

# FM

4 | 2023

# FLEISCH | WURST | VEGGIE | FEINKOST FLEISCH MARKETING

## Das mediterrane Freilandhähnchen



Ja, senden Sie mir  
bitte ein Angebot:



**Freilandhaltung**  
100 % italienisches Hähnchen  
100 % pflanzliche Ernährung,  
mit 20 % Maisanteil  
Getrennte Aufzucht von männlichen und  
weiblichen Tieren  
Unabhängige Kontrolle durch CSQA  
Mindest. Schlachalter 57-60 Tage  
Besatzdichte: Außen 1 Tier pro m<sup>2</sup>,  
Innen 27 kg/m<sup>2</sup>  
Kein Antibiotika, kein GVO  
Exklusiv bei R&S

**CAMPESE**

**16** Mediterran:  
Antipasti & Co.

**20** Geflügel:  
Mediterrane Hähnchen

**28** Nachhaltigkeit:  
Für Tier und Klima



# DIE HACCP APP

FÜR LEBENSMITTELUNTERNEHMEN



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

**Kostenvorteil  
für Abonnenten  
des Fachmagazins**

**FM**  
FLEISCH MARKETING

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

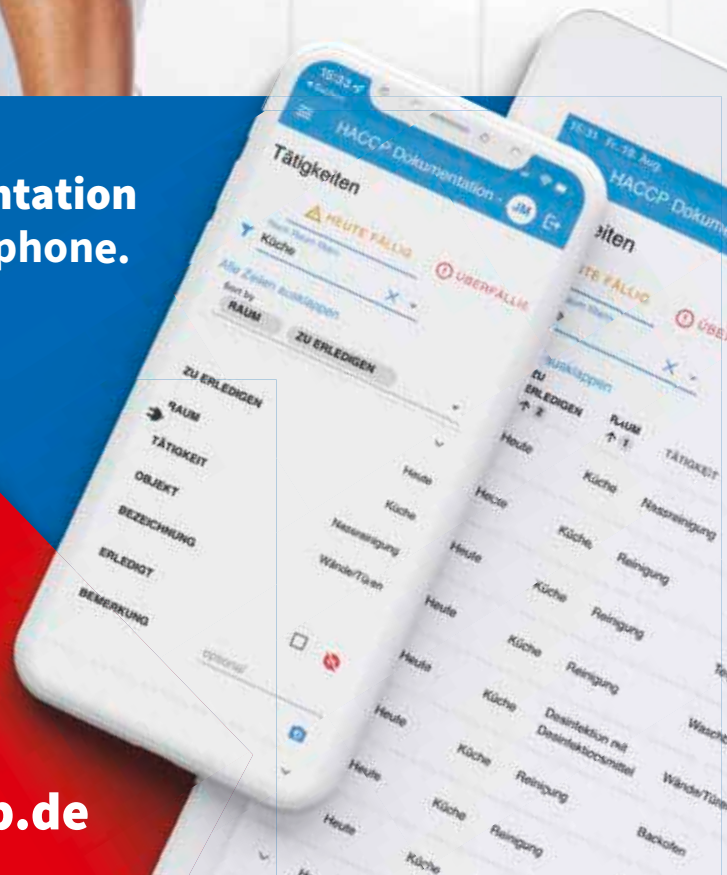
Monatlich kündbar!

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



**30 Tage  
kostenfrei  
testen!**

**[www.diehaccpapp.de](http://www.diehaccpapp.de)**





# HALTUNG ZEIGEN



**Michael Teodorescu**  
Chefredakteur

**P**flanzliche Fleischalternativen sind immer noch eine Nische – da haben Sie Recht! Der Umsatz damit steht natürlich in keinem Verhältnis zu dem des Fleisches. Und es stimmt auch, dass viel Marketing dabei ist. Das Lästern darüber lenkt aber davon ab, dass der (Fleisch-)Verbraucher mehr Transparenz und Tierwohl fordert und hierbei nicht alles rund läuft – zum Beispiel in Bezug auf das Angebot der Haltungsformen. Eine Abfrage von Greenpeace zur Haltungskennzeichnung des LEHs hat ergeben, dass die schlechteren Haltungsformen 1 und 2 dominieren. Nun kann man kritisieren, dass eine Greenpeace-Umfrage ideologisch motiviert ist. Blöd nur, dass die Verbraucherzentrale das bestätigt.

Während diese Kennzeichnung noch freiwillig ist, wurde nun eine verpflichtende Tierhaltungskennzeichnung verabschiedet. Diese staatliche Kennzeichnung beurteilt den Platz im Stall, Beschäftigungsmaterialien und in den höheren Stufen den Außenklimakontakt oder Auslauf. Hier sind es fünf statt vier Stufen – Biofleisch hat eine eigene Kategorie. Schon mal ganz nett, aber es gibt Schwächen: Zum Beispiel gilt sie zunächst nur für frisches, unverarbeitetes Schweinefrischfleisch aus Deutschland – importiertes Fleisch muss nicht gekennzeichnet werden. Kriterien wie Transport, Schlachtung oder Tiergesundheit werden nicht berücksichtigt. Kennzeichnung für Wurst und Schinken? Fehlanzeige!

Dass eine Umstellung auf mehr Tierwohl und Transparenz nicht von heute auf morgen geht, ist allen Beteiligten bewusst. Landwirte und Fleischindustrie müssen vieles anpassen. Aber die Umstellung auf Haltungsform 3 und 4 läuft schon so zäh. Wie wird es erst mit der Tierhaltungskennzeichnung sein?

Erschwerend kommt hinzu, dass der Verbraucher zwar Tierwohl fordert, jedoch den Preis dafür will er selten zahlen.

Das zeigt aber, dass man nur gemeinsam zum Ziel kommt. Es gibt nicht DEN Schuldigen, der es nun richten muss. Um „gutes“ Fleisch zu haben, müssen Politik, Wirtschaft, Einzelhandel und Verbraucher jeder auf seiner Art aktiv werden und auch Zugeständnisse machen. Dann herrscht vielleicht auch mal Frieden zwischen Fleischessern und Veganer.

## Warum wir nicht gendern

Als eine sehr diverse Redaktion lehnen wir Benachteiligung aufgrund von Sexismus, Homophobie etc. strikt ab. Dennoch haben wir uns bewusst gegen das Gendern in unseren Texten entschieden. Wörter wie Kund/innen, Verbraucher\*innen, Besucher\_innen, Mitarbeiter:innen und die Formulierung Leser und Leserinnen behindern in erster Linie den Lesefluss, verlängern den Text unnötig und lenken von den Inhalten ab. Dazu kommt, dass die Zeichen den Unterschied zwischen den Geschlechtern eher betonen, als ihn auszugleichen. Darüber hinaus sollen diese Zeichen angeblich das diverse Geschlecht einbeziehen (was übrigens nur für den Genderstern \* gilt). Sie bewirken jedoch genau das Gegenteil, nämlich die Zweigeschlechtlichkeit hervorzuheben und die Geschlechter (optisch) zu trennen. Der weibliche Part rückt an zweite Stelle, was das Ganze ziemlich sexistisch macht.

Sobald eine tatsächlich diverse und inkludierende Schreibweise gefunden wird, nutzen wir diese gerne.

Wir hoffen auf Ihr Verständnis für unseren Umgang damit, freuen uns aber über Ihre Rückmeldung dazu unter [muc@blmedien.de](mailto:muc@blmedien.de).



12



16

24



22



## Aktuelles

- 06 **Branchenblick**
- 10 **Menschen**
- 10 **Neueröffnungen**

## Handel

- 12 **Supermarkt-Check:**  
Zu wenig 3 und 4
- 14 **EHI Top 5:**  
139 Milliarden Euro

## Mediterran

- 16 **Häppchen:**  
Tapas, Mezze, Antipasti

## Geflügel

- 20 **R&S:**  
Mediterrane Hähnchen

## Beilagen

- 22 **Knödel:**  
Runde Sache

## Fleischlos

- 23 **Leberkäse:**  
„Saugut, aber ohne Sau“

## Weiderinder

- 24 **4. Teil der Serie:**  
Robuste Briten

## Nachhaltigkeit

- 28 **VanDrie Group:**  
Für Tier und Klima
- 30 **Initiative Tierwohl:**  
Fortsetzung folgt
- 31 **Landwirtschaft:**  
Dänemarks Klimaschutz





# 32

# 20



## Nachwuchs

- 32 **Interview mit Kim Celine Plander:**  
Breit aufstellen
- 33 **Interview mit Jens Karner:**  
Ziel: Abteilungsleiter

## Rubriken

- 05 **Impressum**
- 34 **Markt & Trend**

**GOGREEN** Der Umwelt zuliebe auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. Der Versand dieses Heftes erfolgt CO<sub>2</sub>-neutral mit dem Umweltschutzprogramm GoGreen der Deutschen Post.



Foto: R&S Vertriebs GmbH

## Impressum

# FM

**FLEISCH MARKETING**

12. Jahrgang 2023

**Verlag: B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG**  
**Verlagsniederlassung München**  
**Postadresse: Postf. 21 03 46, 80673 München**  
**Hausadresse: Garmischer Straße 7, 80339 München**  
 Tel. (089) 370 60-0 Fax: (089) 370 60-111  
 Internet: [www.blmedien.de](http://www.blmedien.de), [www.fleisch-marketing.de](http://www.fleisch-marketing.de),  
 E-Mail: [muc@blmedien.de](mailto:muc@blmedien.de)

**Verlagsleitung München:**

Bernd Moeser (089) 370 60-200  
 Basak Aktas (Stellvertretung) -270

**Chef vom Dienst:**

Michael Teodorescu -175

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

Michael Teodorescu -175

**Autoren:**

Michael Keller, Verena Wagner

**Mediaberatung:**

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

**Gültige Anzeigenpreisliste:** Nr. 12 vom 1.1.2023

**Anzeigenabwicklung:**

Birte Januschewski -260  
 Felix Hesse -261

**Layout:**

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

**Abonnentenbetreuung:**

Basak Aktas (verantwortlich) ([b.aktas@blmedien.de](mailto:b.aktas@blmedien.de)) -270  
 Mario Reischl ([m.reischl@blmedien.de](mailto:m.reischl@blmedien.de)) -272  
 Roland Ertl ([r.ertl@blmedien.de](mailto:r.ertl@blmedien.de)) -271

**Bezugspreis:**

Erscheint zweimonatlich (6 Ausgabe/Jahr).  
 Abonnementpreis: Inland jährlich 43 €, Ausland jährlich 52 €.  
 Einzelpreis: Inland 9 €, Ausland 11 € (alle Preise inkl. Versandkosten und MwSt.).  
 Kündigungsfrist: Schriftlich 4 Wochen vor Ablauf des Bezugsjahres.

**Druck:** Ortmaier Druck GmbH, Birnbachstraße 2, 84160 Frontenhausen

**Bankverbindung:**

Commerzbank AG, Hilden  
 IBAN: DE 58 3004 0000 0652 2007 00  
 BIC: COBADEFFXXX  
 Gläubiger-ID: DE 13ZZZ00000326043

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

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

Harry Lietzenmayer, Stephan Toth, Björn Hansen

**Gerichtsstand:** Hilden

ISSN: 2193-6269



## Ideen für mehr Tierwohl

Die Initiative Tierwohl startet die Bewerbungsfrist für den Innovationspreis Tierwohl 2023. Bis zum 30. September können sich Tierhalter und Fachexperten mit ihren Projekten bewerben. Gesucht sind neue Ideen, welche die Lebensbedingungen für Schweine und Geflügel während der Mast verbessern. Die Gewinner erhalten 10.000 Euro und werden im Frühjahr 2024 bei einer Feier gewürdigt. Im vergangenen Jahr gewannen ein Krankenwagen für Schweine, ein Offenfrontstall mit Stroh sowie Weidezugang und ein Stallkonzept für Schweine, bei dem das Abschneiden der Schwänze vermieden wird.

[www.initiative-tierwohl.de](http://www.initiative-tierwohl.de)

## Deutsches Kalbfleisch

Kaufland bietet künftig in allen Filialen Kalbfleisch an, das von der Initiative Tierwohl (ITW) zertifiziert ist. Das bedeutet, dass die Produkte der Haltungform-Stufe 2 entsprechen. Die Kälber aus dieser Haltung haben mehr Platz und Möglichkeiten, sich zu scheuern. Das Fleisch stammt außerdem aus deutscher Produktion: Von der Geburt über die Aufzucht bis hin zu Mast und Schlachtung und der anschließenden Verarbeitung findet die gesamte Wertschöpfungskette in Deutschland statt. Kaufland unterstützt die ITW bereits seit 2015. Das Bündnis von Landwirtschaft, Fleischwirtschaft und Lebensmittelhandel setzt sich für eine tiergerechte Fleischerzeugung ein. [www.kaufland.de](http://www.kaufland.de)



## Vion: Bilanz zu 2022

Vion veröffentlicht seinen Jahresbericht für 2022. Das Finanzergebnis verzeichnet einen Verlust von 23,5 Millionen Euro. Als Grund für den Verlust gibt Vion an, dass die Verbraucher wegen der Inflation weniger Geld ausgeben. Außerdem habe die Afrikanische Schweinepest an deutschen Schlachthöfen eine Überkapazität erzeugt. Mit dem Transformationsprogramm „Change that Matters“ möchte Vion seine operative Leistung bis 2025 um jährlich 150 Millionen Euro verbessern. Auch der zügige Aufbau regionaler Ketten und die Umwandlung der Organisation in Deutschland und Benelux sind geplant.

