

# FH

# FLEISCHER-HANDWERK

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



**FLEISCHER  
MIT ERFOLG:**  
Metzgerei Marienhof  
+ Catering, Weiterstadt

- **NACHWUCHS:** David Becker, Weiterstadt
- **DIGITALISIERUNG:** Metzgerei Blank, Dachau
- **MESSE-VORSCHAU:** Branchentreff SÜFFA
- **AKTIONSWOCHEN:** Tag der Regionen 2023

Die Hülle für den  
perfekten Gewürzübertrag!



# NaloSpice

**OSKUtex**  
KALLE GROUP

# ChatGPT? Ungenügend!



Marco Theimer,  
Chefredakteur  
FH Fleischer-  
Handwerk

- 1. Befehl:** Schreibe einen Text mit max. 150 Wörtern in deutscher Sprache über den neuen Head Judge der World Butchers Challenge inkl. Link zur Website als Kurzmeldung für ein Fachmagazin des Fleischerhandwerks (Original: englisch).
- 2. Befehl:** Bitte sachlich und ohne wertende Adjektive schreiben und Datum integrieren.
- 3. Befehl:** Bitte aktiven Schreibstil verwenden.

## Erfahrener Fleischermeister wird neuer Head Judge der World Butchers' Challenge 2025

David Lishman, Eigentümer des Best Butchers' Shop of the Year in Großbritannien (2017), übernimmt die Position des Head Judges für die World Butchers' Challenge 2025 in Paris. Mit einer zehnjährigen Erfahrung als Kapitän des britischen Teams bei WBC-Veranstaltungen bringt Lishman umfangreiche Fachkenntnisse in seine neue Rolle ein.

Lishman war aktives Mitglied der WBC und trug zur Organisation der Veranstaltung in Yorkshire, England bei. Gemeinsam mit seiner Tochter Emma führt er Lishman's Butchers & Charcutiers, ein traditionelles Fleischereiunternehmen.

Die neunte Ausgabe der World Butchers' Challenge, auch bekannt als „Olympiade der Fleischerei“, findet im Paris Expo Exhibition Centre statt. Lishman folgt auf den bisherigen Head Judge Todd Heller aus Neuseeland.

Die World Butchers' Challenge 2025 wird von Friedr. Dick und Anago gesponsert. Weitere Informationen zur Veranstaltung finden Sie auf der Website.

### Mein Text: World Butchers' Challenge 2025 Neuer Oberrichter

Der Brite David Lishman wird neuer Oberrichter (Head Judge) der World Butchers' Challenge (WBC), die am 30. und 31. März 2025 in Paris stattfinden wird. Das engagierte WBC-Mitglied war innerhalb von zehn Jahren dreimal Kapitän des Teams GB bei WBC-Events sowie Teil eines Teams, darunter des britischen Trade Board, das 2014 eine frühere Version des WBC-Events nach Yorkshire (England) brachte. Er löst den Neuseeländer Todd Heller ab, der maßgeblich am Wachstum der WBC vom Grassroots-Tasman-Event zum größten Metzger-Event der Welt beteiligt war. Der Oberrichter beaufsichtigt eine Jury, die sich aus einem zuvor ernannten Jury-Mitglied jeder teilnehmenden Nation zusammensetzt, und übernimmt die Verantwortung dafür, dass ein reibungsloser, fairer und verlässlicher Urteilsprozess stattfindet. Mit seiner Geschäftspartnerin und Tochter Emma Lishman besitzt David Lishman's Butchers & Charcutiers, ein traditionelles Metzgereiunternehmen in den Yorkshire Dales, das 2017 den Titel „Best Butchers Shop of the Year“ für Großbritannien gewonnen hat.

**Mein Fazit:** ChatGPT ist keine wirkliche Arbeits-erleichterung und für eine qualifizierte, praxis-nahe und nicht zuletzt emotionale Berichterstattung in Fachmedien nicht geeignet.

# 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



8



24



18



22



60

## Branchenblick

- ChatGPT? Ungenügend! ..... 3
- Kurz notiert ..... 5
- Genuss-Event in Osthessen ..... 8
- Fokus: Metzgerhandwerk Bayern .. 10

## Nachwuchs

- David Becker, Metzgerei Marienhof:  
Übung macht den Meister ..... 14
- Franz Prostmeier:  
Vize-Europameister ..... 18

## Versicherung

- Sicherheit im Handwerk ..... 21

## Interview

- Digitalisierung – Metzgerei Blank:  
„Des Ding brauch‘ ma, Katil!“ ..... 32

## SÜFFA – Messevorschau

- Der Metzgertreff im Ländle ..... 34
- Specials mit Mehrwert ..... 40
- Interview: Produktion optimieren ... 46

## Fleischer mit Erfolg

- Nürnberg:**  
Mit Weitblick und Verstand  
**Claus Steiner** .....22
- Roßbach-Leberfing:**  
#tiertglück  
**Andreas Reiser** .....24
- Birkenfeld:**  
Aus Showroom für Autos  
wurde Genusswerkstatt  
**Familie Ganzhorn** .....26
- Berlin:**  
Kult und Klasse  
**Jörg Förstera** .....28
- Langenpreising:**  
Einkaufen im Hybrid-Laden  
**Familie Haslacher** .....30

**Titelbild:** Die Familie Becker in Weiterstadt-Braunshardt züchtete einst selbst Schweine. Heute ist sie als Metzgerei mit Catering eine fixe Größe. Foto: Metzgerei Marienhof + Catering

## Ladenbau

- Metzgerei Bühler:  
„Wurst aus dr Dos!“ .....56

## Experten-Meinung

- Statements zur Ausbildung .....58

## Tag der Regionen

- Regionalität erleben .....60

## Betriebsführung

- Kampf um Kunden & Köpfe .....66

## Rubriken

- Mutmacher: Wir-Gefühl stärken .... 64
- Neu auf dem Markt/Impressum .... 69
- Gesucht & gefunden .....70

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

Dieser Ausgabe liegen Beilagen der Albert Handmann Maschinenfabrik, Biberach a. d. Riß, Rex Technologie, Thalgau/A, und der Landesmesse Stuttgart bei. Wir bitten um freundliche Beachtung!



**World Butchers' Challenge  
Neuer Oberrichter**

Der Brite David Lishman wird neuer Oberrichter (Head Judge) der World Butchers' Challenge (WBC), die am 30. und 31. März 2025 in Paris stattfinden wird. Das engagierte WBC-Mitglied war innerhalb von zehn Jahren dreimal Kapitän des Teams GB bei WBC-Events sowie Teil eines Teams, darunter des britischen Trade Board, das 2014 eine frühere Version des WBC-Events nach Yorkshire (England) brachte. Er löst den Neuseeländer Todd Heller ab, der maßgeblich am Wachstum der WBC vom Grassroots-Tasman-Event zum größten Metzger-Event der Welt beteiligt war. Der Oberrichter beaufsichtigt eine Jury, die sich aus einem zuvor ernannten Jury-Mitglied jeder teilnehmenden Nation zusammensetzt, und übernimmt die Verantwortung dafür, dass ein reibungsloser, fairer und verlässlicher Urteilsprozess stattfindet. Mit seiner Geschäftspartnerin und Tochter Emma Lishman besitzt David Lishman's Butchers & Charcutiers, ein traditionelles Metzgereiunternehmen in den Yorkshire Dales, das 2017 den Titel „Best Butchers Shop of the Year“ für Großbritannien gewonnen hat. [www.worldbutcherschallenge.com](http://www.worldbutcherschallenge.com)

Schon bei Facebook geklickt?



Danke für mehr  
als 9.000 Follower!

**Rasdorfer Genusskultur**

**Rhöner Schinken prämiert**

Im Vorfeld des 2. Rhöner Schinken- und Destillationsmarktes im ostthüringischen Rasdorf fand eine Qualitätsprüfung von über 27 Rhöner Schinken statt. Die nach dem DLG-Schema getesteten Spezialitäten wurden mit Wertungen in Gold, Silber und Bronze ausgezeichnet (14 x Gold, 9 x Silber, 4 x Bronze). Eine goldene Bewertung erhielten u.a. die Metzgerei A. Koob mit „Brender Landschinken“ und Coppa, die Landmetzgerei Budenz mit Rindersaftschinken und Wildschinken vom Hirsch, die Landmetzgerei Kleinhenz mit Pastrami, die Fleischerei Wenzel mit Coppa und Rhöner-Duroc-Schinken, die Metzgerei Schott mit Rinder- und Lachsschinken (Bild re. u.), die Metzgerei Meissmer mit dem „Eitraler Rinderschinken“ und die Metzgerei Paul (Flieden). [www.rasdorfergenusskultur.de](http://www.rasdorfergenusskultur.de)



**Aichinger / Butcher Wolfpack**

**Partnerschaft geht weiter**

Der fränkische Ladenbau-Spezialist Aichinger und das Butcher Wolfpack-Team setzten ihre Kooperation fort. Das Unternehmen unterstützt die Mannschaft um Teamcaptain Dirk Freyberger als Sponsor. „Wir sind stolzer Partner des Weltmeisters. Das Butcher Wolfpack-Team verkörpert die Leidenschaft für das Metzgerhandwerk und ist ein passionierter Botschafter für seinen Berufsstand“, betonte Sebastian Holzberger, Leiter Marketing bei Aichinger, bei der Vertragsverlängerung. So werde hauptsächlich die Vorbereitung für die Titelverteidigung unterstützt. Das „Wolfsrudel“ tritt am 30. und 31. März 2025 in Paris bei der World Butchers' Challenge an. Am 30. September 2023 fand an der Fleischerschule in Augsburg das Casting für erfolgshungrige Metzgerinnen und Metzger statt, die in Paris dabei sein möchten. [www.aichinger.de](http://www.aichinger.de)

**KüstenSwien / Fleischerei Röhrs  
Neue Chance in Jork**

Zum 1. September 2023 hat der Schweinebauer Lars Brunk aus Niebüll die Traditionsfleischerei Röhrs in Jork übernommen. Er ermöglicht dieser so eine Restrukturierung und nachhaltige Sanierung. Alle Arbeitsplätze bleiben erhalten. Die wertschätzende Art der Tierhaltung teilen „KüstenSwien“ und die Fleischerei, die auch vor deren wirtschaftlicher Schiefelage erfolgreich zusammengearbeitet haben. Die Marke „KüstenSwien“ ist in Ferkelerzeugung, Aufzucht und Mast erfolgreich und hat begonnen, ihre Produkte selbst zu vermarkten. Mit der Übernahme der Fleischerei werden nun auch Schlachtung, Verarbeitung und Vermarktung auf eine neue Ebene gehoben. Das Ladengeschäft Röhrs wird von Andre Röhrs sowie seinen Eltern Friedrich und Katrin Röhrs betrieben. „Mit der Übernahme soll die Verantwortung, die mit einer nachhaltigen Tierhaltung einhergeht, nun noch stärker zum Tragen kommen“, erklärt Daniel Röhrs, der mit Ehefrau Katharina weiterhin für die Produktions- und Standortleitung verantwortlich sein wird. Mit „KüstenSwien“ sei die Auslastung gesichert. „Wir bieten wie gewohnt Lohnschlachtung an und haben zusätzlich genug Raum, um gemeinsam neue Ideen für alle verwertbaren Teile zu entwickeln“, ergänzt er. [www.kuestenswien.de](http://www.kuestenswien.de)



**Markenschaufenster**

**STILLER**  
VERSCHLISS-TECHNIK  
Telefon 07268 392  
Doserverschließmaschinen  
Halb- und vollautomatisch, für Handwerk und Mittelstand  
[WWW.STILLERGMBH.DE](http://WWW.STILLERGMBH.DE)



**Zum dritten Mal seit Juli 2022 absolvierten Fleischprofis an der Fleischerschule Augsburg mit Erfolg die Weiterbildung in Sachen Wild zum bzw. zur zertifizierten Wildsommelier(e).**



# Wild, wilder, Wildsommelier

Für sieben Teilnehmer und eine Teilnehmerin ging es 14 Tage lang rund ums Wildbret, die Jagd und ihre Geschichte, verschiedene Wildarten, die Zerlegung und Zubereitung des Fleisches, Ethik, Exoten-Wildfleisch, Marketing, Gewürze, Reifung sowie Rohwurst und 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, unter anderem auf dem Grill. Mit Grillweltmeister Oliver Sievers und Fleischermeister Jürgen Bickert aus Essen gaben zwei Top-Experten ihr Know-how an die wissbegierigen Fachkräfte weiter. Es wurde nicht

nur Wild zerlegt, sondern auch viel verkostet. Außerdem berichtete Jürgen Bickert über seine Erfahrungen bei der Verarbeitung von Nutria-Fleisch etwa für Würstchen und Convenience.

