. Foodies gelingt es so, mit geringem Aufwand und ohne spezifische Fachkenntnisse in der veganen Küche, Alternativen zu käsehaltigen Produkten anzubieten. www.yummy-trendfood.de



Vegane Bowls, Wraps und mehr

Viel Auswahl zum Erstellen veganer Menüs erhalten Foodies von Planet V aus Mecklenburg-Vorpommern. Neben Fleischalternativen aus Sonnenblumen-Hack bietet das Unternehmen auch Einzelmenüs an. Die Grundlage bilden regionales Gemüse und Hülsenfrüchte aus dem Norden Deutschlands. Aus einer Auswahl von über 100 Speisen in verschiedenen Gebindegrößen lassen sich z. B. vegane Bowls, Wraps und auch Desserts kreieren. Eine Mischbestellung enthält verschiedene Komponenten, wobei neben Menüs wie einer der Bio-Ayurveda-Pfanne mit Basmati Reis auch Produktkomponenten wie rahmige Spinatsauce, Bio-Sonnenblumen-Cevapcici und Desserts wie Grieß- und Milchreis zur Auswahl stehen. www.planet-v.com

Fotos: Wagnerie, Nette, Masande, Planet V



DIE HACCP APP

FÜR LEBENSMITTELUNTERNEHMEN

Angetippt, abgehakt, erledigt!
Einfach digital dokumentiert.

**Kostenvorteil
für Abonnenten
der Fachmagazine**

first class

**GV
MANAGER**

24
STUNDEN
GÄSTLICHKEIT

Für die Nutzung
unserer HACCP APP
zahlen Sie statt 40,- €
nur 35,- € je Monat!

Monatlich kündbar!

**Ihre HACCP-Dokumentation
auf Tablet und Smartphone.**



**30 Tage
kostenfrei
testen!**

www.diehaccpapp.de