[www.vionfoodgroup.com](http://www.vionfoodgroup.com)

## NovaTaste statt Frutarom

Im Dezember 2022 gab IFF den Verkauf von Frutarom Savory Solutions bekannt. Nun agiert die neue NovaTaste Gruppe eigenständig und bündelt mit weltweiten Traditionsmarken ihre Kompetenz unter dem neuen Eigentümer PAI Partners. Gesteuert werden die weltweiten Geschäfte von Salzburg (A) aus. General Manager NovaTaste Europe ist Godert Tegelberg. Zum breit gefächerten Portfolio zählen Marken wie Wiberg, Gewürzmüller, Gewürzmühle Nesse, Mühlehof Gewürze, Piasa, Amco, Redbrook, BSA Wiberg und The Mighty. Das Produktspektrum eignet sich für Fleisch, Fisch, Milchprodukte, Backwaren, Snacks, Fertiggerichte und pflanzliche Lebensmittel. [www.novataste.com](http://www.novataste.com)



Fotos: Initiative Tierwohl, Kaufland, Vion, NovaTaste





## Beckspierne Staffel 4

Am 18. September 2023 ist es wieder soweit: Beck Gewürze und Additive starten die vierte Staffel seiner erfolgreichen Webinar-Serie „Beckspierne“.

Bereits jetzt ist es möglich Webinare zu buchen und sich etwa mit spannenden Themen für das kommende Weihnachtsgeschäft auseinanderzusetzen:

- Vier Webinare mit vielen praktischen Tipps für Handwerk und Industrie
- Vier Spezialthemen: Schwerpunkt Weihnachtsgeschäft, spannenden Themen zu Kochwurstvariationen u.v.m.
- Hands-on-Beispiele aus der Praxis, live präsentiert von den Fachberatern, den „Becksperten“
- Fragen stellen im Online-Chat - die Becksperten antworten direkt im Webinar darauf
- Alle Rezepturen sind sofort abrufbar

Es gibt folgende Optionen, um an der vierten Beckspierne teilzunehmen:

- Option 1: Mitmachen. Registrieren und via Zoom-App live dabei sein.
- Option 2: Mitmachen und mitschmecken. Bei der Registrierung bucht man für einen kleinen Unkostenbeitrag ein Tester-Paket dazu und man kann alle Rezepturen zuhause selbst ausprobieren. Den Erlös aus den verkauften Tester-Paketen spendet das Unternehmen für einen wohltätigen Zweck.
- Option 3: Mitmachen, mitschmecken, miterleben. Mit dem Tester-Paket teilnehmen und einen Becksperten-Workshop zu einem Thema eigener Wahl vor Ort dazu buchen.

Während die „Becksperten“ noch an der Agenda feilen, halten sie einen auf dem Laufenden und laden Interessierte persönlich zu den finalen Showthemen ein. Bis dahin werden auch Themenwünsche angenommen, auf welche die Webinar-Hosts eingehen sollen. Mail an: [meike.beck@beck-gewuerze.de](mailto:meike.beck@beck-gewuerze.de) oder den Themenwunsch bei der Voranmeldung angeben. Es wird versucht auf alle rechtzeitig eingesendeten Wünsche einzugehen.

[www.beckspierne.de](http://www.beckspierne.de)

## Grill Codex

Nach seinem Buch „Fleisch Codex“ 2021 widmet sich der Koch, Fleisch-Experte und Bio-Wagyu-Züchter Ludwig Maurer im „Grill Codex“ dem Themenkomplex BBQ und Outdoor-Cooking. Dabei geht es ihm darum neben originellen Rezepten das Verbindende des Grillens aufzuzeigen. Grillen ist ein Kulturgut, das Menschen miteinander verbindet. Die Rezepte sind in Unterkapiteln zu seinen bayerischen Wurzeln, der japanischen Grillkunst, dem langsamen US-BBQ, Steaks, Burger, Meeresfrüchte & Fisch, Geflügel aus aller Welt und Desserts aufgeteilt. Am Ende werden Beilagen, Saucen und Dips behandelt. Die Bilder stammen vom Fotografen Thomas Pfeiffer. München: Callwey Verlag, 240 Seiten, 45 Euro.



Fotos: Beck Gewürze und Additive/Dedicative, Callwey Verlag

**promedia thekenTV**



**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](mailto:info@promedia-thekentv.de)

🌐 [www.promedia-thekentv.de](http://www.promedia-thekentv.de)





## Fleischalternative aus Treber

Biertreber ist eigentlich ein ungenutztes Nebenprodukt – das Start-up rest:art hat allerdings eine Möglichkeit gefunden, den Treber zu einer veganen Fleischalternative aufzuwerten – das Produkt erinnert an Rindfleisch. Wisag unterstützt das junge Unternehmen beim Markteintritt und bot an den Probier-tagen in zwei Betriebsrestaurants, aber auch beim Catering Menüoptionen mit dem neuartigen Produkt an. Dabei gab es pflanzenbasierte Burger, Gyros und Frikadellen. Die Nachfrage war gut, besonders junge Gäste zeigten sich aufgeschlossen und probierten die veganen Menüs aus Neugier oder aufgrund persönlicher Ernährungsvorlieben. [www.wisag.de](http://www.wisag.de)

## Solide Bilanz

Bei der Generalversammlung in Wiesbaden hat Zentrag gute Nachrichten: Der Gesamtumsatz von 304,5 Millionen Euro entspricht einem Plus von 11,9 Prozent zum Vorjahr. Der Umsatz der 89 Mitgliedsbetriebe stieg um 16,6 Prozent auf 995,5 Millionen Euro. Auf der Versammlung wurde außerdem Rainer Laabs als neuer Vorstandssprecher vorgestellt. Er löst Anton Wahl ab, der im September in den Ruhestand geht. Zudem berieten die Mitglieder über eine nachhaltige Zukunftsstrategie. Dazu gehörten u. a. die Themen Digitalisierung, Regionalität, verändertes Essverhalten, Ressourcenschonung und Tierwohl. [www.zentrag.de](http://www.zentrag.de)



## Allianz für fairen Handel

Die Allianz „Faire und ökologische Marktwirtschaft“ (FÖM) ist ein informelles Netzwerk aus Unternehmen, die sich für eine sozial faire und ökologische Art des Wirtschaftens einsetzen. Sie stellt Richtlinien auf, welche die gesetzlichen Maßnahmen wie etwa das Lieferkettengesetz ergänzen. Die FÖM möchte in einen regelmäßigen Dialog mit den Handelsunternehmen treten, die die Absichtserklärung unterschrieben haben. Nach Aldi Nord und Süd hat das nun auch die Rewe Group getan. Die Allianz FÖM wurde von der Assoziation Ökologischer Lebensmittelhersteller, der GEPA, Naturland und dem Forum Fairer Handel gegründet. [www.rewe-group.de](http://www.rewe-group.de), [www.aldi.de](http://www.aldi.de)

## Pflanzlich Grillen

Mit der Aktionswoche #VeganuaryBBQ hat die gemeinnützige Organisation Veganuary Anfang Juli dem Handel Anreize geboten, den Fokus auf pflanzliche Alternativen zu richten. „Das Angebot an veganen BBQ-Produkten im Supermarktregal wächst und bietet Alternativen für Grillkäse, Fisch, Steak und vieles mehr“, erklärt Christopher Hollmann, der Veganuary Deutschland leitet. Zu den teilnehmenden Unternehmen und Marken gehören u. a. Aldi Süd, Aldi Nord, The Green Mountain, Rougette, Greenforce, The Vegetarian Butcher und Vega Lecker. Unterstützung gab es von TV-Köchin Stina Spiegelberg, die Tipps zu gesundem Grillgenuss gab. [www.veganuary.com](http://www.veganuary.com)

## Direkt aus dem Norden

Unter dem Motto „Genial Regional“ startet eine Kampagne bei Edeka Nord. Regionale Waren werden am Regal mit dem „Genial Regional“-Logo markiert. Produkte, die in Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern, Hamburg und dem Norden von Niedersachsen und Brandenburg angebaut, produziert oder veredelt werden, gelten als regional. Auf der neuen Regio-Plattform können sich regionale Lieferanten listen lassen, um ihre Produkte selbstständigen Kaufleuten anzubieten. Die Regio-Plattform ist an die bestehende Plattform FoodStarter angeschlossen. Kaufleute finden hier Waren, mit denen sie ihr regionales Sortiment erweitern können. [www.edeka.de/nord](http://www.edeka.de/nord)





## Vielfalt als Stärke

Die Rewe Group gehörte gemeinsam mit Rewe und Penny zu den Hauptsponsoren des ColognePride und war somit vom 24. Juni bis zur CSD-Parade rund um die Events in Köln präsent. Seit 2015 ist die Rewe Group mit einer Fußgruppe und Wagen beim CSD dabei. „Ich bin davon überzeugt, dass wir als Unternehmen und als Gesellschaft nur vorankommen, wenn wir Vielfalt als Notwendigkeit und Stärke begreifen. In der Rewe Group leben wir das und ich bin sehr stolz, dass ich von Anfang an Pate unseres LGBTIQ-Netzwerks di.to sein darf“, erklärt CEO Lionel Souque. Über 200 Mitarbeiter der Rewe Group feierten am 9. Juli die Vielfalt beim Demonstrationszug durch Köln. [www.rewe-group.de](http://www.rewe-group.de)

## Wild, wilder, Wildsommelier

Zum dritten Mal seit 2022 absolvierten Fleischprofis an der Fleischerschule Augsburg mit Erfolg die Weiterbildung in Sachen Wild zum zertifizierten Wildsommelier. Für sieben Teilnehmer und eine Teilnehmerin ging es 14 Tage lang rund um Wildbret, die Jagd und ihre Geschichte, verschiedene Wildarten, die Zerlegung und Zubereitung des Fleisches, Ethik, Exoten-Wildfleisch, Marketing, Gewürze, Reifung und Rohwurst sowie Rohschinken. Die Ergebnisse der Prüfung belegen, dass sich die „wilde Mannschaft“ und ihre Dozenten richtig ins Zeug gelegt haben. Kursleiter war Robert Schedel. Nach dem Kick-Off mit der Kulturgeschichte der Jagd ging es ums Thema Schwarzwild sowie dessen Zubereitung, u. a. auf dem Grill. Mit dem Grillweltmeister Oliver Sievers und dem Fleischermeister Jürgen Bickert aus Essen gaben zwei Top-Experten ihr Wissen an die Fachkräfte weiter. [www.fleischerschule.de](http://www.fleischerschule.de)



## Reiferaum in Fulda

Seit Mitte Juni reifen in einem 30 m<sup>2</sup> großen Schinkenlagerschrank im „Green Market“ des Green Food Clusters im Fuldaer Konzeptkaufhaus „Karl“ Schinken von elf Metzgereien aus Hessen, Thüringen und Bayern. Alle sind Mitglieder des Rhöner Biosphären-Schinken e.V. „Jeder Metzger startet den Prozess in seiner Metzgerei und legt mit einem einheitlich festgelegten Verfahren über einen bestimmten Zeitraum die Basis für die Lagerung. Die mindestens fünfmonatige anschließende Lagerdauer findet ohne weitere Herstellungsschritte im Lagerraum statt. Die Lagerkapazität ist auf mehrere hundert Kilogramm ausgelegt“, sagt Matthias Weller, Sprecher des Vereins. [www.marktplatzrhoen.de](http://www.marktplatzrhoen.de)

## Neuer Premium-Sponsor

Mit Van Hees gewann die Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks einen weiteren Premium-Sponsor. DFV-Hauptgeschäftsführer Martin Fuchs (re.) und der Geschäftsführer der Van Hees GmbH, Robert Becht (li.), unterzeichneten den Vertrag, der am 1. Juli 2023 in Kraft trat und zwei Jahre gilt. Robert Becht würdigte dabei das Engagement des 29-köpfigen Teams und hob hervor, wie wichtig es sei, „das Fleischerhandwerk bei möglichst vielen Menschen stärker ins Bewusstsein zu rücken“. Wichtig ist den jungen Leuten der direkte Kontakt mit Schülern und Auszubildenden, um Interesse für ihren vielseitigen Beruf zu wecken. Mit ihren Skills fungieren sie u. a. als Influencer in den Social Media-Kanälen und bei Events, z. B. Azubi-Messen, der IFFA oder Süffa. Sie bekennen sich zu Nachwuchsförderung, Tierwohl, Tierschutz, Regionalität, Umwelt und gesunder Ernährung. [www.van-hees.com](http://www.van-hees.com), [www.nationalmannschaft-fleischerhandwerk.de](http://www.nationalmannschaft-fleischerhandwerk.de)





## PHW: Neues Vorstandsmitglied

Der Vorstand von PHW hat mit Felix Wesjohann ein fünftes Mitglied. Er ist der Bruder von Vorstandsmitglied Peter Wesjohann und Teil der Familie, der das Unternehmen gehört. Der 45-Jährige ist gelernter Industriekaufmann und hat 2003 seinen Diplom-Betriebswirt in der Fachrichtung Internationaler Agrarhandel an der FH Bingen abgeschlossen. Er verbrachte ein Jahr in den USA, wo er im Bereich Zucht, Elterntierhaltung und Brütereien arbeitete. Danach stieg er bei der PHW-Gruppe ein und war Geschäftsführer der Tochterfirmen BWE Brüterei Weser-Ems und bei der Mega Tierernährung.