Über die Wild-Reifung und Aroma-Rauch referierte Fleischsommelier Ronny Paulusch. Und auch der Fleisch- und Gewürzsommelier und Metzger-Weltmeister 2022, Matthias Endrass aus Bad Hindelang (o.li.), in dessen Metzgerei seit Jahrzehnten Wild aus der Region verarbeitet wird, vermittelte seine Erfahrungen, z. B. in der Kombination von Wildfleisch mit Gewürzen. Dabei wurden auch verschiedene Arten von Pfeffer und deren Aromaten als Träger bei Hirsch und Reh getestet. Der nächste Kurs dieser Art findet vom 4. bis 15. März 2024 statt. [www.fleischerschule.de](http://www.fleischerschule.de)

## Metzgerei Stuhlberger, Wartenberg Veggie-Minister zu Besuch

Anfang August stattete Bundeslandwirtschaftsminister Cem Özdemir der Metzgerei Stuhlberger in Wartenberg einen einstündigen Besuch ab und informierte sich eingehend über diesen Betrieb. Die Metzgerei bezieht 99 Prozent ihres Schweinefleisches aus Strohschwein-Haltung, schlachtet selbst mit schonenden Methoden und achtet auf kurze Transportwege. Produktionsleiter Toni Stuhlberger-Hofer leitete den Veggie-Minister beim Wurstfüllen an, was sich der Gast kaum hätte erträumen lassen. Senior-Chef Dr. Ludwig Stuhlberger konfrontierte ihn mit aktuellen Themen wie Greenwashing im LEH, dem Rückgang der Tierhalter, fragwürdige Ernährungsempfehlungen etc. Auch wenn er selbst kein Fleisch esse, bekenne er sich zur Tierhaltung, so der Minister: „Ohne Tierhaltung gibt es keine Kreislaufwirtschaft. Wie wir einkaufen, hat einen Einfluss darauf, wie unser Land aussieht“, sagte er. [www.metzgerei-stuhlberger.de](http://www.metzgerei-stuhlberger.de)



## IDM Südtirol Speckfest am Kronplatz

Nach jahrelanger Austragung in Villnöss zieht das Südtiroler Speckfest in die Ferienregion Kronplatz um. Am 30. September und 1. Oktober 2023 erwartet die Besucher dort ein vielfältiges Angebot aus Produktverkostungen, Kulinarik, Musik und ein attraktives Rahmenprogramm. Der 2.275 m hohe Gipfel des Kronplatzes liegt im Herzen der gleichnamigen Region und bietet ein einzigartiges Panorama. Neben Verkostungen an zahlreichen Ständen können die Gäste an Workshops rund um den Südtiroler Speck g.g.A. teilnehmen, bei denen die Einsatzmöglichkeiten der Spezialität aufgezeigt werden. Organisiert wird der Event von der Ferienregion Kronplatz sowie dem Südtiroler Speck Konsortium. [www.speck.it](http://www.speck.it)



## Metzgerei/Feinkost in Florida

Konkurrenzlos im Umkreis, ausgez. Expansionsmöglichkeiten. Über 800 Stammkunden, 1 a Lage. Seit 1953 spezialisiert auf hausgem. Wurstwaren, Selbstgeräuchertes und dt. Lebensmittel. Kauf qualifiziert für E-2 Visum. Preis VHS.

Infos über QR-Code oder Tobias Kaiser, Fa. Kaiser Assoc., Makler • Boca Raton, FL 001-954-834-3088 • KaiserAssoc@gmail.com



# 10.000. Weißwurst-Diplom

Am 10. August 2023 wurde der Urlauberin Martina Gorthoff in der „Königlichen Weißwurstschule Bayerischer Wald“ der Metzgerei Einsle diese besondere Ehre zuteil.

Damit ist die alldonnerstägliche Veranstaltung das weltweit erfolgreichste Weißwurstseminar. Gerührt und überrascht bedankte sich Martina Gorthoff für die Auszeichnung: „Ich bin total glücklich, dass mir so eine besondere Ehre aus Bayern zuteil wird.“ Der Bayerische Weißwurst-Botschafter Albert „Bertl“ Fritz überreichte ihr das besondere Diplom sowie einen Schlemmerkorb der Metzgerei. „Ein großer und historischer Tag für unsere Weißwurstschule und die bayerische Weißwursttradition, die hier in Bodenmais gelebt wird. Mit so einem Riesenerfolg hat niemand je gerechnet“, sagte Metzgermeister Stefan Einsle. Anwesend war mit Alois Rainer auch der einzige Metzgermeister im

Deutschen Bundestag: „Bodenmais kann stolz sein auf diese Weißwurstschule und diese Metzgerei. Mit Stolz und Herzblut wird hier das Metzgerhandwerk und die Weißwursttradition gelebt.“ Und Bertl Fritz merkte an: „Was in Bodenmais, die Weißwurst betreffend abgeht, gibt es wohl in Bayern nicht noch einmal. Ein Teil des Ganzen zu sein, macht mich stolz und motiviert mich weiter. Wenn man weiß, dass man 10.000 Menschen einen schönen Vormittag bereitet hat, ist das der schönste Lohn.“ Sein erstes Weißwurstseminar hielt er im Herbst 2016 ab, das sich seitdem jeden Donnerstag – mit Ausnahme der Corona-Pandemie – in der Metzgerei wiederholt. [www.schlemmer-metzgerei.de](http://www.schlemmer-metzgerei.de)



Im Bild (von li.) Albert Fritz, MdB Alois Rainer, Martina Garthoff, Stefan Einsle, Johannes Garhammer (aktivCard Bayerischer Wald) und Joli Haller (1. Bürgermeister Bodenmais).

Foto: Marion Seidel



**MOGUNTIA FOOD GROUP**

Flavoursome solutions since 1903



Mehr Infos und  
Rezepte hier!

## ENTDECKEN SIE UNSERE NEUESTEN KREATIONEN

**MARINETTE® Fix Rouladen-Pfanne** vereint würzige Zwiebeln und einen Hauch von Gurke.

Gleichzeitig begeistert **MARINETTE® Fix Stroganoff** mit Gemüse und einer erfrischenden Gurkennote.

Diese vielseitigen Marinaden verleihen Pfannen- & Ofengerichten eine ganz besondere Note.

**MARINETTE® Fix Rouladen-Pfanne** | M4458 15

**MARINETTE® Fix Stroganoff** | M4457 15



# Schinken & mehr in Osthessen

Die bundesweite Auftaktveranstaltung 2023 der Aktion „Tag der Regionen“, der 2. Rhöner Schinken- und Destillationsmarkt im hessischen Rasdorf, war ein großer Erfolg.





Den ersten Markt dieser Art veranstaltete der Verein Rasdorfer Genusskultur schon 2019, 2021 fand dann coronabedingt nur eine Schinken-Qualitätsprüfung statt. Veranstaltungsort war der Rasdorfer Anger, der schon vor Jahrhunderten als Marktplatz genutzt wurde und Handelsleuten und Pilgern, die auf der Via Regia unterwegs waren, als Rastplatz diente. Ein reges Marktreiben herrschte dort auch am ersten Sonntag im September. Mehr als 50 regionale Händler, Metzger und Destillierer aus Hessen, Bayern und Thüringen boten an ihren Ständen Rhöner Spezialitäten zum Probieren und zum Kauf an – Genuss pur!

Es gab Rhöner Schinken aller Art von Schwein, Rind, Lamm oder Wild, z. B. Coppa, Rindersaft-, Hirsch-, Lachs- und Wasserbüffel-Schinken und natürlich auch den neuen Rhöner Biosphären-Schinken. Außerdem präsentierten die Metzgereien und Direktvermarkter ein vielfältiges kulinarisches Angebot, etwa Pinsa mit Rhöner Biosphären-Schinken, Rucola und Parmesan, Schweinemedailles im Baconmantel mit Grillgemüse und Rosmarinkartoffeln (Fleis-

### Metzgereien & Direktvermarkter

- Landmetzgerei Budenz (Rasdorf)
  - Landmetzgerei Kleinhenz (Oberleichtersbach)
  - Metzgerei A. Koob (Bad Neustadt/Saale-Brendlorenzen)
  - Metzgerei Meissmer (Eiterfeld)
  - Metzgerei Schott (Hauneck-Fischbach)
  - Fleischerei Wenzel (Urnshausen)
  - Landmetzgerei Zobel (Tann)
  - Hofladen Zintl (Leibolz)
  - Lindengut (Dipperz)
  - Rhönhof Henkel (Hofbieber)
  - Schäferei Spies (Leimbach)
  - Spiegelshof/Metzger Schmitt (Melperts)
- [www.rasdorfergenusskultur.de](http://www.rasdorfergenusskultur.de)

scherei Meissmer), Lammcurry mit Couscous („Zwo Kütz“), die klassische Bratwurst im Brötchen oder einen Rhöner „Schwadde-Burger“ mit gebratenem Schwartemagen, Gürkchen, Salat und Röstzwiebeln in der Pitatasche (Metzgerei Budenz), dessen Erlös einer caritativen Einrichtung zugute kam.

### 80 kg Rhöner Schwartemagen

Die Metzgerei Budenz war es auch, die einen 80-kg-Swartemagen auf der Bühne präsentierte, der am Tag zuvor über 17 Stunden gegart und vom Landrat des Landkreises Fulda, Bernd Woide, und dem Obermeister der Fleischer-

innung Fulda, Ludwig Leist, angeschnitten wurde. Im Vorfeld des Marktes fand eine Schinken-Qualitätsprüfung statt, deren Preisträger auf der Bühne geehrt wurden – ebenso wie die Preisträger erlesener Destillate. Ein besonderer Hingucker war die Keule vom Rhöner Iberico-Duroc-Schwein am Stand der Fleischerei Wenzel, die der Wurst- und Schinkensommelier und Cortador Christian Wenzel fachgerecht in dünnen Scheiben aufschnitt und je nach Gusto mit oder ohne Antipasti kredenzte. *Marco Theimer*



 21.-12.10.2023  
Messe Stuttgart  
Besuchen Sie uns:  
Halle 9, Stand C33

- Eingelloggt.
- ✓ Job gemacht.
- ☑ Zeit erfasst.

**Zeiterfassung im Unternehmen**  
ganz einfach auf Tablet und Smartphone.

**JOB.logg**  
smarte Zeiterfassung



**30 Tage kostenfrei testen!**  
[www.joblogg.de](http://www.joblogg.de)



# 84 Azubis freigesprochen

**Im Münchner Zunfthaus sprachen die Obermeister der Innungen München, Ebersberg und Miesbach-Bad Tölz/Wolfratshausen über 80 Auszubildende von ihren Lehrlingspflichten frei.**

**D**azu begrüßte Münchens Obermeister Andreas Gaßner neben den erfolgreichen Auszubildenden zum Metzger und Fleischerei-Fachverkauf nicht nur rund 120 geladene Gäste, sondern auch seine Obermeister-Kollegen Peter Heimann (Ebersberg) und Kaspar Stielner (Miesbach-Bad Tölz/Wolfratshausen) sowie Angehörige und Verantwortliche der Berufsschulen.

Alles begann mit einer Show-Einlage mit dem Song „Bück dich hoch“ der Hip-Hopper von Deichkind, die Andreas Gaßner in einer silber-blauen Glitzerjacke zum Besten gab. Darin heißt es ironisch etwa „Mach dich bei Chef beliebt“. Doch das alleine genüge

nicht, um erfolgreich im Beruf zu sein. „Ihr seid die Stars von heute und morgen. Ihr könnt etwas! Mit eurem Wissen bekommt ihr Anerkennung. Macht euch zu einer Marke, seid einzigartig, aber auch immer ehrlich und loyal. Das bestimmt euren Wert und euren Lohn“, motivierte er den Branchennachwuchs.

## Sehr gute Prüfungen

Danach übergab er mit seinen Kollegen Obermeistern und Lehrlingswart Hubert Gerstacker den Ex-Azubis ihre Gesellenbriefe und Urkunden. 84 neue Fachkräfte, 29 Metzger und Metzgerinnen sowie 55 aus

dem Fleischerei-Fachverkauf nahmen diese stolz entgegen. „Wir hatten in diesem Jahr sehr viele Einser“, sagte Hubert Gerstacker.

Besonders geehrt wurden die Metzgerinnen Gina Gaigl (26, u. 2.v.li.), die ihre Ausbildung in der Metzgerei Gaßner absolvierte und Amelie Schweisfurth (25 u. 3.v.li.), die in den Herrmannsdorfer Landwerkstätten lernte. Beide erhielten in der praktischen und theoretischen Prüfung Noten mit einer Eins vor dem Komma. Ausgezeichnet wurden auch Paul Jobst (Metzgerei Magnus Bauch, München), Andreas Aumüller (Metzgerei & Hofladen Widmann, Maisach) und der Kammersieger im Fleischerei-Fachverkauf Maurice Müller (Edeka Wick, Taufkirchen). 17 Auszubildende traten schon zur Winterprüfung an. Kritik übte der Münchner Obermeister dann doch noch. Gerne hätte er alle Obermeister-Kollegen zur Freisprechung in München gesehen, die Auszubildende aus ihren jeweiligen Innungsbetrieben bei den diesjährigen Prüfungen mit dabei gehabt haben. „Aber was noch nicht ist, kann ja noch werden“, sagte er. **mth**  
[www.metzgerinnung-muenchen.de](http://www.metzgerinnung-muenchen.de)



# Fachkräfte für Unterfranken

Im Rahmen der Freisprechungsfeier überreichte Horst Schömig, Obermeister der Metzger-Innung Würzburg, 15 jungen Männern und Frauen ihre Gesellenbriefe.

Neue Nachwuchskräfte für das regionale Metzgerhandwerk: Nach drei Jahren intensiven Lernens, das sich coronabedingt nicht immer einfach gestaltete, endete für 15 junge Nachwuchskräfte der Metzger-Innungen Würzburg und Kitzingen die Ausbildungszeit. „Es ist immer wieder ein ganz besonderer Moment, jungen Männern und Frauen nach erfolgreichem Abschluss der Ausbildung den Gesellenbrief für ihre erbrachte Leistung zu überreichen“, betonte Obermeister Horst Schömig bei der Feierstunde in Würzburg. Neben den freizusprechenden Jungverkäuferinnen und Jung-Gesellen begrüßte er bei der Veranstaltung Vertreterinnen und Vertreter der Ausbildungsbetriebe, Oberstudienrätin Marlies Eggert-Schua und Fachoberlehrer Tino Müller von der Franz-Oberthür-Schule sowie Kreishandwerksmeister Martin Strobl. „Mit der Freisprechung haben sie ihren Ausbildungsvertrag erfüllt und das Ende ihrer Lehrzeit erreicht. Nun beginnt für sie ein neuer Lebensabschnitt“, betonte der Obermeister. Allerdings ermahnte er die neuen Fachverkäuferin-



nen im Lebensmittelhandwerk und Metzgergesellen, sich nicht auf dem Erreichten auszuruhen, sondern den Gesellenbrief als Grundstock für das weitere Berufsleben, das von lebenslangem Lernen geprägt sei, anzusehen. Selbst er, der kürzlich von Ministerpräsident Markus Söder und Landwirtschaftsministerin Michaela Kaniber erneut mit dem Staatsehrenpreis für Metzgereien ausgezeichnet wurde, seit Jahrzehnten erfolgreich eine Metzgerei betreibt und ehrenamtlich Obermeister ist, sei immer noch ein Lernender.

Kreishandwerksmeister Martin Strobl überbrachte die Glückwünsche des Handwerkskammerpräsidenten Michael Bissert und gesamten unterfränkischen Handwerks. Den Gesellenbrief nannte er „eine Lebensversicherung für das berufliche Leben“. Zugleich forderte er die neuen Fachkräfte dazu auf, ihren Betrieben treu zu bleiben, ihr Gewerk voranzubringen und sich ehrenamtlich für den Berufsstand zu engagieren. Gerade vor dem Hintergrund des permanenten Fachkräftemangels würden sie ganz dringend gebraucht. [www.hwk-ufr.de](http://www.hwk-ufr.de)

## KHS Neumarkt in der Oberpfalz Auch im Schlachten fit



Drei Auszubildende zum Fleischer legten im Landkreis Neumarkt i. d. Opf. ihre Schlachtpflichtprüfung ab: Franz Moosburger (Metzgerei Franz Wanke, Neumarkt), Alexander Maier (Metzgerei Johann Pöhmerer, Seubersdorf) und Jonas Lehner (Metzgerei Sebastian Deß, Seubersdorf-Batzhausen).

Dafür stellten die Prüfer, die beiden Metzgermeister Karl und Johann Schneider, einen Schlachtraum im eigenen Betrieb in Berching zur Verfügung. Inhalte der Prüfung waren das Betäuben nach den neuesten EU-Richtlinien, das Schlachten nach den Voraussetzungen der Hygieneverordnungen und das artgerechte Zerteilen der Schlachttiere. Der Obermeister der Fleischer-Innung Neumarkt, Karl Schneider (re.), lobte die angehenden Gesellen für ihre Arbeit und freut sich, dass junge Menschen eine Ausbildung im Metzgerhandwerk anstreben. Er motiviert sie mit dem Appell: „Der Beruf des Metzgers ist nach wie vor sehr attraktiv und wird in den nächsten Jahren gefragter denn je sein.“ Für die hervorragende Ausbildung der Lehrlinge bedankte er sich bei den genannten Innungsbetrieben. [www.khs-neumarkt.de](http://www.khs-neumarkt.de)

Fotos: Metzger-Innung Würzburg/R. Merk, Karl Schneider



**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](mailto:info@hagola.de)

SCAN MICH



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



# Metzger Cup 2023

**Zum fünften Mal seit 2019 ruft der Fleischerverband Bayern Metzgereien zur seiner freiwilligen Qualitätsprüfung auf. Insgesamt findet die Prüfung zum 42. Mal statt.**

**D**iese Prüfung – Anmeldeschluss ist der 20. Oktober 2023 – dient nicht nur dem Erhalt hoher Qualitätsstandards im bayerischen Metzgerhandwerk, sondern ist auch eine ideale Eigenkontrolle. Jede teilnehmende handwerkliche Metzgerei oder Berufsschule erhält nach einer erfolgreich bestanden Prüfung neben einer Urkunde einen Pokal, der zur positiven Selbstvermarktung eingesetzt werden kann. Neben der sensorischen Beurteilung durch erfahrene Branchen-Experten fließt auch das Ergebnis einer mikrobiologischen Untersuchung in die Gesamtbewertung des zu prüfenden Produktes mit ein, was in Deutschland in diesem Zusammenhang einzigartig ist. Damit garantieren die Betriebe ihren Kunden nachweislich eine geprüfte Keimfreiheit ihrer Erzeugnisse. Auf Wunsch ist eine Prüfung auf chemischer Ebene mög-

lich – für einen Gesamtüberblick bezüglich des richtigen Wasser-, Fett- und Eiweißgehaltes. Auch Rohwurst kann bezüglich des aw- und pH-Wertes überprüft werden.

Zur Prüfung zugelassen sind alle Wurstwaren der Gruppen Rohwurst, Brühwurst (inkl. Halbdauerware, Rouladen und Pasteten) und Kochwurst sowie rohe und gegarte, gepökelte Fleischwaren – vor allem Schinken.



Die Proben werden unangekündigt telefonisch eingefordert. Auf Wunsch werden sie von einem Kurier abgeholt (nur in Bayern). Alternativ kann man sie selbst zu den angegebenen Zeiten beim Landesinnungsverband in Augsburg abgeben.

Im traditionellen Sonderwettbewerb wird 2023 die beste Haussalami gesucht: Stangenware, geräuchert, luft- oder schimmeligereift, keine Würstchen. Die Auszeichnungen und Urkunden werden im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung am 25. Februar 2024 verliehen. Dauerhaft hervorragende Ergebnisse des Metzger Cups sind außerdem die Basis für den Staatsehrenpreis für das bayerische Metzgerhandwerk. Besonders geehrt werden dabei die zehn Betriebe, die bei den vergangenen fünf Prüfungen am besten abgeschnitten haben.

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

# Das Feuer weitertragen

**Am gleichen Tag erhielten über 30 neue Fachkräfte an der Fleischerschule Augsburg ihre Zertifikate. Sie hatten sich zu Asadoren und Meistern weitergebildet.**



**A**m 9. August 2023 überreichte der Vorsitzende des Meisterprüfungsausschusses, Robert Baur, 15 neuen Metzgermeistern und einer Jungmeisterin bei einer Feierstunde der Handwerkskammer für Schwaben in Kooperation mit der Fleischerschule Augsburg ihre Meisterbriefe. „Sie haben ihr Können gezeigt und bewiesen, dass Sie zu den Besten unseres Handwerks gehören“, betonte er. Auch Schulleiter Anton Schreistetter lobte seine nun ehemaligen Schützlinge: „Stellen Sie sich nun ihrer Verantwortung als Meisterinnen und Meister. Bilden Sie junge Menschen aus und bilden Sie vor allem auch sich selbst im-

mer weiter. Egal ob Sommelier, Grillmeister, Cortador oder Asador – der Weg nach Augsburg lohnt sich immer.“ Ein Dank ging an das gesamte Team der Fleischerschule Augsburg und des Fleischerverbands Bayern für die Organisation, Betreuung und Begleitung des Kurses.

Am gleichen Tag wurden nicht nur die neuen Jungmeisterinnen und Jungmeister (Bild o.) freigesprochen. Auch 15 neue Asadore erhielten zum Abschluss des dreitägigen Asador-Kurses ihre Zertifikate. In dieser Zeit gab Dozent und Asador Marcel Speidel sein Wissen über die Zubereitung großer Fleischteilstücke, Fisch, Obst und Gemüse

über offenem Feuer bzw. in der Glut und auf speziell dafür entwickelten Geräten weiter. Dabei ist nicht nur das Beherrschen des Feuers eine Grundlage, sondern auch das fachmännische Vorbereiten des Fleisches und der Beilagen. Der nächste Kurs dieser Art findet von 5. bis 7. August 2024 statt.

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

Fleischerschule Augsburg

## Premiere: Meat Specialist

Erstmals bot die Fleischerschule Augsburg den Kurs zum Certified Meat Specialist für Fachkräfte im Verkauf an. Von 5. bis 7. September 2023 war es soweit und am Ende des Kurses hielten elf Damen und vier Herren ihr durch diese Weiterbildung erworbenes Zertifikat in den Händen. Ziel des Kurses ist es, Fleisch-Experten im Verkauf auszubilden. Er geht weit über normale Basics hinaus, ist eine Kurzform der etablierten Weiterbildung zum Fleischsommelier, stellt aber keine Konkurrenz dazu dar.

Thematisch ging es u. a. um Schweine- und Rinderrassen, Aufzucht und Haltung, ethische Aspekte, Sensorik, richtiges Zuschneiden, Grundkenntnisse der Fleischreifung, aktives Verkaufen und fachgerechter Beratung, Zubereitung sowie den Umgang mit Reklamationen. Vermittelt wurde dies alles von Fleischsommelier und Maestro-Cortador Ronny Paulusch, dem 2022er Berliner Metzger-Weltmeister Jörg Erchinger vom Butcher Wolfpack und dem Sternekoch Wolfgang Müller. „Es war der absolute Hammer und ich kann es euch tollen Fachverkäufern und Fachverkäuferinnen nur ans Herz legen, hier zu investieren und dieses Wissen mitzunehmen“, kommentierte Sabrina Minkenbergh von der Fleischerei Luther aus Neustadt bei Coburg auf ihrem Facebook-Account.

[www.fleischerschule.de](http://www.fleischerschule.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](mailto:info@promedia-thekentv.de)

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



# Übung macht den Meister

Seit dem Abschluss der Fleischerlehre 2022 ist David Becker (20) aus der Metzgerei Marienhof in Weiterstadt auf der „Walz“ und sammelt Erfahrungen bei Kollegen. Diese gibt er als neues Mitglied der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks an junge Menschen weiter.



**„Man lernt auf einer Metzger-Walz sehr viel mehr als in der Ausbildung“.**

David Becker

Zunächst wollte er studieren, wie viele junge Leute seiner Generation. Doch dann kam es anders. 2020 verließ er das Gymnasium nach Klasse 10 mit einem gleichgestellten Realschulabschluss, machte einen Tag Praktikum bei einer Tierärztin und entschied sich dann doch für die Fleischerlehre im elterlichen Betrieb. Der wurde von Großvater Heinz Becker (69) als Landwirtschaft mit späterer Direktvermarktung Mitte der 1960er-Jahre

gegründet und wird seit 2012 vom Vater Jörg Becker (46) geführt. „Das habe ich bisher nicht bereut. Das Praktische liegt mir halt mehr“, betont er. Schon im dritten Lehrjahr leitete er gemeinsam mit einem Gesellen die Produktion und war für die Planung und den Einkauf zuständig. Obwohl er im Betrieb für das Ausbeinen und Zerlegen durch die Produktionsleitung kaum Zeit hatte, erzielte er bei der Abschlussprüfung in der Praxis 82 von 100 Punkten, in der Theorie sogar 92 Punkte. „Wir haben jede Woche ein paar Schweine mehr schlachten lassen, damit ich üben und mich fit machen konnte“, berichtet er. Seine Leidenschaft zum Fleischerhandwerk und zum Veredeln von Fleisch kam in der Ausbildung.

Doch damit nicht genug. Stationen seiner „Metzger-Walz“ waren die Zerlegung der Metzgerei Häuser, wo er von Metzgermeister Michael Arnold sehr viel lernte, die Wagyu-Zucht & Metzgerei „Der Vogelsberger“ und zuletzt von Mai bis September die Hamburger Bio-Metzgerei Dreymann. „Von Oktober bis zum Jahresende bin ich noch in der Metzgerei von Heiko Brath in Karlsruhe“, freut er sich: „Man lernt auf der Walz sehr viel mehr als in der Ausbildung, z. B. über die neuesten Fleisch-Cuts und wie andere Betriebe arbeiten.“

## Wichtiges Standbein Catering

Hausschlachter und Metzger waren schon die Großväter von Opa Heinz, der sich nach Erfolgen mit Hausmacher Wurst im Ort in den 1970ern und 1980ern und der Belieferung jugoslawischer Mitbürger mit Spanferkeln – in der Weihnachtszeit, wo diese das Gänseessen ersetzen – immer mehr auf das Metzgersein spezialisierte. Begonnen hatte alles als Aussiedlerhof mit Milchviehhaltung, Schweinezucht und -mast sowie Ackerbau, wodurch den Beckers in Sachen Fleischbezug kaum jemand etwas vormacht. Seit 2018 schlachten sie nicht mehr selbst, sondern erhalten jede Woche zwölf Schweinehälften vom Bauern Mauß aus Groß-Umstadt sowie Teilstücke vom Rind je nach Bedarf aus regionaler Erzeugung.