[www.phw-gruppe.de](http://www.phw-gruppe.de)

## Neuer Vorstand bei Kaufland

Der 55-jährige Ralf Imhof wird zum Ende des Jahres seine Tätigkeit als Vorstand von Kaufland Deutschland aus persönlichen Gründen abgeben. Von 2002 bis 2018 war Ralf Imhof auch als Landesvorsitzender Polen und als Mitglied der Geschäftsleitung Vertrieb International tätig. Der Handelsmanager hat laut Kaufland wesentlich zum Erfolg des Unternehmens beigetragen und den Konzern sicher durch die Pandemie und die Real-Integration geführt. Sein Nachfolger Jochen Kratz (Foto) wird ab 2024 diese Position übernehmen. Der 49-Jährige ist seit 2009 in verantwortungsvollen Positionen für das Unternehmen tätig. Seit 2018 führt er die Regionalgesellschaft Süd-West. [www.kaufland.de](http://www.kaufland.de)



## Vorbildlicher Vollsortimenter

Im Oder-Center in Schwedt hat auf der Fläche eines ehemaligen Real-Marktes ein neues Edeka Center eröffnet: Der Vollsortimenter führt rund 60.000 Artikel auf 4.300 Quadratmetern Verkaufsfläche und beschäftigt 109 Mitarbeiter. Es gibt Bedientheken für Fisch, Backwaren, Fleisch und Wurst sowie eine Käsetheke. In Daniels Café können die Kunden ganztägig speisen. Das Edeka-Center von Marktleiter Ronald Schiemenz engagiert sich regional und arbeitet mit 18 Lieferanten aus der Umgebung zusammen. Die Gebäudetechnik ist klimafreundlich: Die Kühlmöbel arbeiten mit CO<sub>2</sub>, geheizt wird mit einer Wärmepumpe und der Abwärme aus den Kälteanlagen. [www.minden-hannover.edeka](http://www.minden-hannover.edeka)

## Mobiler Laden wechselt Standort

Im August reist der tegut... teo von Gläserzell ins bayerische Mömlingen. Das Kleinstflächenkonzept mit 950 Produkten auf nur 50 Quadratmetern lässt sich flexibel auf- und abbauen – nach dem Motto: „Das, was ich brauche. Da, wo ich es brauche. Dann, wann ich es brauche.“ In den Laden eintreten und bezahlen können die Kunden digital, indem sie die tegut-App oder ihre Giro- oder Kreditkarte nutzen. Der tegut... teo in Gläserzell erfüllte die wirtschaftlichen Erwartungen nicht und wird daher nach Mömlingen verlegt, wo sich tegut einen besseren Umsatz erhofft. Das Konzept ist an 30 Standorten in Hessen, Bayern und Baden-Württemberg im Einsatz. [www.tegut.com](http://www.tegut.com)



Fotos: Timo Lutz, Kaufland, Edeka Minden-Hannover, tegut... gute Lebensmittel





## Meet for Meat

Die Anuga Meat bringt die Unternehmen der internationalen Fleischwirtschaft zur Anuga von 7. bis 11. Oktober 2023 in Köln zusammen. Mit aktuell rund 600 ausstellenden Unternehmen ist die Fachmesse für Fleisch, Wurst und Geflügel gut aufgestellt.

Um den Wünschen der Verbraucher nach gesunder Ernährung, Regionalität, Nachhaltigkeit sowie Tierwohl gerecht zu werden, werden auf der diesjährigen Anuga Meat neben Fleisch, Wurst und Geflügel erneut auch vegane und vegetarische Fleischalternativen sowie pflanzliche Ersatzprodukte mit Proteinen im Fokus stehen. Letztere werden vor allem in der Sonderschau „Meet more Meatless“ vertreten sein. Die Untersegmente der Anuga Meat teilen sich auf die Hallen auf, um den Facheinkäufern mehr Orientierung zu geben: Halle 5.2 Wurstwaren, Halle 6 Rotfleisch, Halle 9 Geflügel

und Rotfleisch.

Die Fachmesse Anuga Organic bietet unter dem Dach der Anuga ein breitgefächertes Bio-Angebot aus dem In- und Ausland mit Exportfokus. Mit rund 200 internationalen Ausstellern wird eine breite Vielfalt an nachhaltigen und gesunden Produkten präsentiert.

Inmitten der Anuga Organic wird der Organic Supermarket 2023 mit einem neuen, modernen Bio-Supermarkt-Konzept die Vielfalt des gesamten Bio-Angebotes zeigen. Dieser Supermarkt mit Bio-Lebensmitteln und -Getränken präsentiert in der Halle 5.1 ein breit gefächertes Angebot mit über 1.500 Bio-Produkten für den Lebensmitteleinzelhandel. Neben dem Supermarkt gibt es das Vortragsprogramm Anuga Organic On Stage, das Podiumsdiskussionen und Trendvorträge zu den Themen der Bio-Branche bietet.

[www.anuga.de](http://www.anuga.de)

## Fleischiger Pflichttermin

Vom 21. bis 23. Oktober trifft sich das Metzgerhandwerk auf der Süffa auf dem Stuttgarter Messegelände, um die Produktinnovationen und neuen Technologien der nationalen und internationalen Aussteller zu erleben. Zudem geben exklusive Programmpunkte und Vorträge wichtige Impulse für den eigenen Betrieb. Die Messe wollte vorab von den Besuchern wissen, warum sie auf die Messe kommen. Die Antworten zeigen einen erhöhten Bedarf an kollegialem Austausch. Zu wichtigen Zukunftsfragen wie Rohstoffsicherung, Kalkulation, 24/7-Lösungen oder vegetarischem Angebot sehen viele der Befragten ihre Kollegen als wichtige Informationsquelle. „Die Süffa ist für mich ein fachlicher Pflichttermin, seit ich vor fast 40 Jahren meine Metzgerlehre begonnen habe“, erklärt Martin Kohler von der Metzgerei Kohler in Renningen. „Der Besuch hat mir in

jedem Jahr Motivation und Inspiration für eine erfolgreiche Betriebsführung gegeben. Wenn man auf so etwas verzichtet, droht die Gefahr, dass man immer auf den gleichen eingefahrenen Wegen fährt.“ Volker Behrens von der Fleischerei Behrens ist Twistringener findet die Messe auch wichtig: „Zwar ist Stuttgart für mich über 600 Kilometer entfernt, aber der Süffa-Besuch lohnt sich immer. Ein wesentlicher Grund ist für mich, aus dem gewohnten geschäftlichen Umfeld herauszutreten und eine andere Perspektive einzunehmen.“ Ein weiterer Aspekt: „Generell bietet die Süffa als Fachmesse etwas, was das Internet nicht bieten kann: das Anfassen und Ausprobieren. Egal, was wir für den Betrieb gekauft haben: Die Süffa war immer die Leitmesse, um uns zu informieren“, erklärt Gerhard Kaiser von der Metzgerei Kaiser in Rheinhausen. [www.sueffa.de](http://www.sueffa.de)



## ZU WENIG 3 UND 4



## Der Greenpeace-Supermarkt-Check zeigt: Umstieg auf Fleisch aus besserer Haltung kommt kaum voran.

**D**ie großen Lebensmittelhändler verbessern laut Greenpeace ihr Fleischsortiment nur schleppend. Der von den Händlern angekündigte Umstieg von den schlechtesten Haltungsformen 1 und 2 auf bessere kommt langsam voran. Mit 86 Prozent stagniert der Anteil der Haltungsformen 1 und 2 im Fleischsortiment nahezu (2022: 88 Prozent). Das zeigt die jüngste jährliche Greenpeace-Abfrage zur freiwilligen Kennzeichnung des Fleischangebots bei Aldi Nord, Aldi Süd, Edeka, Kaufland, Lidl, Netto, Penny und Rewe. Seit Juli 2022 ist der Anteil der mit Haltungsform 1 gekennzeichneten Frischfleischprodukte sogar leicht auf 21 Prozent gestiegen (2022: 19 Prozent), zeigen die Angaben der befragten Ketten.

„Hinter den vollmundigen Versprechen der Supermärkte von mehr Tierwohl und klimaschonenden Lebensmitteln versteckt sich im Kühlregal noch immer fast nur Billigfleisch“, erklärt Christiane Huxdorff, Landwirtschaftsexpertin von Greenpeace. „Um den Umstieg auf besseres Fleisch in den nächsten Jahren wirklich zu erreichen, muss der Ausbau der Haltungsformen 3 und 4 konsequent verfolgt werden, anstatt auf die zähe politische Umsetzung der Kennzeichnung zu warten.“

### Transparenz-Lücke

Fleisch der Haltungsformen 1 und 2 stammt von Tieren, die unter häufig gesetzeswidrigen Bedingungen gehalten werden. Der Anteil des Supermarktangebots aus den beiden besseren Haltungs-

Foto: Kaufland



formen 3 und 4 ist laut Abfrage auf knapp 12 Prozent gestiegen. Bei Rindfleisch wird der Markt noch immer mit 76 Prozent von Haltungsform 1 dominiert. Allerdings findet sich hier mit 14 Prozent der größte Bio-Anteil. Die Unternehmen Metro und Norma haben den Fragebogen nicht beantwortet und kennzeichnen ihre Fleischprodukte auch nicht.

„Der Großhändler Metro hat eine breite Marktmacht und muss mit der verpflichtenden Haltungskennzeichnung auch endlich anfangen seine Produkte entsprechend der Haltungsform zu kennzeichnen“, bemängelt Christiane Huxdorff. „Der Markt hätte sich in den letzten Jahren deutlich schneller bewegen können, wenn von Anfang an der gesamte Handel an einem Strang gezogen hätte.“

Im Selbstbedienungsbereich kennzeichnen die Lebensmitteleinzelhändler laut Selbstauskunft ihre Frischfleischprodukte inzwischen fast flächendeckend mit der Haltungsform. Eine Recherche für die Greenpeace im Juni 2023 stichprobenartig deutschlandweit 44 Filialen von Rewe, Edeka und Kaufland überprüft hat, hat ergeben, dass an den Fleisch-Bedientheken jedoch nur rund 40 Prozent aller unverarbeiteten Frischfleischprodukte aus Deutschland gekennzeichnet waren. In fast 30 Prozent der besuchten Filialen wurde gar nicht gekennzeichnet. Vor allem Fleisch mit der Haltungsform 1 gab es so gut wie nicht, obwohl nach Angaben der Lebensmitteleinzelhändler ein Großteil des Rindfleischs in den Bedientheken aus dieser Stufe

**„Um den Umstieg auf besseres Fleisch in den nächsten Jahren wirklich zu erreichen, muss der Ausbau der Haltungsformen 3 und 4 konsequent verfolgt werden.“**

**Christiane Huxdorff**

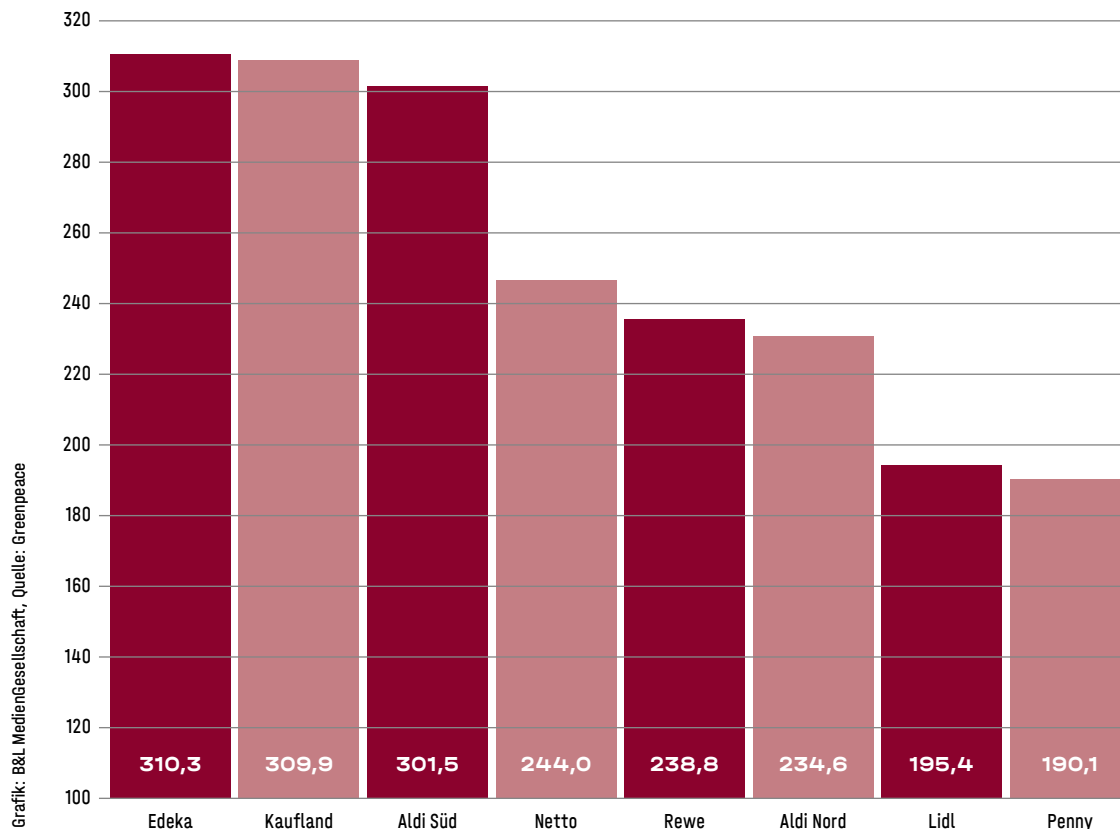
stammt. „An den Bedientheken klafft auch Jahre nach Einführung der Haltungsform eine riesige Kennzeichnungslücke. Das grenzt an Verbrauchertäuschung“, sagt Christiane Huxdorff dazu.