Jörg Becker lernte von 1994 bis 1997 Fleischer in der Fleischerei Rothermel in Darmstadt, wurde Bundessieger der Fleischerjugend in Chemnitz und machte 2001 seinen Meister an der Fleischer-schule Heyne. Ab der Jahrtausendwende baute er der Bereich Catering und Partyservice erfolgreich aus, so dass er heute 60 % des Umsatzes ausmacht und es pro Woche im Schnitt zwischen



Der Laden am Stammsitz der Metzgerei Marienhof in Weiterstadt-Braunshardt. Vor dem Laden: die „Marienbox – Filiale 2.0“.



Um- und Anbau 2012. Zudem beliefert die Metzgerei mit 55 Beschäftigten eine Handvoll Kitas und Schulen und hat seit 2021 eine Filiale in Riedstadt-Goddelau. Von 2015 bis 2018 wurde eine Filiale (Ex-Fleischerei Rothermel) in Darmstadt betrieben. „Alles in allem sind wir nach der Pandemie wieder auf einem guten Weg“, sagt Jörg Becker.

### Aus Erfahrungen lernen

Diesen möchte auch David Becker weiter mitgestalten und wertschätzen was sein Vater und Großvater aufgebaut haben und sie stolz machen. „Erfahrungen machen und daraus lernen“, betont der Junior. Etwa bei Ausbildungsmessen wie 2022 in Fulda, im Austausch mit den Kollegen und Kolleginnen aus der Nationalmannschaft oder seiner Freundin, die auch Fleischerin ist und aus einem Handwerksbetrieb stammt: „Und das man etwas erreichen kann, wenn man es will und bereit ist etwas dafür zu tun“.

So nahm er auf der IFFA 2022 unbedarft und außer Konkurrenz mit Celina Schwing auf Empfehlung ihrer Mutter Britta Sickenberger-Schwing, die Leiterin am BTZ in Weiterstadt ist, am Vorentscheid für die Euro Skills 2023 teil. Durch intensives Üben schaffte er es innerhalb einer Woche eine Rinderschulter auszubeinen und in wenigen Tagen eher ungeliebtes Fingerfood herzustellen und erreichte mindestens 50 % der Punkte der echten Qualifikanten. Das Vorhaben gelang. Der Meister- und Betriebswirtkurs sollten in ihm durch die Unterstützung der Begabtenförderung der HWK Frankfurt-Rhein-Main weitere Motivation für seinen Berufsweg freisetzen.

**Marco Theimer**

[www.metzgerei-marienhof.de](http://www.metzgerei-marienhof.de)



David und Jörg Becker wissen genau woher ihre Tiere stammen. Spanferkel sind auch noch heute ein wichtiger Teil des Angebots.

60 und 80 Aufträgen dafür gibt. Ob Themen- oder Grillbuffets, Plattenservice, Desserts, u.v.m. – auch einen Foodtrailer und eine Bar gibt es, auf Wunsch inklusive Service. „Zu meines Vaters Zeiten waren es schonmal 1.000 Spanferkel im Jahr, in meinen Spitzenzeiten gut ein Drittel davon. Noch heute sind wir dafür bekannt und sie sind ein fixer Bestandteil des Angebotes“, berichtet Jörg Becker. Den heutigen Laden gibt es seit dem

Fotos: Metzgerei Marienhof

Qualität durch Erfahrung  
Quality by experience



### CDC 800 Easy Plus

Ungeschlagen in Flexibilität und Kaliberbereich



### ClipStar Serie Der Allround-Clipper



Sichern Sie sich jetzt Ihren  
**SÜFFA SONDER-RABATT**



PACKAGING & MORE

Großenhainer Straße 126 • D-01662 Meißen

Tel: + 49 (0) 3521 718 361

Fax: + 49 (0) 3521 718 362

info@cliptechnik.de • www.cliptechnik.de

www.**CLIPTECHNIK24**.DE

Online shop

Leider können wir aus terminlichen Gründen an der SÜFFA 2023 nicht teilnehmen.

Erfolgreich sein in der kühlen Jahreszeit – so lautet das Motto alle Jahre wieder. Wie können Fleischereien den Schwung beibehalten und die Welle aus den Corona-Jahren weitersurfen? Mit geschmackvollen Spezialitäten aus regionalem Bezug aus Wurstküche und Küche.



# Klassiker mit Tradition in der richtigen Hülle

Das Fleischerhandwerk erlebte im Gegensatz zu vielen anderen Branchen in der Corona-Pandemie einen willkommenen Aufschwung. Nun hat sich das Blatt gewendet: Die finanzielle Lage ist in vielen Haushalten angespannt und nicht zuletzt beim Einkauf von Lebensmitteln wird, leider typisch für unser Land, gespart. Dazu kamen ein kühles Frühjahr und ein eher nasser Sommer, die Grillsaison? Na ja. Also: aufstehen, Krone richten und sich auf die eigenen Stärken besinnen.

Der Schlüssel zum Erfolg liegt in einer Rückbesinnung auf die Stärken des Fachgeschäfts. Es genügt nicht mehr, „nur“ hochwertiges Fleisch zu verkaufen und ein reichhaltiges Sortiment an Wurst anzubieten. Hier haben die Supermärkte und Discounter ihre Hausaufgaben

**Durch Storytelling lernen Nachwuchskräfte die Tradition und das Handwerk hinter den Produkten kennen und können dieses Wissen an die Kunden weitergeben.**

längst gemacht und können mithalten. Was das Metzgerhandwerk aber nach wie vor unterscheidet, sind unternehmerische Flexibilität, der individuelle Geschmack und Look der Wurstspezialitäten, die Verbundenheit zur Region und der persönliche Kontakt zur Kundschaft.

## Storytelling verkauft

Wie lässt sich aus diesen Stärken auch jenseits von Grillsaison und Feiertagen Dynamik in den Abverkauf bringen? Etwa mit einer guten Inszenierung von Rezeptideen und Zubereitungstipps für die kühlere Jahreszeit. Denn dann wächst der Wunsch nach „Leibspeisen“, die das Herz und den Magen wärmen und bei denen Wurst und Fleisch traditionell eine zentrale Rolle spielen (s. Kasten oben). Mit ein we-



nig Kreativität und Freude am „Anders machen“ lässt sich daraus ein spannendes Aktionspaket schnüren:

#### ■ Impulse geben

Traditionelle Rezepte sind auch bei jüngeren Kunden begehrt. Sammeln sie Rezeptideen und geben sie diese den Kunden beim Einkauf mit, z.B. auf individuell gestalteten Rezeptkarten mit ihrem Firmenlogo. Platzieren sie die Saison-Ideen aufmerksamkeitsstark im Geschäft. Stellen sie dabei nicht nur ihre mit Können und Leidenschaft hergestellten Produkte, sondern auch die Verzehranlässe in den Mittelpunkt („Perfekt für Ihr privates Oktoberfest – unsere Hausmacher-Weißwurst im zarten Naturdarm“).

#### ■ Digitale Kanäle nutzen

Halten sie ihre Website und ihre Social Media-Kanäle aktuell – wechselnde Tipps und Rezepte sorgen für frischen Content und machen neugierig.

#### ■ Appetit wecken

Lassen sie bei Wurst das Produkt für sich sprechen – gerade großkalibrige Sorten im Naturdarm sind ein echter Hingucker. Die „Dellen“ und „Beulen“ einer Wurst in einer Rinderbutte sind DER Gegenentwurf zu industrieller Massenware und ein Zeichen echter Handwerkskunst.

Zugegeben, solche Inszenierungen bedeuten auch zusätzlichen Zeitaufwand. Aber es lohnt sich in einer Zeit, in der die Konsumenten genau überlegen, wofür Geld ausgegeben wird. Außerdem ist Individualität der beste Schutz vor Vergleichbarkeit und Preiskampf mit der Konkurrenz.

## Vier Erfolgsfaktoren

**Vielfältiges Sortiment:** Saisonale Angebote und originelle Eigenkreationen, z. B. zu lokalen Anlässen wie Stadtfest oder Karneval, ergänzen das verlässliche Stammsortiment und locken neue Kunden ins Geschäft.

**Qualitätsbewusstsein:** Qualitätsbewusste Kunden sparen nicht am Essen. Sie wollen aber vom Mehrwert überzeugt werden. Transparente Nachweise der Herkunft der Schlachttiere sind dabei ein wichtiger Aspekt.

**Persönliche Beratung:** Kompetente und freundliche Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, die Kunden individuell beraten, machen den Unterschied. Ob es um die richtige Zubereitung geht oder um Empfehlungen für besondere Anlässe – eine gute Beratung schafft Vertrauen.

**Lokale Partnerschaften:** Kooperationen mit lokalen Bauern, Restaurants oder Cateringservices können neue Absatzmöglichkeiten schaffen und die lokale Wirtschaft stärken.

Foto: Colourbox.de

## Herbst- und Wintergerichte

- Zum Oktoberfest: Weißwürste mit Brez'n und Radi
- Zum Erntedank: Schlachtplatte mit Speck, Leber- und Blutwurst, Kümmelbrot
- Original norddeutscher Grünkohl mit Bremer „Pinkel“, Kohlwurst, Kasseler
- Schwäbische Linsen mit Spätzle und Saitenwürstchen
- Sauerkraut mit Kalbsbratwurst und Kartoffelpüree
- Herbstliche Eintöpfe (Erbsen, Linsen, Steckrüben) mit Wiener Würstchen
- Kürbissuppe mit Mettwurst
- Kartoffelsuppe mit Pfefferbeißer



## Mitarbeiter motivieren

Nutzen sie verstärkt saisonale Anlässe dafür, nicht nur Produkte, sondern Geschichten zu verkaufen. Dies schafft einen Mehrwert für die Kunden, aber auch für künftige Verkaufstalente. Junge Menschen suchen nicht nur nach einem Job, sondern nach einer Berufung. Durch Storytelling lernen Nachwuchskräfte die Tradition und das Handwerk hinter den Produkten kennen und können dieses Wissen weitergeben. Warum sind Wiener Würstchen nur im Saitling richtig „knackig“? Was darf beim original norddeutschen Grünkohl essen nicht fehlen? Die Kunden und Kundinnen honorieren gute Geschichten und lassen sich so zum Kauf inspirieren. Naturdarm ist nicht nur das Qualitätsmerkmal einer handwerklich hergestellten Wurst – Saitling & Co punkten auch in Sachen Nachhaltigkeit nach dem Nose-to-tail-Prinzip. Ein Aspekt, der vor alle jüngeren Kunden-Generationen wichtig ist – und ihrem Nachwuchs an der Ladentheke einen guten Aufhänger zum Gespräch liefert. **red**  
[www.naturdarm.de](http://www.naturdarm.de)

**Sun<sup>®</sup>  
Products**

Vertriebs GmbH  
Parkstr. 21, 76131 Karlsruhe  
[www.sun-products.de](http://www.sun-products.de)



**Taste  
the Tropics!**

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



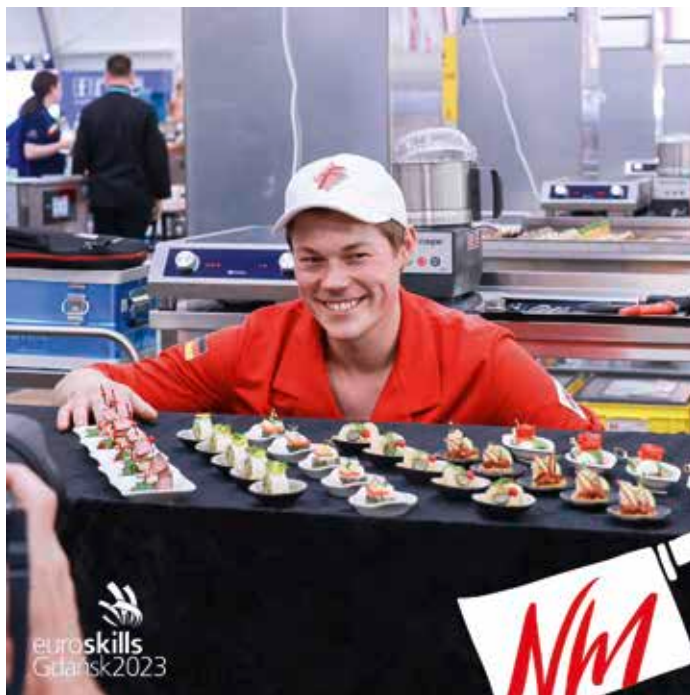
# Vize-Europameister

**Großartiger Erfolg für die Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks: Franz Prostmeier holt bei den 8. Europameisterschaften der Berufe Euroskills 2023 in Danzig die Silbermedaille.**

Nachdem der Fleischerberuf vor zwei Jahren in Graz noch als Demonstrationswettbewerb geführt wurde, war er nun erstmals als vollwertiger Wettbewerbssteil anerkannt. Insgesamt wurden die Besten in 43 Berufen ermittelt. Gold in der „Disziplin 32 – Fleischer\*in“ holte die Schweizerin Ariane Aeschlimann (728 Punkte), Bronze der Franzose Gauthier Dètrès (704 Punkte). Sechs Nationen traten in dieser Disziplin an. Allen Siegern und Siegerinnen: Herzlichen Glückwunsch!