**Kaufland an der Spitze**

Kaufland schnitt in Bezug auf Transparenz und Qualität an der Bedientheke mit 93 Prozent gekennzeichnete Ware am besten ab, gefolgt von Rewe mit 41 Prozent und Edeka mit nur 18 Prozent. Auch der Anteil der Haltungsformen 3 und 4 an der vorhandenen gekennzeichneten Ware war bei Kaufland mit über 80 Prozent am höchsten. Bei Rewe waren es knapp über 60 Prozent, bei Edeka nur knapp über 10 Prozent.

„Der Wunsch nach einem tierwohlfreundlichen Sortiment und einer klaren Antwort auf die Frage nach der Herkunft der Produkte besteht bei sehr vielen unserer Kunden“, sagt Robert Pudelko, Leiter Einkauf Nachhaltigkeit bei Kaufland, dazu. „Wir möchten, dass der Kauf dieser Produkte für sie zur Selbstverständlichkeit wird. Nur so kann uns gemeinsam die nachhaltige Verbesserung des Tierwohls in der Nutztierhaltung gelingen.“

An den Fleischbedientheken setzt das Unternehmen, bis auf wenige regionale und internationale Ausnahmen, durchgängig auf Fleisch aus Haltungsform-Stufe 3 Außenklima. Schweine- und Rindfleisch stammt dabei aus dem Kaufland-Tierwohlprogramm K-Respekt fürs Tier.

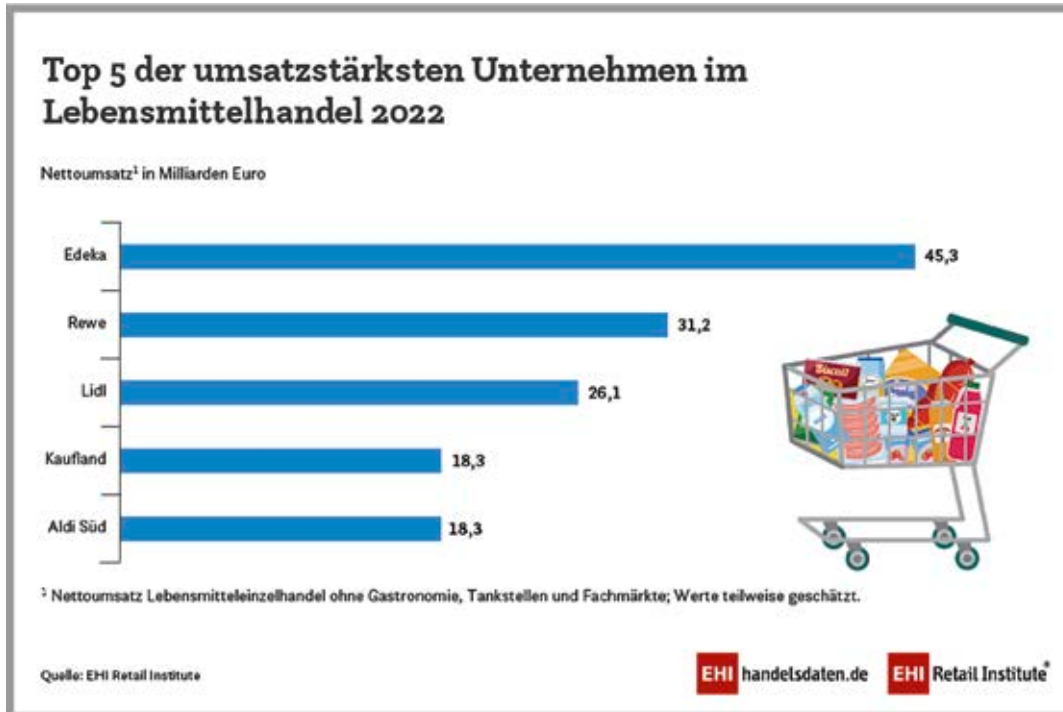


Das Punktesystem von Greenpeace vergibt ein Maximum an 1.100 Punkte bei 100 % Haltungsform 4 (SB-Bereich und Bedientheke zusammen)

Grafik: B&L MedienGesellschaft, Quelle: Greenpeace

# 139 MILLIARDEN EURO

Wer sind die umsatzstärksten Lebensmittelhändler?



Der Edeka-Verbund führt das Umsatz-Ranking, gefolgt von Rewe und Lidl.

Laut EHI Retail Institute haben die fünf umsatzstärksten Lebensmittelhändler in Deutschland im Jahr 2022 gemeinsam über 139 Milliarden Euro erwirtschaftet und decken damit mehr als zwei Drittel des Gesamtumsatzes im LEH ab.

Der vorwiegend genossenschaftlich organisierte Edeka-Verbund führt das Ranking der größten Unternehmen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel an. Der Gesamtumsatz des Verbunds betrug rund 66,2 Milliarden Euro, was einem Umsatzwachstum von 5,6 Prozent zum Vorjahr entspricht. Der Umsatz der Supermärkte und SB-Warenhäuser lag im Geschäftsjahr 2022 bei 45,3 Milliarden Euro.

Die rund 3.500 Edeka-Kaufleute steigerten ihre Umsätze um 5,2 Prozent zum Vorjahr auf insgesamt 36,5 Milliarden Euro und steuerten damit mehr als die Hälfte zum Gesamtumsatz des Verbunds bei. Die weniger als 1.000 Märkte, die unter der Regie der sieben regionalen Edeka-Großhandlungen geführt werden, mussten im vergangenen Geschäftsjahr einen Umsatzrückgang von 2,8 Prozent auf 8,8 Mrd. Euro hinnehmen.

## Hitliste

Platz 2 im Ranking der Top-5-Food-Retailer in Deutschland belegt die Kölner Handelsgruppe Rewe Group, die 2022 im Lebensmitteleinzelhandel hierzulande 31,2 Milliarden Euro erwirtschaftete. Die selbstständigen Rewe-Kaufleute setzten knapp 20 Milliarden Euro um.

Auf dem dritten Platz im Ranking steht Lidl. Der umsatzstärkste Discounter in Deutschland ist Teil der Unternehmensgruppe Schwarz mit Sitz in Neckarsulm. Das Unternehmen erwirtschaftete 2022 mit bundesweit 3.248 Filialen einen geschätzten Nettoumsatz von 26,1 Milliarden Euro.

Die Hitliste komplettieren der SB-Warenhausbetreiber Kaufland und der Lebensmitteldiscounter Aldi Süd mit jeweils einem Nettoumsatz von 18,3 Milliarden Euro.

Das Top-15-Ranking der Lebensmittelhändler in Deutschland und weitere Rankings gibt es im Statistik-Kompodium „handelsdaten aktuell 2023“ des EHI Retail Institutes.

[www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de)



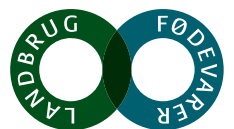
# Nachhaltigkeit ist erst der Anfang.

Wir haben schon viel geschafft in der Schweineproduktion.  
Das gibt uns Energie für mehr.

**Unser Benchmark:** Ab 2025 nur noch nachhaltig produziertes Soja.  
Und neue Proteinquellen, z. B. aus Algen oder Gras aus Dänemark.



Dänischer Fachverband der Land- & Ernährungswirtschaft  
[fachinfo-schwein.de](http://fachinfo-schwein.de)









# HÄPPCHEN: TAPAS, MEZZE, ANTIPASTI

In der Frischetheke locken mediterrane bis orientalische Spezialitäten und Feinkost-Salate für die sommerlich kalte Küche. Daneben punktet das Verkaufsteam mit Wissen zu Zutaten und Zubereitung der Vorspeisen-Klassiker.

**T**raditionell gehört in Italien eine kalte Platte mit Schinken, Salamisorten wie Fenchel-salami oder Milanese und Speck zu den beliebtesten Vorspeisen. Datteln, Feigen oder Weintrauben passen hier prima dazu. Neben dem italienischen Klassiker „Prosciutto con Melone“ munden die süßen Früchte umwickelt mit Speck, manchmal in Kombination mit Canapés, Crackern, Crostini (geröstetes Baguette in Scheiben) und Feta-Käse.

Neben den berühmten Prosciutto di Parma, Prosciutto di San Daniele und Serrano-Schinken gibt es auch deutsche luftgetrocknete Schinken à la Coppa oder Rinderschinken.

## Empfehlung des Hauses

Hier ist es hilfreich, wenn das Team hinter der Bedientheke den einen oder anderen Tipp zu Zutaten und Zubereitung parat hat. Welches Fleisch wird etwa für Vitello Tonnato oder Carpaccio verwendet? Für ersteres braucht es 100-200 g Kalbfleisch pro Person und außerdem Thunfisch aus der Dose, Kapern und Sardellenpaste. Und Carpaccio besteht traditionell aus hauchdünnen Scheiben roher – gut gekühlt, aber nicht gefrorener – Rinderlende, garniert mit Rucola und saisonal mit gehobelten Trüffeln, abgeschmeckt mit Zitronensaft und Olivenöl. Mittlerweile gibt es zahlreiche Varianten, etwa mit Lachsforelle, Räucherlachs, Kalbsfilet oder auch Gemüse-Carpaccio aus Zucchini, Avocado oder gebeizten Karottenstreifen.

Immer gut machen sich in der Theke neben frischer Mozzarella auch Spezialitäten wie Mozzarella di Buffalo aus Büffelmilch oder Burrata. Der italienische Filata-Frischkäse besitzt ein weiches,

cremiges Herz. Diese Sonderform des Mozzarella mit 44 bis 60 % Fett i. Tr. besteht meist aus Kuhmilch. Sie schmeckt nicht nur als Aufstrich. Als Vorspeise serviert man die Kugel im Ganzen, reißt sie mit zwei Gabeln oben leicht an und beträufelt sie mit einem hochwertigen, kaltgepressten Olivenöl. Auch Scamorza aus Mittel- und Süditalien zählt zu den Brühkäsesorten vom Typ Filata. Dabei wird der frische Käsebruch mit 80°C heißem Wasser überbrüht, geformt und zuerst in ein kaltes Wasserbad, dann in Salzlake gelegt. Typisch ist die Birnenform. Es gibt ihn auch in Mini und geräuchert (Scamorza affumicata).

Passende Gewürzmischungen liefert Wolfram Berge mit Fleur de Sel Tomato-Mozzarella oder die Bruschetta Gewürzzubereitung mit Knoblauch, Salz, Chilis, Oregano und schwarzen Pfeffer. Das vom Nümbrechter Delikatessenspezialist schonend





hergestellte Paprika-Gelee mit roter oder gelber Paprika mit dezenter Chili-Schärfe entfaltet auf einem Cracker mit Frischkäse seine süßlich-scharfe Note und passt zu Würstchen, Steaks, Fisch, Meerestfrüchten, Käse oder Gemüse.

#### Von Tapas bis Mezze

Die aus den spanischen Tapas-Bars bekannte Vielfalt kleiner Gerichte in Schüsselchen bietet ein weites Feld zum Experimentieren für Zuhause. Neben Tortillas und Rezepten mit Fisch, Meerestfrüchten und Muscheln gibt es auch so Extravaganter wie Schnecken, Nierchen, Kutteln in Sauce oder gebratene Schweinsohren. Neben gerösteten, gebratenen und frittierten Kartoffel-Tapas gehören Fleischklößchen (Albóndigas) und marinierte Fleischspießchen zu den Klassikern. Carne en Salsa sind gulaschartige

Fleischstückchen in Soße, Ciruelas mit Speck ummantelte, gebratene Pflaumen und Croquetas aus Bechamelmasse gefüllt mit Schinken oder Fisch. Belegte Brötchen gehören ebenso dazu wie geröstetes Weißbrot mit Tomaten, Knoblauch und Olivenöl, Chorizo, Morcilla, Jamón, die Knoblauchmayonnaise Alioli, Peperoni und Käse.

Mezze oder Meze heißen die Vorspeisen der Arabischen Küche mit Zutaten wie Kichererbsen, Bulgur, das Sesammus Tahini, Joghurt, Auberginen, Tomaten, Kreuzkümmel, Koriander, Oliven und Olivenöl. Starken Einfluss hat die libanesische und die türkische Küche. In der Türkei gibt es über 1.500 Mezze-Gerichte, serviert in größerer Anzahl auf kleinen Tellern – ob Vorspeisen, Aufstriche, Beilagen oder Hauptgerichte. Unterschieden wird in kalte und warme Mezze. Bekannt sind etwa

## ORECCHIETTINI SALAT

für ca. 4 Personen Zubereitungszeit ca. 35 Min. Schwierigkeitsgrad: einfach (Rezeptidee: Wolfram Berge Delikatessen)

250 g Bunte 5-farbige  
Mini Orecchiette aus  
Apulien,  
250 g Kirschtomaten,  
100 g Rucola,  
80 g Parmesan (am  
Stück), Pinienkerne,  
1 Knoblauchzehe,  
1 EL Senf (mittelscharf),  
1 EL Italienischer  
Akazienhonig,  
6 EL Balseto Laudense  
Weißer Balsamico,  
8 EL „Olio“ Natives  
Olivenöl Extra, Fleur de  
Sel, frisch gemahlener  
Pfeffer



Nudeln in einem Topf nach Packungsanweisung al dente kochen. Knoblauchzehe würfeln und in einer Schüssel mit Senf, Balsamico, Honig und Öl zu einem Dressing verarbeiten. Mit Salz und Pfeffer abschmecken. Nudeln abgießen, in eine große Schüssel geben und mit dem Dressing vermengen. Anschließend kalt stellen.

Kirschtomaten und Rucola waschen und kleinschneiden. Parmesan raspeln und alles zu den Nudeln geben. Zuletzt die Pinienkerne darüber verteilen.