## Was waren die Aufgaben?

Franz Prostmeier (23) aus der Metzgerei Stuhlberger (Wartenberg, Landkreis Erding) wurde im Vorfeld des Wettbewerbs unter Anleitung des Bundesleistungszentrums für WorldSkills Germany im Berufsbildungs- und Technologiezentrum Weiterstadt von Britta Sickenberger-Schwing gecoacht und in Polen von einigen angereisten Fans und Unterstützern tatkräftig angefeuert. Schon 2019 hatte er mit einer



Mitschülerin aus seiner Berufsschule in Freising ein großartiges Ergebnis im IFFA-Berufsschulwettbewerb errungen.

Am ersten Wettbewerbstag galt es für ihn ein Roastbeef inklusive New Cuts zu zerlegen. Aus dem Filet wurde ein tolles Produkt angerichtet und garniert. In der zweiten Disziplin mussten vier Hähnchen auf vier unterschiedliche Arten zerlegt und präsentiert werden. Der zweite Tag umfasste die spontane Zubereitung von vier küchenfertigen Erzeugnissen für vier Personen aus einem Teil vom Schweinekotelett, Roastbeef und Lammkeule – das Gemüse blieb bis zum Start geheim, musste aber komplett verarbeitet werden. Eine weitere Disziplin war

das Herstellen von zehn verschiedenen Sorten BBQ-Spezialitäten aus Lammkotelettes, Hähnchenbrust, Roastbeef und Schweinebauch, darunter eine vegane Variante. Die letzte Ausgabe schließlich war das Herstellen von sechs verschiedenen Fingerfood-Kreationen, wobei eine davon vegetarisch sein musste.

## Deutschland-Team auf Platz 4

Fast 600 Fachkräfte aus 32 Nationen waren bei den EuroSkills 2023 dabei. Franz Prostmeier war Teil einer starken deutschen Mannschaft, die aus 30 Teilnehmerinnen und Teilnehmern bestand, die in 27 Wettkampfdisziplinen antraten. Am Ende wurden 23 Auszeichnungen erreicht, was im Medaillenspiegel für Deutschland Platz 4 bedeutete. Für das deutsche Handwerk ist dies mit 14 Auszeichnungen in 17 Wettbewerben das beste Ergebnis, das jemals bei einem EuroSkills-Wettbewerb erzielt wurde. Zu diesem Top-Ergebnis trugen erstmals auch die Fleischer bei. Mit der Silbermedaille zahlte sich die lange Vorbereitungszeit aus. Die nächsten Europameisterschaften der Berufe finden 2025 in Herning (Dänemark) und 2027 in Düsseldorf statt.

mth

[www.nationalmannschaft-fleischerhandwerk.de](http://www.nationalmannschaft-fleischerhandwerk.de)  
[www.euroskills2023.org](http://www.euroskills2023.org)



So jubelten die Siegerin und die Sieger in Danzig (v.l.): Franz Prostmeier (Deutschland), Ariane Aeschlimann (Schweiz) und Gauthier Dètrès (Frankreich).

# DEIN TICKET

Für mehr: **Geschmack.**  
Mehr **Theke.** Mehr **Erfolg.**



+ Weltneuheit  
„Gritzel“  
LIVE testen!



+ Produktinnovationen  
für deine  
Theke.



+ Und noch  
viel mehr!

**SÜFFA 2023**

**Halle 7 Stand A40**

**21.-23.10.2023**



Jetzt Ticket sichern unter:  
**info@beck-gewuerze.de**



# DEIN TICKET

Für mehr: **Inspiration.**  
Mehr **Produkt.** Mehr **Erfolg.**

**BECKSPERIENCE.de**

**Staffel 5**

**April 2024**

**4 Webinare gratis**

**Das hast du in Staffel 4 verpasst:**

**Weihnachtsgeschäft mal so richtig festlich!**

**Show 1:** Unsere gedeckte  
Weihnachtstafel

**Show 2:**  
Koch-und Leberwurst

**Show 3:**  
Beck's Best Of

**Show 4:**  
Kochschinken 2.0

Jetzt anmelden unter:

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



**Beck**  
Gewürze und Additive  
[www.beck-gewuerze.de](http://www.beck-gewuerze.de)





# Sicherheit im Handwerk

**Historisch ist die SHB Versicherung dem Bäckerhandwerk eng verbunden und hat es in den vergangenen mehr als 100 Jahren exklusiv versichert. Im Zuge des dortigen Wandels und den Veränderungen im Lebensmittelhandwerk allgemein, öffnet sie sich neuen Geschäftsfeldern.**

**D**ies ist ein konsequenter, logischer und zukunftsweisender Weg für die künftige Ausrichtung der SHB Allgemeinen Versicherung VVaG. Damit bewahrt sich der Versicherer seine Zukunftsfähigkeit als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit im hart umkämpften Versicherer-Markt. Somit fokussiert sich die SHB nun vermehrt auf die Geschäftsfelder der gewerblichen Absicherung und legt ihren Fokus zudem auf die gesamte Bandbreite des Lebensmittelhandwerks, -handels und -gewerbes.

Mit der „SBS Top Police“ bietet der Spezialversicherer aus Königswinter seinen Kunden eine Multirisk-Lösung inklusive einer dynamischen Betriebsschlussklausel sowie einer weitreichenden Absicherung. Gleichzeitig setzt er seit Anfang 2022 den Fokus auf das Segment der Privatkunden. Er deckt die gesamte Palette der Sach-, Haftpflicht-, und Unfallsparte über die Tarifrech-

ner auf seiner Homepage ab. Für die gewerbliche Absicherung mit der im Markt etablierten SBS Top-Police bietet die Gesellschaft für alle Bereiche des Lebensmittelhandwerks und Lebensmittelhandels auf ihrer Homepage nun eine weitreichende Absicherung und passende Lösung an.

## Angebot für Fleischer

Das bedeutet konkret: Die Prämie errechnet sich anhand der Umsatzgröße des Unternehmens und schützt eine Fleischerei vor den Folgen der gängigsten Gefahren im Lebensmittelhandwerk. Die SBS Top Police beinhaltet die Komponenten der Inhalts-, Ertragsausfall-, Glasbruch-, Transport-, Elektronik- und Maschinenversicherung sowie einer Betriebs-Haftpflichtversicherung. Für Personen-, Sach- und Vermögensschäden bietet der Haftpflicht-Schutz eine rechtliche Sicherheit bis zu 20 Mio. Euro. Darüber hinaus sind selbst-

verständlich auch die Betriebs-, Umwelt-, Bauherren- und Internethaftpflicht enthalten, die um eine umfangreich private Absicherung ergänzt wird.

Als Inhaber oder Geschäftsführer einer Fleischerei ist somit auch die gesamte Familie ebenfalls zu einem laut SHB hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis im Marktvergleich bestens geschützt. Im Bereich der Multirisk-Lösung SBS Top möchte der Versicherer sich als ersten Ansprechpartner mit ausgezeichnetem Service für den Bereich des Lebensmittelhandwerks etablieren. Ferner gilt es, das Geschäftsfeld im Bereich der Privatkunden und die Absicherung für kleine und mittlere Gewerbetreibende auszubauen. Zugleich bietet die Gesellschaft über den Ökosystemansatz ihren Kunden jederzeit einen Service-Mehrwert. Infolgedessen entwickelt sich die SHB vom reinen Kostenerstatter zum Servicedienstleister weiter. [www.shb-versicherung.de](http://www.shb-versicherung.de)



# Mit Weitblick und Verstand



**G**egründet wurde die Metzgerei 1975 von Claus Steiners Vater und seiner Mutter Else als Zwei-Mann-Betrieb im Nachbarstadtteil Fischbach. Fünf Jahre später kauften sie eine Metzgerei eines Altenfurter Kollegen, der in Rente ging. 1996 entschied sich Claus Steiner (44) für eine Metzgerlehre

**Eigentlich wollte Metzgermeister Claus Steiner in seiner Metzgerei im südöstlichen Nürnberger Stadtteil Altenfurt nur eine neue Verbundkälteanlage installieren. Doch wie schon öfter agierte die Familie vorausschauend und baute auch den bestehenden Laden um.**

im elterlichen Betrieb, ebenso wie seine Schwester Martina Abraham, die ihre Ausbildung im Fleischer-Fachverkauf sechs Jahre zuvor begann.

Nach dem Wehrdienst sowie drei Jahren „Wanderschaft“ bei Kollegen, z.B. am Ammersee, absolvierte er 2003 den Meisterkurs an der Fleischerschule Augsburg und setzte den Betriebswirt des Handwerks obenauf. 2004 erkrankte der Vater schwer und verstarb letztlich 2008. „Schon mein Vater achtete stets darauf, einen Betrieb zu haben, der technisch up-to-date und zukunftsfähig ist“, betont Claus Steiner. Den Betrieb führt er seit 2007.

Immer wieder wurden die Betriebsabläufe analysiert und modernisiert: ob Kühlraumsanierung (1984), Kleingüteraufzug und Ladenanbau von 20 auf heute 60 m<sup>2</sup> (1991), Erweiterung der Produktion und Kühlräume um 70 % (2000) oder das Großprojekt Küche inklusive Lastenaufzug (2012). „Im Laufe der Jahrzehnte erwarben wir alle zehn Jahre drei angrenzende Reihenhäuser, in denen wir wohnen und arbeiten und deren Kellerräume miteinander verbunden sind“, berichtet er. Diese machen eine Fläche von 380 m<sup>2</sup> aus. „Einen Architekten haben wir nie gebraucht. In meinem Gewerk macht mir niemand etwas vor.“

Fotos: Theimer

Zudem haben wir gute Handwerker in der Familie und in der Region“, ergänzt er. Alle großen baulichen Vorhaben entscheidet die Familie gemeinsam. Mit Erfolg. „Wir haben im Nachhinein nie feststellen müssen, dass wir etwas falsch gemacht haben“, sagt Else Steiner zufrieden. Und so wurde schließlich im Sommer 2022 der Entschluss gefasst, den bestehenden Laden zu erneuern.

### Was ist alles neu?

„Der letzte Verkaufstag war der 8. April, eröffnet haben wir am 13. Mai, rechtzeitig zum Muttertag“, berichtet Martina Abraham. Dazwischen fungierte eine nach eigenen Entwürfen kreierte hölzerne Verkaufshütte inkl. Theke von Schrutka-Peukert als Übergangslösung. Warum er sich für den Kulmbacher Ladenbauer entschieden hat? „Ich habe sonntags eine Mail geschrieben und am Tag darauf nachmittags war Alexander Sauer, der zuständige Außendienstmitarbeiter, schon da“, sagt Claus Steiner. In den Planungsgesprächen bemerkte die Familie – obwohl der Laden optisch topfit – wie veraltet und ineffizient er aber von den Arbeitsweisen und -wegen war. Von der geplanten Anbindung an die neue Verbundkälteanlage ganz zu schweigen, durch die seit ihrer Inbetriebnahme insgesamt eine Energieersparnis von 40 % monatlich erfolgt.

Doch zurück in den Laden. Was ist neu? „Vor allem, dass wir einen Höhenunterschied von 35 cm egalisiert haben und die Stufen zur hinteren Peripherie weg sind“, betont er. 15 cm zwischen Kundenebene und Bedienbereich und 20 cm von dort aus zum Back-Office. Die Kunden stehen nun 15 cm tiefer als die Verkäuferinnen, haben aber so stets einen idealen Blick auf die Ware. In der etwa um 30 bis 40 cm längeren, geschwungenen Theke mit Kontaktkühlung und unterstützender Umluftkühlung trocknen die Wurstspezialitäten auch weniger aus als zuvor. Die Theke verbraucht durch die Verbundkälteanlage im Gegensatz zu vorher ein Minimum an Energie. Neu sind ebenso der Sitzbereich, ein mehrtüriger Kühlschrank links um mehr Waren zu lagern, eine zentral angeordnete Verkaufinsel für den Zusatzverkauf, ein Fleischschrank mit Salzsteinoptik – energetisch angeschlossen an den dahinterliegenden Kühlraum – Salatete und Belegstationen rückwärtig und ein „Meisterarbeitsplatz“ mit Hackklotz und Tiefkühlschrank in einer zuvor „toten Ecke“ rechts.

### Konzept

#### METZGEREI STEINER – NÜRNBERG

In zweiter Generation geführter Familienbetrieb mit 23 Beschäftigten und Fokus auf dem Ladengeschäft, zudem Kita-Catering, etabliertes „Essen-auf-Rädern“ für Senioren (Auslieferung mit drei E-Autos), „Feine Rollen“ und Verkaufsautomat.