Hummus, Falafel, Auberginenpürees wie Baba Ghanoush oder Mutabbal sowie Petersilien-, Couscous- oder Bulgursalate wie der syrisch libanesische Taboulé. Dazu serviert man Wassermelone und Salzlakenkäse, etwa den türkischen Beyaz Peyniri, in anderen Regionen eine Halloumi-Art.

Hummus in der 1-kg-Schale gibt es von Popp Foodservice. Exotisch-pikant wird's mit Chili, Kreuzkümmel und Koriander – klassisch mediterran mit Oregano und frischem Basilikum. Tzatziki mit Quark, frischen Gurken, Knoblauch und feinen Kräutern sowie eine Kartoffel-Crème mit Quark, frischen Gurken, Zwiebeln und Kräutern gibt es à 1 kg und 3 kg.

### Eingelegtes und Feinkost-Salate

Mediterrane Spezialitäten – wie in Öl eingelegte Champignons, Artischocken, Oliven, Zwiebeln, Knoblauchzehen, Paprika, getrocknete Tomaten, gegrillte Zucchini und Auberginen – sind ein Muss auf sommerlichen Buffets und Grillfesten. Frisch abgefüllte Antipasti aus der Bedientheke oder Salatbar erfreuen sich großer Beliebtheit. Ein optisches Highlight in der Theke sind farbenfrohe Mischungen – abgestimmt mit Knoblauch und Kräutern. Das Antipasti-Trio Pepper-Drops-Olive von Grossmann Feinkost kombiniert geschwärzte Oliven ohne Stein mit roten und gelben Pepper-Drops. Im Mediterranen Pepper Drop Mix harmoniert die kleine, süßpikante Paprika-Art mit milden Käse-Würfeln und Oliven. Im Sortiment sind dazu knapp 30 Olivenspezialitäten, darunter extra große Kalamata Colossal.

Bei Feinkostsalaten sind orientalische Rezepturen, etwa mit Hülsenfrüchten, beliebt. Der Kichererbsensalat 1001 Nacht passt mit nussigem Sesamöl und Chili-Note auch als Beilage zu Gegrilltem. Der Curry Linsensalat wird aus grünen Linsen und Pardina-Linsen mit feinen Karottenwürfeln und einem leichten Currydressing hergestellt. Erhältlich sind die Produkte in 1-kg- und 1,5-kg-Großgebinden.

Der Antipasti-Salat von Beeck-Feinkost strahlt dank gebackener Zucchini, gelber und roter Paprika, Karotten aus dem Dithmarscher Land und sonnengetrocknete Tomaten in Kräutervinaigrette mit weißem Aceto Balsamico, Thymian, Rosmarin, Blattpetersilie und Knoblauch.

Schonend in Wasserdampf gegarter Zartweizen bildet die Grundlage für einen veganen Salat nach eigener Rezeptur aus der Bremerhavener Manufaktur. Dafür wird der Weizen mit Curry gekocht und mit dicken Bohnen, getrockneten Tomaten, Zucchini und Zwiebeln vermengt.

Den Gnocchisalat „Mediterran“ ergänzen Paprika und frische Lauchzwiebeln. Sanft abgerundet wird die Kreation durch eine mediterrane Tomatensauce und Basilikum.

### Fischsalate mal anders

Abseits von Hering und Matjes punkten die neuen Fischsalate der Feinkostmanufaktur Beeck. Die Rezepturen sorgen für mehr Abwechslung an der Fischtheke, auch zur Ansprache einer jüngeren Käuferschaft. Bei dieser lag der Lachs auf Platz 1 der attraktivsten Fischarten in einer Online-Befragung der Fischmanufaktur. Da auch die mediterrane Geschmacksrichtung als Favorit gilt, entwickelte sich hieraus der Räucherlachs „mediterran“ mit großen, heißgeräucherten Lachsstücken – im Räucherlachs salad „mediterran“ kombiniert mit Tomaten, Lauchzwiebeln, schwarzen Olivenscheiben, Kapern und gelber gebackener Paprika.

Kaum eine Meeresfrucht eignet sich so gut für das raffinierte Spiel mit mediterranen Aromen, wie die Garnele. Damit sie ihren unvergleichlichen Geschmack in Feinkostsalaten erhält, kocht die Manufaktur sie in der Schale und schält von Hand. Die Komposition Garnelen „mediterran“ ist ein Aromenspiel aus knackigen Garnelen, Tomaten, Zwiebeln und Knoblauchdressing mit Basilikum.

**Verena Wagner**



# MEDITERRANE HAHNCHEN

Warum er auf Geflügel aus Italien  
setzt, erklärt uns Olaf Hauf, Prokurist  
und Vertriebsleiter national  
der R&S Vertriebs GmbH.





**Herr Hauf, Sie haben unter der Marke „Italfino Il Campese“ ein besonderes Geflügelprogramm auf den Markt gebracht. Wodurch zeichnet sich das Fleisch aus?**

Es gibt mehrere Besonderheiten, die das Fleisch von „Italfino Il Campese“ so einzigartig machen. Das Familienunternehmen Amadori verbindet Tradition mit Innovation und produziert in Italien das Freilandhähnchen in der zweiten Generation. Die Rasse „Fleischhähnchen Hubbard JA57“ wächst fernab der kritischen Vogelzugrouten im mediterranen Klima der italienischen Region Apulien in Freilandhaltung auf. Das ist einmalig für das Angebot im deutschen Lebensmitteleinzelhandel.

Für Amadori sind Tierwohl und Nachhaltigkeit genauso wichtig wie für uns: Die Tiere können sich bei einer zu 100 Prozent pflanzlichen Ernährung mit 20 Prozent Maisanteil optimal entwickeln. Bei ausreichend Platz – auf einen Quadratmeter Außenfläche kommt ein Tier – wachsen die Tiere langsam auf: Das Schlachttalter beträgt zwischen 57 und 60 Tagen. Zur Stressvermeidung werden die weiblichen und männlichen getrennt voneinander gehalten. Auf den Einsatz von Gentechnik und Antibiotika wird vollständig verzichtet.

Essenziell für das Erfolgskonzept von Amadori ist außerdem die Versorgungskette: Als Selbstversorger verantwortet das Unternehmen Futtermittelherstellung, Zuchtfarmen, Brütereien und Aufzucht der männlichen und weiblichen Tiere. So können eine schnelle und zuverlässige Lieferung sowie die optimale Qualität der Produkte gewährleistet werden. Das Ergebnis ist ein einzigartiges Geschmackserlebnis dank des gut ausgeprägten Unterhautfettes und einer knusprig werdenden Haut.

**Wie sehen die Haltungsbedingungen vor Ort aus? Welchen Stellenwert hat das Tierwohl allgemein für Ihr Unternehmen?**

Haltungsbedingungen, Tierwohl und Nachhaltigkeit spielen bei uns, insbesondere bei der Entwicklung unserer Markenfleischprogramme, eine wichtige Rolle. Diese haben wir auch in den Richtlinien unserer Nachhaltigkeitsstrategie „act4u“ fixiert und setzen sie konsequent um. Für „Italfino Il Campese“ bedeutet das konkret: Stall mit Freilaufhaltung, mehr Platz innen und außen, kein Einsatz von Antibiotika, eine pflanzliche Fütterung mit 20 Prozent Maisanteil, kurze Transportwege, kein Einsatz von Gentechnik, getrennte Aufzucht weiblicher und männlicher Küken sowie die unabhängige Kontrolle durch CSQA (Certified Software Quality Analyst).



**„Italien hat kulinarisch einen wichtigen und positiven Einfluss auf die deutsche Esskultur.“**

**Olaf Hauf**

**Warum setzen Sie auf Geflügel aus Italien?**

Italien hat eine besondere Tradition für qualitativ hochwertiges Hähnchenfleisch. Das Land hat außerdem kulinarisch einen wichtigen und positiven Einfluss auf die deutsche Esskultur. Wir setzen auf „Italfino Il Campese“, da Qualität und Geschmack hierbei Hand in Hand gehen und wegen der hohen Standards hinsichtlich Tierwohlsein und Nachhaltigkeit. Diese Punkte sind für uns als Vertriebsunternehmen essenziell, um unseren eigenen Ansprüchen zu genügen und die Bedürfnisse der Endverbraucher bedienen zu können.

**Welche Produkte vertreiben Sie unter dieser Marke?**

Die Produkte von „Italfino Il Campese“ sind in der Bedientheke und bereits portioniert im SB-Regal erhältlich. Ein zusätzlicher Service, den wir Konsumenten anbieten: Sie können zwischen einem ganzen Freilandhähnchen und den einzelnen Teilstücken wie Schenkel oder Hähnchenbrustfilet wählen. Wir bieten auch besondere Zuschnitte an, wie die Hähnchenoberkeule mit Haut, aber ohne Knochen, das sogenannte Pollofino. Mit der Haut nach oben im Ofen gegart gelingt sie besonders knusprig.

**Wird das Freilandhähnchen vom Handel gut angenommen? Wie gestalten sich die Listungen? Wo sind die Produkte erhältlich?**

In den aktuell herausfordernden Zeiten ist es nicht leicht, einen Neuanfang mit einem Produkt, das sich durch Qualität und Geschmack auszeichnet und entsprechend etwas teurer ist, zu starten. Die Konsumenten sind aktuell sehr preissensibel. Umso mehr freut es uns, dass innovative Kunden wie Edeka Stroetmann, Edeka Scheck, Rewe Nord, Rewe West, Citti und der Fachgroßhandel dem besonderen Markenfleischprogramm „Italfino Il Campese“ eine Chance geben und die Produkte im Handel anbieten. Das erste Feedback ist positiv, ebenso die Mengenentwicklung. Weitere Streckenlistungen sind für die zweite Jahreshälfte in Planung.

**Wie unterstützen Sie den Abverkauf? Sind Aktionen für dieses Jahr geplant?**

Wir setzen aktuell vorrangig auf Verkostungen, damit die Konsumenten die Qualität und den Geschmack des italienischen Freilandhähnchens im Markt selbst erleben können. Wir denken, dass dies der Schlüssel dazu ist, die Distribution erfolgreich weiter auszubauen.

**Vielen Dank für das Gespräch!**





# RUNDE SACHE

**Kartoffel- oder Semmelknödel gehören an der Heißen Theke zum Standard-Repertoire. Wie müssen sie beschaffen sein, damit sie Braten, Ente und Co. in den Schatten stellen?**

**A**uf Basis von Kartoffeln oder Semmeln, verfeinert mit Croûtons in der Mitte oder mit Spinat oder Speck in der Masse – Knödel sind als Beilage zu Schweinsbraten, Gulasch und Co. beliebt. Und auch als Hauptbestandteil vegetarischer Gerichte haben sie sich längst etabliert. Grundlegend dafür, dass Knödelgerichte bei den Kunden ankommen und Knödel auch Braten und Co. in den Schatten stellen, ist ihre Qualität. Und damit diese auch auf den Tellern landet, ist Fingerspitzengefühl bei der Zubereitung gefragt. Wie der perfekte Knödel sein sollte? Das haben wir in Erfahrung gebracht.

„Elastisch und weich, keinesfalls jedoch matschig, gummiartig oder zu hart“ – so beschreibt Timo Burger, Geschäftsführer von Burgis, die perfekte Konsistenz eines Knödels, der zudem weiß: „Je höher der Anteil gekochter Kartoffeln im Teig, desto elastischer werden die Knödel.“ Zudem betont er: „Einen perfekt gekochten Knödel muss man ‚mit der Gabel reißen‘ können, sagt man in Bayern.“ Denn so bleibt die grobe, kartoffelige Struktur erhalten, die die Sauce wie einen Schwamm aufnimmt.

## Schwimmend

Um diese perfekte Konsistenz eines Knödels aber zu erzielen, muss beim Garen der Knödel der eine oder andere Stolperstein umgangen werden: „Es sollte beachtet werden, dass das Wasser im Topf nicht sprudelnd kocht“, erklärt z. B. Anja Fischer, Leiterin Produktentwicklung bei Bürger Profiküche. Stattdessen gilt es, die Knödel bei mittlerer Hitze garziehen zu lassen. Anders sei dies allerdings bei Semmelknödeln, die kochen statt siedeln müssen – wie Timo Burger weiß. Ergänzend gibt Anja Fischer noch den Tipp, nicht zu viele Knödel auf einmal in den Topf zu geben, da „sonst die Temperatur zu stark absinkt“.

Fertig sind die Knödel, wenn sie im Topf oben schwimmen. „Für den perfekten Gargrad empfehlen wir bei unseren Knödelspezialitäten eine Kerntemperatur von 75°C“, berichtet Timo Burger. Danach kommen sie entweder zu Braten, Rahmschwammerlsauce oder Ente auf die Teller oder können für den späteren Verzehrzeitpunkt warmgehalten werden. So sei bei den Burgis-Knödelspezialitäten eine Standzeit in der Bain-Marie von bis zu vier Stunden ohne Qualitätsverlust garantiert. Voraussetzung: Die Knödel sind vollständig mit Wasser bedeckt.

Für lange Warmhaltezeiten rät Anja Fischer von Bürger zu Semmelknödeln, da diese stabiler als Kartoffelknödel seien – diese dürften dann wiederum aber nicht in Wasser schwimmen, um die Qualität der Convenienceprodukte nicht zu mindern.