### Erfolgsfaktoren

- Wichtige Investitionen gemeinsam entscheiden und meistern
- Mut Neues zu wagen
- Engagierte, motivierte Mitarbeiter
- Mehrere Standbeine, flexibel sein
- Technisch stets up-to-date sein

### Profi-Partner

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Berufskleidung:** Mewa Textil Service
- **Cliptechnik:** Poly-clip system
- **E-Autos:** Renault Kangoo
- **Füller:** Handtmann
- **Gewürze:** Hagesüd, NovaTaste (Gewürzmüller), AVO-Werke
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kochkessel:** Fessmann
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Kutter:** K+G Wetter
- **Ladenbau:** Schrutka-Peukert
- **Pökelinjektor:** Rühle
- **Räucherammer:** Fessmann
- **Schwerbeneiserzeuger:** Maja (by Marel)
- **Wolf:** K+G Wetter

### „Feine Rollen“ & mehr

Die Metzgerei zerlegt und verarbeitet 2,5 t Fleisch pro Woche, 1,5 t Wurstwaren entstehen so. Die Schweine werden im Metzgerschlachthof Fürth geschlachtet, Rindfleisch wird in Teilstücken zugekauft und zerlegt. Bekannt ist Claus Steiner für seine Auswahl an Rohschinken, für das er ein Faible hat. Und seit Jahren für die „Feinen Rollen“ im Kunstdarm, eine stattliche Auswahl an Convenience-Gerichten zum Aufwärmen wie Gulaschsuppe, Schaschlik-Pfanne, Sauce Bolognese oder Blaukraut. Drei Unterschrank-Kühlschubladen können nun damit gefüllt werden, zuvor waren lange Wege dafür die Regel. „Im neuen Laden wurden auf bestehender Fläche zusätzliche



Kühlmöglichkeiten für fünf E2-Kisten geschaffen, was unnütze Wege minimiert, betont er. Hinzu kommen täglich 240 warme Essen für Kitas und vier Gerichte zur Wahl für rund 100 Senioren aus der Umgebung. Beim Start 2015 waren dies 15 bis 20. Auch so wurde die Küche ausgelastet. Seine Frau Ines, gelernte Groß- und Außenhandelskauffrau und Fleischerei-Fachverkäuferin managed das Bestellwesen für das „Essen-auf-Rädern“ und das Büro mit Mutter Else und ist eine wichtige Stütze im Verkauf. Last but not least, zwei Kinder hat das Ehepaar auch, doch ob bzw. bis diese die Metzgerei weiterführen werden, dauert es noch.

**Marco Theimer**

[www.steiner-metzgerei.de](http://www.steiner-metzgerei.de)



# # tierglück

333 m<sup>2</sup> Platz pro Schwein, ganzjährige Weidehaltung und mobile Schlachtung dort, kein Transport, Warmfleischverarbeitung, Hofmetzgerei und Bio-Restaurant – Land.Luft Leberfing, das landwirtschaftliche Bio-Konzept der Lindner Group zeigt seit fünf Jahren wie Nachhaltigkeit funktioniert.





Eine Muttersau suhlt sich in einer Schlammkuhle auf der Weide, vier ihrer Ferkel würden es ihr am liebsten gleich tun. Doch „Mama“ lässt es sich noch gut gehen. Wenige Meter entfernt: Die Ferkelgeschwister, sie grasen oder ruhen sich in oder bei einer der bis zu 30 Aufzuchtthütten aus. Eine solche Szene ist hier alltäglich – egal ob im Frühling, Sommer, Herbst oder Winter.

2015 startete die im nahegelegenen Arnstorf ansässige Lindner Group, ein im Bau tätiges Familienunternehmen, auf vor vielen Jahren erworbenen 45 Hektar Land rund um den Hof in Leberfing eine Bio-Landwirtschaft. Das Unternehmen verfügt über eigene Kantinen, Bistros und betreibt unter anderem das Schlossbräu Mariakirchen sowie Hotels. Auch dort fällt ein großer Bedarf an Fleisch und Wurst an. „Den Anstoß gab die Familie Lindner, die Nutztieren im Bereich der Haltung und Schlachtung bestmögliche Bedingungen und Umstände ermöglichen wollte. Vor allem die Vermeidung von Tiertransporten war essenziell“, erklärt Isabella Wieselhuber, seit 2019 Brandmanagerin. Nach dem Umbau des Hofes wurde dieser inklusive Hofmetzgerei und Bio-Restaurant im Sommer 2018 eröffnet.

Was hier auf den Weiden Alltag ist, geht weit über aktuelle gesetzliche Vorgaben zur Haltungskennzeichnung hinaus. Selbst bei Haltungsfarm „Bio“ hat ein Schwein nur 1,5 m<sup>2</sup> Platz um sich herum. Gestartet wurde auf den sechs Weiden mit 496 Schweinen, heute bevölkern fast doppelt so viele davon das weitläufige Grünland. „Sie sind eine Kreuzung aus Schwäbisch-Hällischem Landschwein und Duroc-Pietrain als Vaterrasse. Es gibt aktuell 35 Muttersauen, die acht bis zwölf Ferkel werfen“, sagt der Betriebsleiter der Metzgerei, Metzgermeister Andreas Reiser (o.r). Bis zu 40 Tage bleiben sie in den Hütten, danach bis zu zehn Monaten auf der Weide bis zum Schlachtgewicht von etwa 140 kg. Dort fressen sie Gras und Kräuter und erhalten das auf den umliegenden Ackerflächen angebaute Bio-Futter, z. B. Eiweißfrüchte, das selbst gemischt wird.

### Bis zum Ende glücklich

Es gibt noch zwei weitere Weiden, eine Aufzucht- und eine Mastweide für 68 Murnau Werdenfelder Rinder und Braunvieh, Mutterkuhhaltung inklusive Stier, der mittels Natursprung für die Nachzucht sorgt. Auch hier, keine inszenierte Idylle. 300 bis 320 kg

Schlachtgewicht sind die Regel. Da es keinen Lebendtransport der Tiere geben sollte, wurde ein eigener mobiler Schlachtanhänger entwickelt – seit Ende 2017 EU-zertifiziert – um auf der Weide zu schlachten. „Bis dahin aber haben alle Tiere ein artgerechtes und glückliches Leben gehabt“, betont Isabella Wieselhuber. „Montags und mittwochs ab 6 Uhr schlachten wir je zehn Schweine, einzeln im Anhänger und donnerstags Rinder“, berichtet Andreas Reiser, der zuvor Abteilungsleiter Fleisch im Verkauf einer großen deutschen Supermarktkette war, sich im Sommer 2022 an der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut zum Fleischsommelier weiterbildete, seinen Kurskollegen den Hof bei ei-



## Konzept

### LAND.LUFT LEBERFING – ROSSBACH/BY

Ganzheitlich-nachhaltiges Bio-Konzept aus Landwirtschaft, Metzgerei, Bio-Restaurant und Online-Shop unter der Marke #tierglück. Etwa 30 Beschäftigte. Transparenz ist Philosophie, z. B. durch die Weidehaltung oder zwei einsehbare Wurst-Reiferäume im Restaurant. Es gibt einen weiteren Hof mit einer Angus-Rinderzucht in Rumänien.

## Erfolgsfaktoren

- Konsequente Umsetzung des Konzeptes
- Ganzjährige Freilandhaltung
- Mobile Schlachtung auf der Weide
- Zerlegung und Warmfleischverarbeitung (Schwein)
- Ackerbau zur Futtergewinnung und eigene Mischung des Futters
- Bio-Restaurant und Hofladen

## Profi-Partner

- **Bandsäge:** Kolbe Foodtec
- **Brühwanne:** Haas
- **Entschwarzer:** Maja (by Marel)
- **Füller:** Düker-Rex
- **Bio-Gewürze:** AVO-Werke, Pikantum, Rimoco Gewürzmanufaktur
- **Kutter:** Seydelmann
- **Messer:** Friedr. Dick
- **Pökelinjektor:** Rühle
- **Räuchertechnik/Reiferäume:** Sorgo Anlagenbau
- **Wägetechnik:** Bizerba

ner Exkursion zeigte und bei Land.Luft eine neue Berufung fand.

Alle Tiere erleben ihr Ableben einzeln. Bei den Schweinen steht der Anhänger nahe des Futterhauses, sie werden mit Futter angelockt, elektrische Betäubung und Blutentnahme. Die weiteste Weide ist zehn Minuten entfernt. Von der Rohrbahn im Anhänger gelangen die Schweine zum Abbrühen in die Produktion und Verarbeitung, in der fünf Metzger, zwei Teilzeitmetzger und ein Helfer arbeiten. „Durch die Warmfleischverarbeitung entfällt der Zusatz von Phosphat und unsere Wurstwaren und das Fleisch schmecken intensiver, rundum intensiver und natürlicher als andere“, sagt Andreas Reiser. Die Rinder werden im Fressstand des Wetterschutz-Unterstands betäubt – ein Schiebtor geht auf – via Seilwinde in den angedockten Anhänger verbracht, entblutet und in die Metzgerei gebracht.

## From farm to fork

Das Rindfleisch reift hier drei Wochen. Die hohe Fleischqualität ist Programm. Auch beim Schweinefleisch. „Wir haben niedrigere Lactatwerte, weniger Säure im Fleisch und ein besseres Wasserbindevermögen“, erklärt Andreas Reiser. Egal ob Brüh- oder Kochwurst, Bio-Schweineschulter, Steaks, Wollwürste, Pfefferbeißer, im Naturreifverfahren veredelte Salami, Schweine- und Rindsleberstreichwurst in Gläsern oder der zwei Jahre am Knochen gereifte Schinken. „From-farm-to-fork“ und „From-nose-to-tail“ – nachhaltiger geht's kaum. Auch gepökelte Rinderzunge gibt es – in Hofladen und Online-Shop. Dazu eigens hergestellte Marmeladen, Feinkost, Spirituosen sowie Weine aus dem Burgenland.

Rund ein Drittel der Fleisch und Wurstwaren verbraucht die Lindner Group selbst, der Rest geht an Privat- und B2B-Kunden aus der Gastronomie, etwa Organic Garden. „Das Konzept hat sich bewährt, jedes Jahr wächst der Umsatz. Wir haben uns weiterentwickelt, unsere Mitarbeiter stehen dahinter, es gibt aber auch noch Potenzial“, resümiert Isabella Wieselhuber. Und: Der Fleischer-Azubi und nun Geselle wurde 2023 Lehrgangsbester der Innung Landshut. Die Philosophie erreicht die nächste Generation.

**Marco Theimer**

[www.landluft.bio](http://www.landluft.bio)

# Aus Showroom für Autos wurde Genusswerkstatt

In einem besonderen Projekt baute die Metzgerei Ganzhorn in Birkenfeld-Gräfenhausen mit dem fränkischen Ladenbauer Aichinger den einstigen Showroom einer Autowerkstatt zur Genusswerkstatt um.

**W**erner Ganzhorn hätte guten Grund, einen Gang zurückzuschalten. Die Läden laufen und Frau, Tochter und Sohn und dessen Lebenspartnerin engagieren sich mit Können und ihren Talenten. Doch mit 65 Jahren hat er noch einmal Gas gegeben.

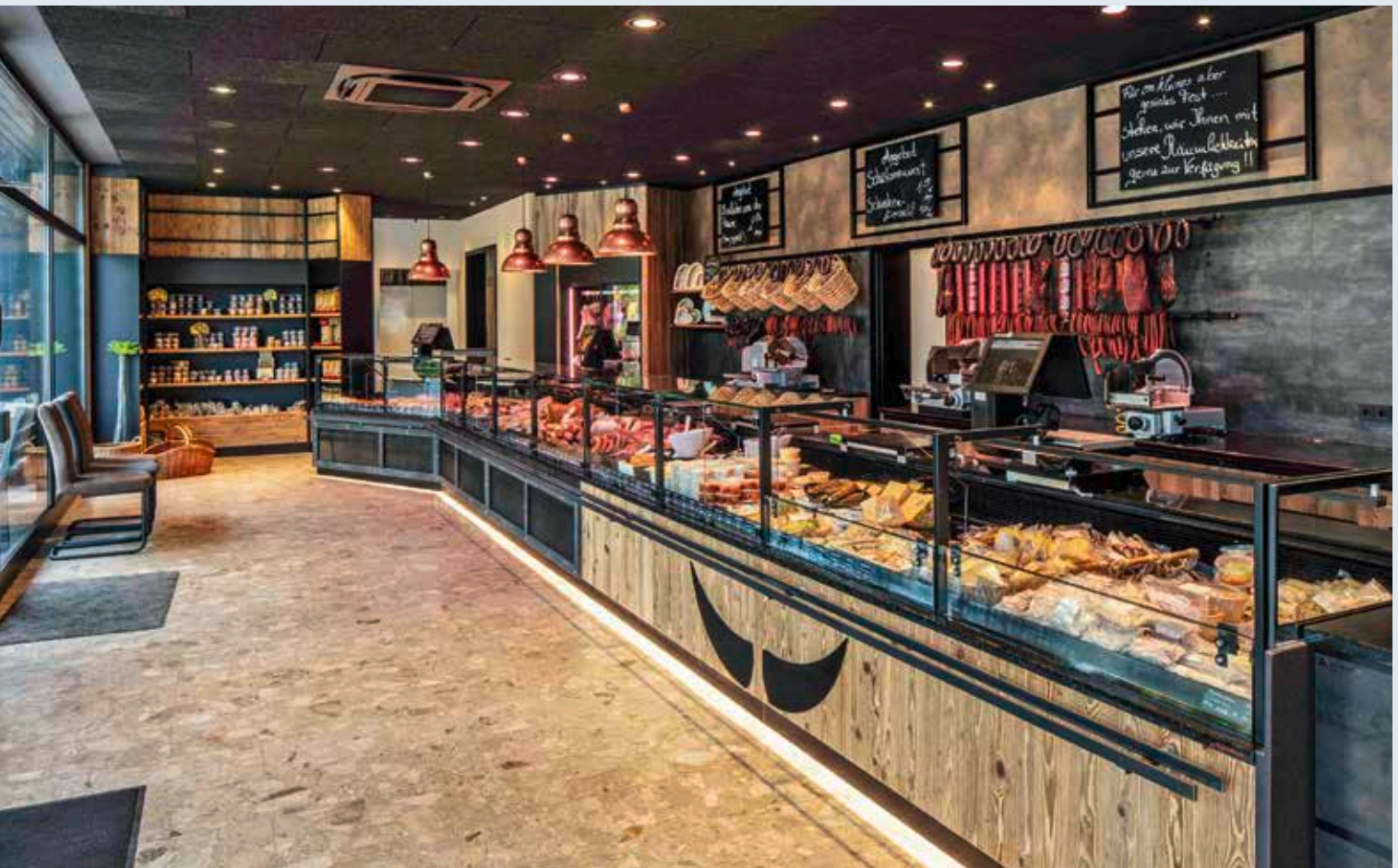
Die Metzgerei ist seit über 100 Jahren eine Institution in der Region. In vier Generationen ist sie um das kleine Stammhaus in Gräfenhausen mit fünf Filialen ins Umland gewachsen. Zwei Schlemmermobile, Verkaufsautomaten, Facebook und Instagram erweitern die räumliche Reichweite und die im Internet. So kamen die Kunden aus der ganzen Region ins Stamm-

haus, um dann keinen Parkplatz an der Ortsdurchfahrt zu finden und freitags und samstags vor dem Laden zu stehen. Parkplätze werden am neuen Standort der Genusswerkstatt zwischen Gräfenhausen und dem Nachbarort Oberhausen in der Rushhour auch schon wieder knapp, weshalb Werner Ganzhorn schon an weitere denkt.

Dass die anfangs üppig bemessene Anzahl an Parkplätzen knapp wird, hat gute Gründe: Die Kundenfrequenz verdoppelte sich, der Umsatz an der Fleisch- und Wursttheke entwickelte sich ähnlich und die Zahl der Mittagessen stieg schon vier Wochen nach Eröffnung

## Ladenbau

- **Partner:** Aichinger GmbH, Wendelstein
- **Leistungen:** Beratung, Planung und Ausführung
- **Produkte:** 8,6 lfm Kühltheke Sirius®3, umklappbarer Glasaufsatz Filou FLixx, 3,5 lfm Theke Gourmet mit Wärmesystem Platte 64, 1,5 lfm Trockentheke mit einschwenkbarem Zwischenboden VarioFlip, 2 lfm TopSpot MIO+ , 4 m Getränke-kühltheke, Rückwandaanlagen, Präsentation Handelswaren;
- **Planung und Ausführung Licht:** we-shoplight, [www.aichinger.de](http://www.aichinger.de)





von 50 auf 100. Der Mittagstisch von Metzgergattin Gabriele Ganzhorn, Hotelfachfrau und leidenschaftliche Köchin, ist bekannt. Wer mittags kommt, der bleibt. Die 35 Plätze auf der großzügigen Terrasse und 60 Sitzplätze innen schaffen Aufenthaltsqualität und Zusatzumsatz für Getränke, Kaffee und den von der Schwiegertochter selbstgebackenen Kuchen.

Der Sitzbereich mit einem großen Leuchter aus Stahl, massiven Tischen mit Sichtholz, Stahlgestell und Wandapplikationen aus Streckmetall zitiert Werkstatt-Atmosphäre – allerdings zum Verweilen und Genießen. Die Genusswerkstatt ist für die meisten Gäste einsehbar oder zumindest olfaktorisch zu erleben. In der offenen Küche wird Hausmannskost nach Gabriele Ganzhorns Rezepten gekocht. Sie schwingt nicht nur bei Bedarf den Kochlöffel, sondern führt in der Genusswerkstatt Regie und ist erste Verkäuferin an der Fleischtheke. Sie weiß, wie was in der Theke zu platzieren und zu verkaufen ist und was die Kunden kaufen möchten – zumindest von den meisten. Seit der Eröffnung kommen Kunden, die sie im alten Stammhaus nie an der Theke gesehen hat. Bedient und gearbeitet wird im Workers-Look: Jeans und schwarzen T-Shirts.

Angebot, Ansprache, Standort, Name und vor allem das Design des 230 m<sup>2</sup> großen Ladens kommen an und erweitern den Kundenkreis um Jüngere und Kaufkräftige. Geblieben vom ursprünglichen Autohaus und der späteren Schreinerwerkstatt ist der Steinboden. Mit Fotos, Moods und Materialproben erarbeiteten Gabriele, Werner und Roman Ganzhorn mit Philipp Schreistetter, Konzept- und Einrichtungsberater bei Aichinger, in vier Wochen das Gestaltungsnarrativ der Genusswerkstatt. Die im Gestaltungsprozess genutzte 3D-Visualisierung

**Die Familie Ganzhorn hat mit ihrer Genusswerkstatt etwas gewagt – und noch mehr gewonnen.**

schuf für alle Beteiligten Sicherheit. Nach zwei Monaten stand das Konzept.

### Große Flexibilität

Dabei galt es noch mehr zu entscheiden und zu gestalten als bei einer normalen Modernisierung oder einem Umbau: die Sichtbarkeit am Kreisverkehr, den Zugang zum Laden, die Laufwege der Kunden, aber auch die der Mittags- und Nachmittagsgäste. Zudem mussten Arbeitsplätze, Laufwege und Warenversorgung für bis zu fünf Mitarbeiter hinter der 15,6 m langen Theke und der offenen Küche bedacht werden, Kühlzellen sowie Anlieferung und Bestückung der Verkaufswagen vom neuen Standort waren einzuplanen. Natürlich



Mit wenigen Handgriffen verwandelt der Glasaussatz Filou FLixx die SB- in eine Bedientheke.



## Konzept

### METZGEREI GANZHORN – BIRKENFELD-GRÄFENHAUSEN

Seit über 100 Jahren in Familienhand geführte Metzgerei mit Stammhaus und fünf Filialen im westlichen Enzkreis. Regionaltypische Spezialitäten und Dry-aged-Beef. 55 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, davon 50 im Verkauf.

sollten die Gäste den besten Ausblick auf Gräfenhausen haben, denn der Sitzbereich wird abends für Events geöffnet sein. So entstand ein Thekenlayout, das das Sortiment in seiner ganzen Breite präsentiert, es aber auch mit den flexiblen Thekenelementen Filou FLixx ermöglicht, den Laden mit weniger Verkaufskräften „zu fahren“. Aufschnitt, Käse, Maultaschen, Salami, Wurstspätzle und Salate to-go werden im SB-Bereich angeboten. Um tageszeitabhängig mehr Backwaren und ab mittags Kuchen zu präsentieren, ist die ARTline Trockentheke mit dem einschwenkbaren Präsentationselement VarioFlip ausgestattet.

Werner Ganzhorn hätte sich wohl nicht träumen lassen, dass er sich einmal über Größe und Positionierung eines Brotregals Gedanken machen müsste, als er im Herbst 2022 anhielt, um sich eine leerstehende Schreinerwerkstatt anzuschauen... red

[www.metzgerei-ganzhorn.de](http://www.metzgerei-ganzhorn.de)



# Kult und Klasse

**Die Berliner Fleischerei „Kumpel & Keule“ gibt es nun im neunten Jahr. Es ist nicht nur der gute Ruf der Burger, der diese besondere Location beliebt und erfolgreich macht.**



**M**it Umsicht führt Jörg Förstera seine Metzgerei – und mit Leidenschaft und hohem Anspruch an Qualität. Er eröffnete die erste gläserne Metzgerei Deutschlands 2015 – mit Hendrik Haase. Der zog sich vor drei Jahren zurück und widmet sich eigenen Projekten. So ist Jörg Förstera „Kumpel & Keule“ in einer Person, plus 20 Mitarbeitende.

Die Eröffnung der gläsernen Fleischerei war ein mutiger Schritt und hat die Handwerksbranche mitgeprägt – durch den offensiven Umgang mit dem hochwertigen Lebensmittel Fleisch und einer besonderen Wertschätzung. Jörg Förstera ist diesem Anspruch treu geblieben. Und gewachsen. Auch deshalb wech-

selte er im November 2022 den Standort innerhalb der Markthalle 9. Am anderen Ende der Halle hat er 120 m<sup>2</sup> als Verkaufs- und Produktionsfläche zur Verfügung, zudem 250 m<sup>2</sup> Lager im Keller. „Noch ist es nicht ganz fertig. Wir arbeiten noch am optischen Feinschliff, wie der Neonreklame. Da haben wir mundgeblasene Buchstaben beauftragt. Und uns für Pink entschieden“, sagt er, „wir brauchten etwas Auffallendes. Wenn man die Halle vom anderen Ende betritt, gibt es so viel anderes zu sehen – die wunderbaren, alten gusseisernen Träger, die Decke, die hellen Beleuchtungen der Drogerie. Deshalb Pink! Und dem Schwarz-Weiß bleiben wir trotzdem treu.“



Die Markthalle 9 ist eine der bekanntesten in Berlin und wohl in den meisten Reiseführern und -blogs genannt. Auch Kumpel & Keule (K&K) dürfte oft erwähnt sein. Schließlich hat die Metzgerei über 20.000 Follower auf Instagram. Jörg Förstera sagt: „Wir geben Geld aus, damit das läuft, arbeiten mit Agenturen zusammen und probieren immer wieder was aus. Außerdem haben wir eine Mitarbeiterin, die sich um den Bereich Social Media kümmert.“ Auch er selbst denkt darüber nach. Warum sonst würde er einen Streetart-Künstler beauftragen, der die geschlossenen Jalousien gestalten wird: „Wenn unser Geschäft geschlossen ist, die Jalousien runtergelassen sind, darf es ja trotzdem was Cooles zum Fotografieren geben – und zum Erwähnen und Verlinken.“

### Gastro und Geld

Für fünf Jahre gab es ein weiteres Standbein: die Kumpel & Keule-Speisewirtschaft. „Es hatte durchaus Sinn, dass Metzgereien früher Gastwirtschaften betrieben – und das bis heute“, sagt er, „hat ja etwas mit Wertschöpfungstiefe zu tun.“ Die Gastwirtschaft sei gut gelaufen. Aber erstens hätte er keine Corona-Hilfen bekommen, wegen der Einstufung als Fleischerei, zweitens, seien seine Gastro-Rücklagen an die Grenzen gekommen und drittens müsste er mit 25 Sitzplätzen und steigenden Kosten Preise von 30 Euro fürs Hauptgericht aufrufen, was nicht zum Konzept Speisewirtschaft passe. So konnte er ein Angebot nicht ablehnen und verkaufte. Das Thema Gastro sei aber nicht vom Tisch. „Im Moment läuft es an unserem neuen Fleischerei-Standort produktionsmäßig

### Konzept

#### KUMPEL & KEULE – BERLIN

Gläserne Fleischerei in der bekannten Markthalle 9 in Berlin-Kreuzberg: Fleisch und Wurst in Bio-Qualität, mit Imbiss, außerdem Gastrobelieferungen. Starke und kreative Social-Media-Präsenz.

### Erfolgsfaktoren

- Kompromisslose (Bio-)Qualität
- Durchdachtes und kontinuierliches Marketing
- Gute Lage und Authentizität
- Typ „Mastermind“ Jörg Förstera

gut an und wir werden die Prozesse sicher noch ein wenig optimieren.“ Die Produktion ist in vier, sich überlappende Schichten eingeteilt, beginnend um 3 Uhr, Ende um 21 Uhr. Verkauf und Grillen sind je zwei Schichten, bis 20 Uhr. „Das sichert eine gute Planbarkeit für die Angestellten. Überstunden gibt es bei uns nicht. Außerdem gehen wir gerade auf 37 Stunden runter“, sagt er: „Ja, der Arbeitsmarkt ist sehr eng.“ Auch deshalb versuche er, seine Angebote attraktiv zu gestalten. Und könne auch mit den Gehältern von Edeka konkurrieren.