## Auf Technik setzen

Timo Burger von Burgis gibt zudem noch den Tipp: „Wer einen Rational-Kombidämpfer im Einsatz hat, kann per Chip für jeden unserer Burgis-Knödel das passende Zubereitungsprogramm einspeisen.“ Er würde bei der professionellen Zubereitung ohnehin diejenige im Kombidämpfer (bei 100 Prozent Dampf) der klassischen im Topf vorziehen, um Fehler zu vermeiden. Anja Fischer von Bürger rät insbesondere bei TK-Knödeln ebenfalls zum Einsatz eines Kombidämpfers: „Wenn die Knödel gefroren sind, müssen sie ca. 20. Min. im Dampf regenerieren. Die Zeit ist jedoch abhängig von der Menge im Konvektomat.“

Welcher Knödel letztlich serviert wird, ist abhängig von der jeweiligen Sorte: Kartoffelknödel sind so z. B. die klassische Begleitung zu Schweinsbraten, Semmelknödel sind typischerweise Mittelpunkt in einer vegetarischen Rahmschwammerlsauce. Letztere eignen sich darüber hinaus auch kalt angemacht als saure Knödel.

**Sarah Hercht**



# „SAUGUT, ABER OHNE SAU“

**Fußball-Star Thomas Müller bringt veganen Leberkäse von Greenforce aufs Oktoberfest - und in den LEH.**

**T**homas Müller, den kennt die Fußballwelt und damit so gut wie ganz Deutschland als lebende Ikone des FC Bayern München. Erheblich weniger Zeitgenossen wissen, dass der 33-jährige Weltstar aus Otterfing in Fleischalternativen investiert. Und so kam es Anfang Juli, dass der Fußball-Weltmeister von 2014 die Bundesliga-pause für einen ganz besonderen Termin nutzte: den Besuch eines Erbsenfeldes mitten in München.

Denn dort entsteht der Rohstoff für den neuesten Coup von Greenforce. Das Start-up aus München hatte bereits im vergangenen Jahr mit seiner veganen Weißwurst auf dem Oktoberfest für Gesprächsstoff gesorgt. Diesmal soll der vegane Leberkäse von Greenforce die Wiesn im Sturm erobern.

## Urban Farming - gewissermaßen

Montagmorgen in München-Ramersdorf. Umringt von Doppelhaushälften, Mehrfamilienhäusern und Mietskasernen gehört Landwirt Johannes Krischke dort ein unbebauter Flecken Feld. Im April startete auf diesem Feld das Pilotprojekt Erbsenanbau, sein Gemeinschaftswerk mit Greenforce und der BayWa. „De Erbs'n ham selbst de letzt'n fünf Woch'n Trock'nheit guad überstand'n“, schwärmt Bauer Krischke in schönstem bayerischen Dialekt an der Seite des Bayern-Stürmers von der Hülsenfrucht.

Elf Landwirte in Bayern und Thüringen mit zusammen etwa 130 Hektar Anbaufläche hat die BayWa als größtem Agrarhändler Deutschlands und Investor für Greenforce unter Vertrag genommen. Bei der ersten Erbsen-Ernte im Spätsommer rechnen die Partner mit einem Ertrag von etwa 300 bis 400 Tonnen Rohware. Die Erbsen sollen dann als Proteinlieferanten für die Fleisch-, Fisch-, Ei- und Milchersatzprodukte von Greenforce dienen.

## Thomas Müller, Leberkäs-Experte

Etwa 80 Ersatzprodukte vom „Frühstück bis zum Abendessen“ hat Greenforce laut seinem Gründer und Geschäftsführer Thomas Isermann aktuell



**Bayern-Star Thomas Müller ist auch die Galionsfigur der Greenforce-Werbekampagne für den veganen Leberkäse.**

im Portfolio. Und damit das mit dem Leberkäse auf der Wiesn mindestens ebenso funktioniert wie im letzten Jahr mit dem Weißwurst-Pendant von Greenforce – dafür ist Thomas Müller als Werbe-Galionsfigur zuständig. Und der Bayern-Star legte sich beim Ortstermin in gewohnt zupackender, bajuwarisch-legerer Manier ins Zeug: „Von der bayerischen Esskultur geprägt, bin ich natürlich mit einem Gaumenschmaus wie dem Leberkäse aufgewachsen. Ich bin Leberkäs-Experte. Und der von Greenforce schmeckt überragend. Saugut, aber ohne Sau.“

Der pflanzliche Leberkäse besteht unter anderem aus Erbsenprotein und kommt als Ballaststoffquelle ohne Zusatz von Soja oder Geschmacksverstärkern aus. Im Einzelhandel ist dieser vegane Leberkäse bereits vor dem Oktoberfest erhältlich.

## Der nächste deutsche Stern...

Greenforce-Gründer Isermann denkt allerdings längst ein paar Etagen höher: „Die Ersatzprodukte müssen günstiger werden als die tierischen Originale, dann wird eine Massenbewegung draus.“ Sein prominenter Investor nickt dazu und setzt ein schelmisches Lächeln auf, als Isermann nachlegt: „Warum soll aus Greenforce nicht der nächste deutsche Stern werden?“ Gemeint war der Mercedes-Stern. Dann würde Thomas Müller mit seinem Investment wohl mehr Millionen verdienen, als er jemals vom FC Bayern München bekommen hat und noch bekommen wird.

**Christian Blümel, Chefredakteur des Schwestermagazins FF Future Foods**

Der vierte Teil der Weiderinder-Serie widmet sich der Rassenvielfalt auf den britischen Inseln.

# ROBUSTE BRITEN



Foto: tech\_studio - stock.adobe.com



**W**enn man die Weiderindfleisch-Produktion auf den britischen Inseln betrachtet, dann sieht man eher kleinrahmige Fleischrinderrassen, die alle eins gemeinsam haben: Sie sind robust. Somit sind sie perfekt an das raue und feuchte Klima angepasst.

Beginnen wir im Norden der britischen Inseln: In Schottland gibt es zwei Rassen, die bei der Produktionsart „klassische Weidehaltung“ die Hauptrolle spielen. Zum einen das markante „Highland Cattle“ mit den weit ausladenden Hörnern und zum anderen das hornlose „Galloway“, das es in unterschiedlichen Farben gibt. Außerdem ist da noch die Kreuzung der beiden Rassen, das Galloway Cattle – diese Einkreuzung spielt aber eher eine Nebenrolle.

### Highland Cattle in Schottland

Die Herkunft des Highland Cattle sind, wie könnte es anders sein, die schottischen Highlands und deren Inseln. Ihr Ursprung liegt in einer keltischen Landrasse. Das Herdbuch wurde bereits 1884 fixiert und wird bis in die Gegenwart fortgeschrieben. Noch heute gibt es Reinzuchten, um die Art dieser alten Haustierrasse zu erhalten. Diese außergewöhnliche robuste Rasse musste sich extremen Lebensbedingungen anpassen. Dazu gehören sehr nasse, kalte und lange Winter, in denen die Tiere ohne Stall und ohne Zufütterung zurechtkommen müssen. Das Frühjahr und der Sommer sind geprägt von Stürmen und ergiebigen Niederschlägen, dazu kommen magere Weiden auf steinigem Hochlagen – auch damit kommt das Highland Cattle klar.

Neben der Landschaftspflege hat dieses Rind dank der Anspruchslosigkeit eine besondere ökologische Bedeutung. Typische Eigenschaften des Highland Cattles sind Leichtkalbigkeit und gute Muttereigenschaften. Schon die Kälber sind so kräftig, dass sie in dieser rauen Natur gut klarkommen. Die Bullen sind friedlich, daher können sie das



Highland Cattle Rinder



ganze Jahr mit bei der Herde bleiben. Ein überdachter Futterstand für trockenes Raufutter und passende Wasserversorgung sollte gewährleistet sein.

Mit ca. 2,5 Jahren sind die Färsen gebärfähig und können gedeckt werden. Das ideale Schlachalter der Bullen, Färsen und Ochsen bei ganzjährigem Weidegang ist im Alter von 24-30 Monaten. Die Lebendgewichte liegen dann in der Regel zwischen 450 kg bei den Färsen und 700 kg bei den Bullen. Das Fleisch ist nach passender Reifung sehr geschmackvoll und einzelne Teilstücke sind leicht marmoriert. Mit passender Fettauflage eignet es sich für die Trockenreifung (Dry Aged). Dabei wird der Geschmack deutlich intensiviert und das Fleisch mürber.

### Galloway in Schottland

Aus dem Südwesten Schottlands kommt die Rinderrasse Galloway. Auch dies ist eine eher kleinrahmige und robuste Rasse, die ganzjährig in offener Mutterkuhhaltung ohne Stall sowie in klassischer Weidehaltung im Herdenverbund draußen gehalten werden kann. Das Besondere an den Galloway Rindern sind die vielen Farbschläge: Sie reichen von fast weiß über hell- und dunkelblond bis hin zu rot-braun oder auch schwarz. Bei den reinrassigen Züchtungen sind die Farben auch in der Rassebezeichnung benannt, sie nennen sich dann zum Beispiel „White Galloway“, „Red Galloway“ und so weiter. Die Galloways sind hornlos. Auffällig sind die markanten Ohren, die durch die fehlenden Hörner optisch hervorstechen. Dazu kommen der Wollfellbesatz und der doppelschichtige Fellaufbau mit langem, gekräuseltem Deckhaar und einer



Welsh Black Rinder

feinen, dichten Unterhaarstruktur. Diese physischen Merkmale ermöglichen es den Galloway Rindern, Regen, Sturm und Kälte zu trotzen. Sie sind für das Leben in einer rauen und kargen Landschaft prädestiniert.



Galloway Rinder





Hereford Rinder

Bereits 1878 erfolgte die Gründung der Galloway Cattle Society in Castle Douglas ausschließlich für einfarbige Tiere. Bis zur Schlachtreife der Tiere vergehen in dieser extensiven Haltung drei Jahre. Das Ergebnis ist ein intensives, an Wild erinnerndes Fleisch mit kräftiger roter Färbung und dementsprechend markantem Eigengeschmack.

### Angus in Irland

Wechseln wir nach Irland, der heutigen Heimat des Angus Rindes. Dieses wurde ursprünglich im 18. Jahrhundert von Schottland aus, wo es als Aberdeen Angus bekannt war, nach Irland eingeführt. Dort, auf der „grünen Insel“, fand die Rasse eine vortreffliche Heimat. Die hornlosen „Black Angus“ sind bekannt dafür, sanfte und gutmütige Tiere zu sein. Damit sind sie prädestiniert für die Abweidung der riesigen Weideflächen auf den – dank ganzjährig ausgiebiger Regenfälle – immergrünen Wiesen. Neben saftigem Gras bieten Kräuter sowie andere natürliche Futterpflanzen ideale Bedingungen für die Aufzucht dieser anspruchslosen Rinder, die völlig stressfrei im Herdenverbund unterwegs sind.

Eine ganzjährige Meeresbrise sorgt für den leichten Salzgeschmack des Fleisches. Zufuttern werden die Angus Rinder im Winter mit der Silage aus den im Frühjahr und Sommer geernteten Agrarprodukten. Zusätzlich bekommen die Tiere Mineralstoffe und passende Vitamine gefüttert. Das Fleisch der Angus Rinder ist in den Kurzbratartikeln im Muskel erkennbar an seiner feinfaserigen Struktur und seiner gut sichtbaren Marmorierung. Beide sorgen für einen besonders saftigen Fleischgenuss mit einem intensivem Aroma.

**„Weltweit wird das Fleisch der Hereford Rinder als Premium Beef geschätzt.“**

**Michael Keller**

### Welsh in Wales

In Wales, in Englisch Welsh, ist das „Welsh Black“ beheimatet. Der Ursprung dieser Rasse liegt im Südwesten Englands. Das Welsh Black ist eine mittelgroße Zweinutzungsrasse, die einst sowohl für die Milchwirtschaft als auch für die Fleischproduktion attraktiv war. Inzwischen hat man sich auf die Weiterzucht dieser Rasse zum reinen Fleischrind fokussiert.

Welsh Black Kühe sind hervorragende Mütter. Neben der Leichtkalbigkeit sind sie besonders fruchtbar, dazu extrem robust und anpassungsfähig. Sie kümmern sich fürsorglich um ihre Kälber. Der Fleischansatz ist gerade an den Schultern und in der Rückenpartie sehr ausgeprägt. Welsh Black Bullen können bis zu 1.200 kg schwer werden. Durch die sehr gute Fleischqualität erzielt man durch die männlichen Absetzer, die weiter in offenen Bullenlaufställen aufgemästet werden, ein wirtschaftlich lukratives Ergebnis dank sehr guter Fleischqualität. Die Rasse Welsh Black ist inzwischen auch in Kanada, in Nord- und Südamerika sowie in Neuseeland heimisch.

### Hereford in England

In England ist eine Rinderrasse beheimatet, die inzwischen auf der ganzen Welt verbreitet ist: das „Hereford Rind“. Es stammt aus Herefordshire und wurde dort bereits im 17. Jahrhundert gezüchtet. Das Hereford ist ein ausgezeichnetes Fleischrind. Früher galt es als anspruchsloses Arbeitstier. Kuh oder Ochse zogen den Pflug oder halfen anderweitig bei der Arbeit der Bauern.

Weltweit gilt das Fleisch dieser Rinder als Premium Beef. So spielt das Hereford heute in den USA, in Kanada, in Südafrika, Australien, Neuseeland und den Südamerikanischen Ländern eine Hauptrolle. Das wichtigste Kriterium ist das ausgeglichene Fleisch-Fett-Verhältnis mit idealer Marmorierung, das sich perfekt zum Genuss-Reifen eignet. Der Geschmack des aromatischen Fleisches begeistert über Landesgrenzen hinweg. Leichtkalbigkeit gepaart mit der robusten Struktur sind ideale Voraussetzungen für die Weidehaltung in der Herde.

## ÜBER DEN AUTOR



**Michael Keller ist Fleischermeister, Jäger und selbstständiger Fachberater für französischen Käse, Rindfleisch, Geflügel und Wein. Der Fachdozent für Geflügel und Wild, der sich seit 2017 zertifizierter Fleisch- und neuerdings auch Wildsommerli nennen darf, ist überdies Teambetreuer der Metzger-WM-Teams des Fleischsommerli Deutschland e.V. „Butcher Wolfpack“ und Jury-Präsident beim Kreativ-Award-Wettbewerb von Fleisch Marketing.**



# FÜR TIER UND KLIMA

Die niederländische VanDrie Group entwickelt innerhalb der Produktionskette Konzepte, um nachhaltiger zu agieren. Zu den wichtigsten Zielen zählen die Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks und die Verbesserung des Tierwohls.

**D**ie VanDrie Group arbeitet mit ihren mehr als 30 Unternehmen daran, Emissionen innerhalb der gesamten Produktionskette zu reduzieren. Um dieses Ziel zu erreichen, schlägt das Unternehmen verschiedene Wege ein. So setzt die Gruppe auf Optimierung der Futtermittelzusammensetzung hinsichtlich der Klimarelevanz. Hier liegt Potenzial zur Reduzierung der Methanemissionen in der Kälbermast. Weiter unterstützt das Unternehmen die Forschung zur Reduktion von Methan- und Ammoniakemissionen durch einen effektiven Einsatz von Güllekratzern und der Verän-

derung des Stallbodens, um feste von flüssiger Gülle zu trennen. Darüber hinaus werden die Möglichkeiten der Verdünnung von Gülle mit Wasser erforscht.

Mit Blick auf eine klimafreundlichere und kreislauforientierte Arbeitsweise beteiligt sich die VanDrie Group seit 2021 an Bio Energy Coevorden (BEC) in den Niederlanden. Diese Anlage dient der Produktion von Biogas aus Gülle und anderen organischen Reststoffen. Hier wird Biogas durch Co-Fermentation und Allzweck-Fermentation hergestellt. Bei der Allzweck-Fermentation werden – im Gegensatz zur Co-Fermentation – nur moderate





Anforderungen an die eingesetzte Güllemenge gestellt. Das Gas wird sowohl in das lokale Gasnetz von Rendo, als auch in das nationale Gasnetz von Gasunie eingespeist. Damit leistet die VanDrie Group gemeinsam mit BEC einen wertvollen Beitrag für die von den Niederlanden gesteckten nationalen Klimaziele.

### Optimierung des Tierwohls

Das Wohlergehen und die Gesundheit der Tiere sind für das Unternehmen sehr wichtig. Dazu gehören auch ein verantwortungsvoller Transport, Pflege und Ernährung sowie die Förderung des natürlichen Verhaltens der Kälber. Für eine optimale Kontrolle nutzen alle Fleischbetriebe der Gruppe Kameraüberwachung. 2021 ist ein Pilotprojekt mit einer intelligenten Kameraüberwachung im Empfangsbereich des Schlachthofs von Ekro in Apeldoorn gestartet. Mittels Künstlicher Intelligenz wird die Interaktion zwischen Mensch und Tier sowie zwischen den Tieren untereinander überwacht und analysiert. Die Erkenntnisse, die aus der Beobachtung gewonnen werden, dienen der Optimierung des Tierwohls.

Ein weiteres Beispiel für mehr Tierschutz im Schlachthof ist die Schlachtereie Ameco in Apeldoorn. Diese ist nach Erkenntnissen von Temple Grandin – der führenden Spezialistin für den Entwurf von Anlagen für die kommerzielle Tierhaltung – gebaut worden. Diese speziellen Anlagen reduzieren den Stresslevel der Tiere und machen die Anwesenheit im Schlachthof angenehmer.

### Gegenseitiger Austausch

Um die Abteilung Forschung und Entwicklung der Gruppe für alle Ebenen der Kette zu unterstützen, hat die VanDrie Group ein eigenes Forschungszentrum für nachhaltige Konzepte etabliert: Das DrieVeld in Uddel.

Der Schwerpunkt der Forschung am DrieVeld liegt auf der Erprobung von Futtermittelkonzepten sowie der Verbesserung des Tierschutzes und der Tiergesundheit. Die moderne Forschungseinrichtung verfügt über einen Stall, in dem neue Futterkonzepte direkt in der Praxis getestet werden können. Das Forschungszentrum bietet mehr als tausend Abkalbplätze für insgesamt fünf Abteilungen, die sich mit der Erforschung von Zuchtkälbern für die Milchviehhaltung und von Kälbern im Kälbersektor beschäftigen.

Im Forschungszentrum DrieVeld werden wissenschaftliche Erkenntnisse in die Praxis umgesetzt. Ein Ziel ist es, die Lücke zwischen Milchvieh- und Kälberhaltung zu schließen. Daher arbeitet man in DrieVeld gemeinsam mit Lieferanten, Kunden und Forschungseinrichtungen an verbesserten Futtermitteln. Gemeinsam entwickeln sie nachhaltige Konzepte, die unter anderem zu mehr Tiergesundheit und Tierwohlsein beitragen und gleichzeitig die Emissionen von Stickstoff, Methan und Ammoniak reduzieren können. Der gegenseitige Austausch der Sektoren und deren Zusammenarbeit sind mit Blick auf die Zukunft unerlässlich. DrieVeld bildet das Bindeglied der verschiedenen Bereiche. Das ermöglicht einen schnelleren Wissenstransfer.

Die Initiative Tierwohl setzt ihr Programm fort. Anpassungen an der staatlichen Tierhaltungskennzeichnung sind dabei ab 2025 geplant.

# FORTSETZUNG FOLGT

**D**ie Initiative Tierwohl (ITW) setzt ihr Programm fort. Darauf haben sich Landwirtschaft, Fleischwirtschaft und Handel in einer gemeinsamen Erklärung verständigt. Etwa zweidrittel aller Mastschweine in Deutschland und gut 80 Prozent aller Masthühner und Puten profitieren bereits von der ITW. Über 12.000 Landwirte engagieren sich und bilden gemeinsam mit Fleischwirtschaft und Handel Deutschlands größtes Tierwohlprogramm. Die aktuelle Programmphase endet 2023. Jetzt steht fest, dass es trotz der Pläne zur staatlichen Tierhaltungskennzeichnung 2024 weitergeht.

„Wir freuen uns sehr, dass die Wirtschaftsbeteiligten aus Landwirtschaft, Fleischwirtschaft und Handel sich auf die Fortsetzung der ITW geeinigt haben“, erklärt Robert Römer, Geschäftsführer der Initiative Tierwohl.

„Wir machen weiter! Das ist ein weiterer Meilenstein in der ITW-Erfolgsgeschichte“, fügt Dr. Alexander Hinrichs hinzu. „In Zeiten wie diesen – die Wirtschaft stagniert, die Energiepreise steigen, die Inflation hält an – ist es gut zu sehen, dass Landwirtschaft, Fleischwirtschaft, Handel und nicht zuletzt die Verbraucher zusammenstehen und das Engagement für Tierwohl nicht abreißen lassen.“

**„Wir machen weiter! Das ist ein weiterer Meilenstein in der ITW-Erfolgsgeschichte.“**

**Dr. Alexander Hinrichs**

## Planungssicherheit

Die ITW für Schwein wird 2024 fortgesetzt. Die Anforderungen an die Tierhaltung bleiben zunächst für ein Jahr unverändert. Für den Zeitpunkt, da das Gesetz zur Tierhaltungskennzeichnung in den landwirtschaftlichen Betrieben umgesetzt werden soll, bereitet die ITW ein entsprechend der Stufe 2 der staatlichen Kennzeichnung weiterentwickeltes Konzept vor. Der Zeitplan sieht die Umsetzung der dann weiterentwickelten ITW für 2025 vor.

Weiterhin ist die Planungssicherheit für die Landwirte integraler Bestandteil der ITW ab 2024. Vor diesem Hintergrund wird es für die Ferkelerzeugung weiterhin einen Fonds geben. Ein Tierwohlergelt ist deshalb für die engagierten Ferkelerzeuger sichergestellt. Neu wird sein, dass diejenigen, die ihre Tiere an teilnehmende ITW-Mäster liefern, ein höheres Entgelt bekommen als diejenigen, die das nicht tun.

Die ITW für Masthähnchen, Puten und Enten wird ebenfalls 2024 fortgesetzt. Die ITW für Puten und Enten bleibt, was die Anforderungen an die Haltung angeht, unverändert. Angesichts der politischen Pläne zur Veränderung der Tierschutznutztierverordnung im Hinblick auf die Putenhaltung, muss noch abgestimmt werden, wie es 2025 weitergeht. Details hierzu können jedoch erst nach Konkretisierung der politischen Pläne erarbeitet werden. Die ITW für Masthähnchen ergänzt ihre Anforderungen an die teilnehmenden Tierhalter 2024 und plant darüber hinaus eine Weiterentwicklung, die dann ab 2025 umgesetzt wird.

Schweine-, Puten- und Hähnchenmäster sollen von ihren Abnehmern einen von der ITW empfohlenen Aufpreis für die Umsetzung der Tierwohl-Maßnahmen erhalten. Die ITW spricht die dringende Empfehlung an die Landwirte aus, rechtzeitig Vereinbarungen mit den Abnehmern der Tiere zu treffen, in denen der empfohlene Aufpreis festgehalten ist.

„Wir sind sehr froh, dass wir durch die Aufpreisempfehlung den Forderungen des Bundeskartellamts entsprechen können und hoffen auf einen fairen Umgang der Marktpartner miteinander“, erklärt Robert Römer.





# DÄNEMARKS KLIMASCHUTZ

Die Treibhausgas-Emissionen der dänischen Landwirtschaft sollen in den kommenden Jahren deutlich reduziert werden. Fachleute sprechen sich auch für den Einsatz des Pyrolyse-Verfahrens aus.



Die dänische Agrar- und Ernährungswirtschaft will 2050 alle Nahrungsmittel klimaneutral erzeugen.

**D**ie gesamte dänische Agrar- und Ernährungswirtschaft treibt nachhaltige Entwicklungen schon länger mit Hochdruck voran. Und das aus gutem Grund, denn die Branche will im Jahr 2050 Nahrungsmittel ausnahmslos klimaneutral erzeugen.

Fakt ist: Die Landwirtschaft im Königreich ist für rund ein Viertel der gesamten Treibhausgas-Emissionen verantwortlich. CO<sub>2</sub>, Methan und Lachgas sind die bedeutendsten Treibhausgase. Und die sollen in den kommenden Jahren deutlich reduziert werden. Seit Mai 2023 ist in Dänemark gesetzlich vorgeschrieben, dass der Gülle-Austrag in allen neu errichteten Ställen mindestens alle sieben Tage erfolgen muss. Die Landwirte sind verpflichtet, die entsprechenden Prozesse zu dokumentieren. Auf diese Weise sollen die Methan-Emissionen um bis zu 45 Prozent reduziert werden. „Im Jahr 2030 sollen außerdem rund 60 Prozent der in Dänemark anfallenden Schweinegülle in Biogas-Anlagen zur Energiegewinnung genutzt werden“, sagt Christian Fink Hansen, Direktor Sektor Schwein im Dänischen Fachverband der Land- & Ernährungswirtschaft.

## Pyrolyse-Taskforce gefordert

Um in Sachen Klimaschutz weiter voranzukommen, hat der Dänische Fachverband die Politik vor kurzem aufgefordert, eine Pyrolyse-Taskforce einzurichten. Die Pyrolyse ist ein effizientes thermo-chemisches Verfahren, das auch zur Reduzierung von CO<sub>2</sub> in der Atmosphäre beitragen kann. Mit Hilfe der Pyrolyse können zum Beispiel landwirtschaftliche Abfall- und Restprodukte in Biokohle, Öl oder Gas umgewandelt werden. Biokohle kann dann zum Beispiel als CO<sub>2</sub>-emissionsfreies Düngemittel zum Einsatz kommen. „Wir hoffen, dass die Politiker das Potenzial der Pyrolyse erkennen und eine interministerielle Taskforce einberufen. Wir haben keine Zeit zu verlieren, wenn wir unsere gesetzten Klima-

„Wir haben keine Zeit zu verlieren, wenn wir unsere gesetzten Klimaschutzziele bis 2030 erreichen wollen.“

Hans Roust Thyssen

schutzziele bis 2030 erreichen wollen. Das erfordert auch eine schnelle und flexible Zusammenarbeit der zuständigen Ministerien“, betont Hans Roust Thyssen, Klimachef im Dänischen Fachverband der Land- & Ernährungswirtschaft.

## Mehr Obst und Gemüse, weniger Fleisch

Nicht nur die Agrar- und Ernährungswirtschaft, sondern auch die Verbraucher in Dänemark haben die Themen Klimaschutz und Nachhaltigkeit stets im Blick. Das zeigen die Ergebnisse einer aktuellen Umfrage. Hierfür hat der Dänische Fachverband knapp 1.500 Konsumenten befragt. So bevorzugen 15 Prozent der Interviewten regional und ökologisch produzierte Nahrungsmittel. Außerdem legen sie besonderen Wert auf die Minimierung von Lebensmittelverschwendung. Immerhin ein Viertel der Befragten gibt an, dass sie mehr Obst und Gemüse, dafür aber weniger Rind- und Schweinefleisch konsumieren. Bei der Umfrage im Jahr 2019 waren es nur 19 Prozent. Mit Blick auf das Thema „langfristige Nachhaltigkeitsstrategien“ stehen bei den Dänen Investitionen mit langfristigem Einsparpotenzial im Mittelpunkt. Energiesanierung von Immobilien, Anschaffung von E-Autos oder Nutzung von erneuerbaren Energien – das hat bei 21 Prozent der Befragten Priorität. Mehrheitlich sind dies Männer im Alter von 40 bis 59 Jahren. Für 28 Prozent der Befragten geht es darum, den Konsum insgesamt einzuschränken – ohne bestimmte Bereiche zu bevorzugen.