### Burger und Bio

Ein Dry-Aged-Burger kostet zwischen 10 und 12 Euro. „Der ersetzt, auch ohne Fritten, eine vollständige Mahlzeit, macht satt und glücklich, aber nicht so, dass man sich danach hinlegen muss“, beschreibt er. Sein Patty-Geheimnis? „Ein hoher Fettanteil – wir verwenden

### Profi-Partner

- **Bandsäge:** Kolbe Foodtec
- **Cliptechnik:** Tipper Tie
- **Füller:** Vemag Maschinenbau
- **Fleisch/Gewürze:** Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall
- **Kassensystem:** Mettler Toledo
- **Kochkessel & Räuchertechnik:** Fessmann
- **Kutter:** Seydelmann
- **Ladentheke:** Aichinger
- **Spültechnik:** Winterhalter, Sailer
- **Vakuumentchnik:** Webomatic, Henkelmann
- **Wägetechnik:** Ohaus

Rücken, Abdeckung 4 –, das Fleisch muss vorgeeift sein, weiteres, z. B. Rinderbrust, Meer-salz, alles nur grob gewolft. Die Pattys müssen so locker sein, dass sie beim Grillen fast zerfallen. Und täglich frisch gemacht! Auch wenn eine Vorproduktion wirtschaftlich sinnvoll wäre“, gibt er zu bedenken; „Wenn sie alle sind, sind sie alle.“ Der Grill (außerdem Curry-wurst) mache 30 % aus. Schwerpunkt sei der Fleischverkauf mit ca. 50 %, Wurst liege bei 20 %. Auch die Gastronomie werde beliefert, dafür wird ca. 1 t Fleisch pro Woche feinzerlegt bzw. verarbeitet. Für Theke und Grill sind es etwa drei bis vier Schweine, ein Rind, jeweils grob zerlegt, und weitere Teilstücke. Er setzt auf BESH und „Biopark“ als Lieferanten, einmal monatlich außerdem Bio-Kleinbauern, vorausgesetzt, auch die Logistik entspricht dem K&K-Anspruch an Nachhaltigkeit. **Heike Sievers**

[www.kumpelundkeule.berlin](http://www.kumpelundkeule.berlin)

# Einkaufen im Hybrid-Laden



## Erfolgsfaktoren

- Kombination aus „normalem“ Laden und Smart-Store
- Eigene, stressfreie Schlachtung
- Kurze Transportwege
- Mehrfache Auszeichnung des Fleischerverband Bayern
- Familiäres Arbeitsumfeld

## Konzept

### METZGEREI HASLACHER – LANGENPREISUNG

In sechster Generation geführter Familienbetrieb (seit 1814) im Landkreis Erding. Metzgermeister und Jäger, wechselnder Mittagstisch, Online-Bestellungen mittels „Hasi-App“ und über die Website. Staatsehrenpreisträger 2019.

## Die Metzgerei Haslacher in Langenpreising besteht seit 1814 und wird in sechster Generation geführt. Nun machte sie mit einem Hybrid-Laden einen bedeutenden Schritt in die Zukunft.

**D**er alte Laden der Metzgerei im Landkreis Erding wurde im Februar komplett demontiert und es entstand ein Hybrid-Laden aus klassischer Bedientheke, Heißer Theke, neuem großem Backwaren-Bereich und einem rund 20 m<sup>2</sup> großen separaten Raum, in dem die Kunden auch außerhalb der regulären Öffnungszeiten montags bis sonntags von 5 bis 22 Uhr einkaufen bzw. vorbestellte Waren abholen können. Partner des Haslachers für dieses Vorhaben und die Umsetzung war Ladenbau Hanke. Eröffnung wurde der neue Laden am 1. April 2023. „Mit dem Umbau haben wir eine neue Ära auf den Weg gebracht“, betonte Metzgermeister Anton Haslacher gegenüber einer lokalen Zeitung.

Um diese Aufgabe zur Zufriedenheit der Haslachers bewältigen zu können, kürzte der Ladenbauer den Bestandsladen bzw. die ehe-

malige Bäckerei-Abteilung ein und setzte eine Kühlzelle mit Kühlschränken mit Glastüren zum Entnehmen von abgepackter Ware in dem „smarten Laden“ ein. Ein Kunde bzw. eine Kundin bekommt via WhatsApp eine Nummer, die Er oder Sie vor dem Betreten des Smart-Stores eingibt und die Türe des Nacht-eingangs öffnet sich. Vorbestellte Waren können aus den Kühlschränken und Kühlfächern entnommen werden. Der Einkauf wird an einem Terminal eingescannt und danach bargeldlos bezahlt. Nach dem Ladenschluss wird der Raum durch eine Glasschiebetüre vom restlichen Laden abgetrennt.

### Hybrid-Glasaufsatz und mehr

Der neue „normale“ Laden ist mit einer über 7 m geraden Santana-Theke mit Granitauflage und Hybrid-Glasaufsatz ausgestattet, der

mit einem Handgriff, in eine SB-Theke umgewandelt werden kann. Auch die Heißtheke wurde vergrößert und ist nun über 4 m lang. Daran wurde der jetzt größere Backwaren-Bereich angeschlossen. Warme Holztöne bestimmen das Ambiente. Aufgrund der geringen Raumhöhe wählte der Ladenbauer bezüglich der Beleuchtung Lichtschiene und Strahler. Zwischen Heißer Theke und Bäckerttheke gibt es zudem zwei Bezahl-Automaten, die den Kunden das Bezahlen erleichtern, den Mitarbeitern an der Theke mehr Zeit zur Beratung zu geben und mögliche Wartezeiten verkürzen. Fazit der Familie: Der Hybrid-Laden läuft sehr gut und sie freut sich seitdem über steigende Umsätze – im Metzgereiladen und im personalarmen SB-Smart-Store. **red/mth**  
[www.ladenbau-hanke.de](http://www.ladenbau-hanke.de)  
[www.metzgerei-haslacher.de](http://www.metzgerei-haslacher.de)



**promedia thekenTV**

**Herausragend  
IN SZENE gesetzt**



21. – 23.10.2023  
Messe Stuttgart

Besuchen Sie uns:  
Halle 9, Stand C33

## Bildschirmwerbung, die auffällt

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

- » Bildschirme & Co. zentral steuern, auch filialübergreifend
- » Inhalte schnell und einfach erstellen
- » Viele Gestaltungsvorlagen, zur sofortigen Verwendung
- » Bilddatenbank mit über 1.200 Produktfotos für Fleischereien
- » Montageservice & Hotline für technischen Service

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)



Was passiert, wenn traditionelles Handwerk auf Digitalisierung und Globalisierung trifft? Der Dachauer Metzgermeister Kurt Blank schildert im Interview seine Sicht der Dinge zu notwendigen Veränderungen und die Zukunft seiner Branche.



# „Des Ding brauch' ma, Kati!“

**K**urt Blank (49) führt seit dem Jahr 2000 mit seiner Frau Kathrin die Dachauer Metzgerei Blank, die sein Vater 1968 gegründet hat.

**Herr Blank, Sie sind 2020 von der Münchner Straße in einen 20 m<sup>2</sup>-Laden in weniger guter Lage umgezogen, warum?**

Meine Frau und ich, wir konnten einfach nicht mehr. Wir hatten von Montag bis Samstag auf, dazu Partyservice am Wochenende. Damals habe ich täglich zwischen 14 und 16 Stunden gearbeitet. Plötzlich habe ich gemerkt, ich schaffe das nicht mehr. Mit 45 musste ich aus gesundheitlichen Gründen einen Cut machen. Das war schon ein Risiko, weil wir gar nicht wussten, ob und wie das laufen würde.

**Wie wollten Sie die Standortnachteile ausgleichen?**

Um weiterhin im Gespräch zu bleiben haben wir parallel zum Umzug unsere Homepage vernünftig umgestalten lassen.

**Das hat sich während Corona sicher als Glücksfall erwiesen?**

Ja, vor allem der neue Online-Shop! Durch



**Neben dem Laden gibt es eine 24-Stunden-Shop und zudem links ein "Bestellfenster".**

Corona wurden die Bestellungen per E-Mail immer mehr. Dadurch wurden aber auch Nachfragen und Arbeitsaufwand immer mehr, zeitweise drei, vier Stunden am Tag nur dafür. Wir mussten den Bestellvorgang daher eindeutig und fehlerfrei machen. Jetzt kann man z.B. genau auswählen, welches Gulasch man möchte und wann man es am Bestellfenster abholen möchte. Etwa 20 Prozent nutzen den Online-Shop.

**Zum Online-Shop ein Lieferservice – wäre das eine weitere Innovation?**

Tatsächlich wollen wir im Herbst damit star-

ten. Lieferung gegen eine Pauschale im Stadtgebiet als zusätzlicher Service, klimaneutral mit einem E-Bike mit Lastenanhänger. Wenn unsere Kunden zuhause sind, also etwa am Donnerstag- und Freitagabend und am Samstagnachmittag.

**Man kann auch 24/7 an Ihren Automaten einkaufen.**

Seit über zehn Jahren schon. Auf der Handwerksmesse in München wurden solche Automaten damals vorgestellt. Da meinte ich zu meiner Frau: „Des Ding brauch' ma, Kati.“

**Und die Antwort Ihrer Frau war?**

Dass ich wahnsinnig bin! Das Ganze hat damals fast 15.000 Euro gekostet und bayernweit gab es erst einen einzigen. Meine Frau dachte, das würde sich nie lohnen. In der ersten Zeit ging es noch etwas schleppend, aber mittlerweile wird das super angenommen. Daher haben wir 2020 beschlossen, in zwei Automaten am neuen Standort zu investieren. Seitdem haben wir am Montag ganz und am Mittwoch nachmittags frei.

**So bleibt mehr Zeit für Social Media?**

Das macht tatsächlich alles meine Frau.



Facebook hatten wir schon lange. Als plötzlich alle bei Instagram waren, hat meine Frau 2019 einfach einmal damit angefangen. Mittlerweile haben wir über 1.000 Follower.

### Überrascht Sie diese Resonanz?

Absolut, das schätzt man manchmal gar nicht so ein. Das beste Beispiel war die Bratensülze. Im letzten Sommer hatten wir einmal extrem viel davon, also hat meine Frau spontan über die Herstellung gepostet. Keine 20 Minuten später stand der erste Kunde hier und hat danach gefragt. Dann kamen die nächsten, und so ging das weiter. Im Gegensatz zu den Printmedien hast du mit Social Media nicht nur sofort einen messbaren Wert, Kunden kommen aufgrund eines Posts auch direkt zu uns.

### Muss man sich heute als Handwerker digital aufstellen?

Unbedingt. Die Leute gehen doch alle erst einmal ins Internet. Und wenn du da nicht drin bist, dann bist du nicht dabei! Um konkurrenzfähig zu bleiben muss man deshalb auch im digitalen Bereich investieren.

### Wie machen Sie noch auf sich aufmerksam?

Etwa mit unserer Verpackung. Wenn jemand ein schönes T-Bone-Steak kauft, kommt das in eine schwarze Folie mit unserem Logo. Du verkaufst im Idealfall nicht nur ein super Produkt, sondern einen gewissen Lifestyle.

### Die Metzgerei Blank als Brand also?

Du musst dich absetzen, ein Alleinstellungs-



merkmal haben. Warum kaufe ich beim Blank ein? Weil ich da die Salsiccia bekomme oder einen bestimmten Cut vom Charolais-Rind, alles aus artgerechter Aufzucht und regionaler Haltung. Dazu Zubereitungstipps. Du musst dir wirklich die Nische suchen.

### Ein Zukunftsmodell für Ihre Branche?

In 20 Jahren wird es wohl nicht mehr viele wie uns geben. Die Bäcker sind schon einen Schritt weiter. Wie viele kleine Handwerksbäcker gibt es noch? Wenn man nur noch Backmischungen kauft, ist das natürlich praktisch. Aber der Tod jeder handwerklichen Bäckerei.

### Wird es den Metzgern ähnlich gehen?

Das ist häufig jetzt schon der Fall. Die Industrie produziert tonnenweise für kleine Metzgereien, vom Aufschnitt bis zur Streichwurst. Das kann man alles zukaufen und

weiterverkaufen. Dann brauche ich mich nicht zu beschweren, wenn der Kunde ausbleibt, und ich den Laden zusperren muss.

### Sie sind gerade laut geworden...

Ja, denn diesen Mist, Entschuldigung, den kann der Kunde überall kaufen. Du musst, verdammt nochmal, als Metzger dein Produkt selber machen. Dann kannst du auch 20 Prozent mehr verlangen. Denn da steckt Handwerkskunst drin, da steht dein Name dahinter, du weißt genau, was drin ist. Wenn du sogar dein Fleisch noch zukaufst, nicht mehr das ganze Tier verarbeitet und nicht weißt, wo es herkommt, hast du keine Rechtfertigung mehr dafür, dass du überhaupt noch da bist! Dann braucht dich keiner mehr.

Margrit Amelunxen

<https://textsandtales.com>  
[www.metzgerei-blank.de](http://www.metzgerei-blank.de)

Fotos: Margrit Amelunxen



Besuchen Sie uns auf der SÜFFA 2023 in Stuttgart!

**Halle 7,  
Stand 7B50**



# Der Metzgertreff im Ländle

Eine Umfrage bestätigt die Leitfunktion der SÜFFA, die vom 21. bis 23. Oktober 2023 in Stuttgart stattfindet. Die Präsenzmesse ist trotz digitaler Alternativen unverzichtbar.



## SÜFFA im Profil

Wann? 20. bis 23. Oktober 2023  
 Wo? Messe Stuttgart, Hallen 7 und 9  
 Öffnungszeiten: Sa. 13 bis 20 Uhr;  
 So./Mo. 10 bis 18 Uhr  
 Preise: Tageskarte: 32 Euro  
 