Kim Celine Plander (24) macht eine Ausbildung zur Kauffrau im Einzelhandel mit integrierter Frischespezialistin und Handelsassistentin im Marktkauf Bielefeld-Gadderbaum. Uns erzählt sie, was sie daran mag.

# BREIT AUFSTELLEN

## **Frau Plander, warum haben Sie sich für diese Ausbildung bzw. diesen Beruf entschieden?**

Vor meiner Ausbildung habe ich in einer Bäckerei in Bielefeld gejobbt. Der Verkauf hat mir sehr viel Spaß gemacht. Daher stand schnell fest: Ich möchte meine Ausbildung im Lebensmitteleinzelhandel machen. Mir war wichtig, mich neu zu orientieren und breiter aufzustellen. Daher habe ich mich bei Marktkauf beworben. Denn hier gibt es gleich zwei Bereiche, in denen ich Warenkenntnisse erlangen kann: Food und Non-Food.

## **Wie sind Sie zu Ihrem Ausbildungsbetrieb gekommen?**

Ich kannte Marktkauf Bielefeld-Gadderbaum schon als Kundin. Bei der Suche nach einer Ausbildungsstelle habe ich ganz klassisch online geschaut und bin dann auf eine Stellenanzeige gestoßen. Also habe ich mich beworben. Das Vorstellungsgespräch lief sehr gut. Ich habe mich direkt wohlfühlt und im Sommer 2020 meine Ausbildung begonnen.

## **Wie sieht Ihr Arbeitsalltag aus?**

Da ich die Ausbildung zur Kauffrau im Einzelhandel mit integrierter Frischespezialistin mache, verbringe ich die meiste Zeit in den Frischeabteilungen – also bei Obst und Gemüse oder an den Bedientheken für Fleisch, Wurst, Käse und Fisch.

In jeder Schicht, egal ob früh oder spät, gibt es klare Routinen. Beispielsweise bestelle ich immer morgens neue Ware, nachmittags bereite ich alles für den nächsten Verkaufstag vor. Ansonsten ist jeder Tag anders. Kunden kommen täglich mit unterschiedlichen Fragen oder Wünschen auf mich zu.

## **Was gefällt Ihnen an Ihrer Arbeit besonders?**

Ich mag die Abwechslung – jeden Tag entdecke und

„Ich mag die Abwechslung – jeden Tag entdecke ich Neues.“

**Kim Celine Plander**

lerne ich Neues. Außerdem arbeite ich gerne mit meinen Kolleginnen und Kollegen zusammen. Wir haben einen guten Zusammenhalt, viel Spaß miteinander und stehen füreinander ein. Das ist mir bei meiner Arbeit sehr wichtig. Der direkte Kundenkontakt gefällt mir ebenso – vor allem an der Bedientheke komme ich mit den Kunden ins Gespräch, kann sie beraten und Lebensmittel empfehlen.

## **Welche Herausforderung ist Ihnen begegnet? Wie sind Sie damit umgegangen?**

Während meiner Ausbildung durchlaufe ich sehr viele Abteilungen. Dabei ist mir aufgefallen: Von Abteilung zu Abteilung sind die Kunden anders, haben verschiedene Fragen und Wünsche. In den ersten Tagen habe ich daher meist meine Kollegen beobachtet und mich an ihnen orientiert. Auch im Team selbst gibt es verschiedene Persönlichkeiten, auf die ich mich bei den Abteilungswechseln einstellen musste. Das ist mir anfangs schwergefallen, heute habe ich aber keine Probleme mehr und bin froh, ein Teil des Teams zu sein.

## **Wie sehen Sie Ihre Zukunft in diesem Beruf?**

Ich wünsche mir, dass ich über die Ausbildung hinaus im Marktkauf Bielefeld-Gadderbaum bleiben kann. Danach möchte ich mich auf jeden Fall noch weiterbilden und meine Warenkenntnisse vertiefen. Das Schöne ist: Bei Marktkauf gibt es viele Aufstiegschancen. Wer mit Leidenschaft dabei ist, dem stehen alle Türen offen.

## **Warum würden Sie diesen Beruf auch anderen jungen Leuten empfehlen?**

Der Lebensmitteleinzelhandel bietet einen krisensicheren Job mit Aufstiegsmöglichkeiten und viel Abwechslung.



# ZIEL: ABTEILUNGS- LEITER

Nach seiner Ausbildung zum Fleischfachverkäufer, lässt sich Jens Karner (24) nun im Edeka Tischer in Osterburken zum Fleischer ausbilden. Warum, verrät er hier.



## Herr Karner, warum haben Sie sich für diese Ausbildung entschieden?

Der Beruf mit dem ständigen Kundenkontakt hat mich sehr interessiert, aber auch das Zerlegen der Tiere. Die Verkäufersausbildung habe ich letztes Jahr abgeschlossen und jetzt habe ich noch die Metzgerausbildung begonnen.

## Wie sind Sie auf Ihren Ausbildungsbetrieb gekommen?

Eigentlich war es ein bisschen Zufall. Ich wollte mich erst woanders bewerben, aber mein Vater motivierte mich, mich auch bei Edeka zu bewerben. Es führte eins zum anderen und ich bin sehr froh, dass ich hier bin.

## Wie sieht Ihr Arbeitsalltag aus?

Ich schneide Schnitzelfleisch aus Pute und Schwein, produziere Hackfleisch, bediene Kunden, bestücke die Theken mit ansprechender, schöner Warenauslage – natürlich gehört auch das Putzen dazu, aber das ist nicht schlimm.

## Was gefällt Ihnen besonders an Ihrem Job?

Besonders gefällt mir unser internes Betriebsklima. Wir sind wie eine familiengeführte Metzgerei und das ist wirklich sehr viel wert.

## Worauf sind Sie am meisten stolz?

Auf meine abgeschlossene Prüfung als Fleischfachverkäufer. Da habe ich gute Ergebnisse erzielt und wurde auch als Kammerbester ausgezeichnet.

## Wie sieht Ihre Zukunft in dem Beruf aus, wo soll die Reise hingehen?

Ich möchte gerne noch den Ausbielderschein oder Meister machen, damit ich auch ausbilden kann. Ich würde mir wünschen, dass ich dann auch Abteilungsleiter werden kann.

„Ich möchte gerne noch den Ausbielderschein oder Meister machen, damit ich auch ausbilden kann.“

Jens Karner

## Warum würden Sie Ihren Beruf anderen empfehlen?

Ich finde, es ist ein Beruf, in dem man lernt, auch offen gegenüber anderen Menschen zu sein und andere Menschen zu verstehen. Man kann sich sehr kreativ ausleben, gerade mit dem Bearbeiten von Lebensmitteln, man kann eigene Ideen mit einbringen und das ist einfach schön.

## Wie wichtig schätzen Sie die sozialen Medien, wie Instagram usw. dabei ein, um andere junge Leute für den Lebensmitteleinzelhandel zu begeistern?

Ich finde, es ist in der heutigen Zeit sehr wichtig, dass man besonders auch online Werbung dafür macht, da es ein toller Beruf ist. Digitale Werbung ist nicht zu unterschätzen und sollte mehr eingesetzt werden.

## Gibt es in Ihren Augen etwas, was man in der Ausbildung grundsätzlich optimieren könnte?

Ich bin wirklich sehr zufrieden mit meiner Ausbildung. Ein bisschen mehr Zeit für die praktischen Sachen als Metzger, wie das Zerlegen, wäre schön. Aber irgendwie bekommt man es trotzdem hin.

## BiBaBohne und das Linsen-Grinsen

Vegetarische Abwechslung bringt Bedford für die Betreiber von Bedientheken mit fünf neuen Produkten auf den Markt: Die BiBaBohne ist ein Bohnen-Hafer-Patty mit Sonnenblumenkernen. Die Quinoa-Karotten-Ecken Boah Quinoa enthalten



Karotten, Kartoffeln und Datteln. Die Linsen-Grinsen sind Linsen-Süßkartoffel-Sticks. Sie gibt es auch mit Kichererbse als Falafel-Kichererbse-Sticks. Hinter dem Namen „Das Udon-Ding“ verbergen sich Udon-Edamame-Taler, die mit Koriander und schwarzem Sesam gewürzt sind und eine leicht pikante Note enthalten. [www.bedford.de](http://www.bedford.de)



## Gegrilltes Schnitzel

Wie nennt man ein Schnitzel auf dem Grill? Ein „Gritzeln“ – so lautet die Antwort von Beck. Laut Hersteller lässt es sich auf dem Grill ebenso zubereiten wie in der Pfanne und dem Backofen. Die Panade verbrennt nicht, wird aber kross und goldgelb. Sie kann auch einzeln gekauft werden. Die Panade weicht bei längerer Lagerung nicht auf und eignet sich für Panierstraßen. Weiterhin verfügbar sind Bratwurst und ein Grillkäse, der Emulsan BBQ-Taler. Zum Würzen werden Marinaden angeboten, darunter die rote SoftFix Marinade Chipotle Mystery mit rauchigem Geschmack und die kurkumagelbe SoftFix Marinade CeylonCurry oG im orientalischen Stil. [www.beck-gewuerze.de](http://www.beck-gewuerze.de)

## Hendl zur Wiesn

Pünktlich zum Oktoberfest bringt Wiesenhof vier Geflügelklassiker in den LEH. Hähnchenprodukte gehören traditionell zur Wieszeit und werden zum frisch gezapften Bier genossen. Von Kalenderwoche 35 bis 40 sind das ganze Hendl (1 kg), die Hendl-Schenkel (1,3 kg), die halbe Ente (1 kg) und die Hendl Steaks (400 g) verfügbar. Das Geflügel stammt aus deutscher Haltung. Die Produkte sind von einer Wies'n-Würzung umgeben und können direkt gegart werden. Bei den Steaks ist der Knochen schon entfernt, sie können direkt in der Pfanne gebraten werden. Die anderen Produkte lassen sich im Bräter oder im Backofen grillen.

[www.wiesenhof.de](http://www.wiesenhof.de)



## Fluffige Focaccia

Italienische Speisen stehen in Deutschland für Urlaub und gesunden Genuss. An dieses positive Image knüpft Vandemoortele mit den drei neuen Focaccia-Sorten der Marke Lanterna an: Der fluffige Teig besteht aus Mehl, Wasser, Salz,

Hefe und extra nativem Olivenöl, ist verfeinert mit mediterranen Kräutern und etwas Malz. Die charakteristischen Teiglöcher sind per Hand geformt und mit Salzlake gefüllt. Erhältlich sind die Sorten Cherry Tomate, Mediterranes Gemüse, Grillgemüse und Olive. Das Portionsgewicht liegt bei 200 Gramm. Die veganen Focaccia eignen sich als Mittagssnack, Beilage sowie Snack To-Go.

[www.vandemoortele.com](http://www.vandemoortele.com)



## Fleischfreies Huhn

Pflanzliches Fleisch nach Hühnchen-Art verspricht Beyond Meat mit seinen Beyond Nuggets und den Beyond Tenders. Die Zielgruppen sind Vegetarier, Veganer und Flexitarier. Die Basis für die



Fleischalternative bilden das Protein aus Weizen und Ackerbohnen, umgeben von einer Knusperpanade. Beyond Meat empfiehlt die Nuggets als Snack oder als Beilage zum Hauptgericht. Die Tenders eignen sich für Salate, Bowls, Sommerrollen und Wraps. Markenbotschafter Serge Gnabry empfiehlt die Beyond Tenders als Topping auf einem Ingwer-Miso-Salat. [www.beyondmeat.com](http://www.beyondmeat.com)

## Bürokratie vermeiden



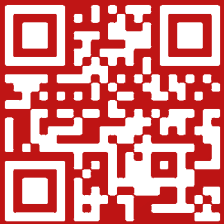
Für den digital vernetzten Einzelhandel empfiehlt das IT-Unternehmen Zucchetti sein Warenwirtschaftssystem Mago ERP mit vollintegrierten Kassensystemen aus eigenem Hause. Damit können sämtliche Unternehmensprozesse zusammengeführt, automatisiert und sogleich alle Filialen einfach verwaltet werden. Kassensabverkäufe wirken sich in Echtzeit auf die Bestände aus und stoßen bei Bedarf intelligente Nachbestellungen an. Über die InStore App können zudem Prozesse wie etwa Inventur und Filialumlagerungen direkt auf der Fläche ausgelöst werden. Der Anwender hat dabei die Wahl zwischen der Cloud-Variante und der On-Premises-Version. [www.zucchetti.com](http://www.zucchetti.com)



# 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](http://www.blmedien.de/plakate)

Made by

**carneo**

+







über  
**121 Mio.**  
Bruttokontakte!

# TV-START FÜR UNSERE FLEISCHWURST

Jetzt einschalten & ordern!



**250g**

Ideal für  
1-2-Personen-Haushalte



**2x200g  
FRISCHEPACK**

Ideal für Familien und  
mittelgroße Haushalte



**500g**

Ideal für Familien und  
größere Haushalte



DIE KLIMASCHUTZ- UND  
ENERGIE-EFFIZIENZGRUPPE DER  
DEUTSCHEN WIRTSCHAFT

Wir sind stolzes Mitglied.

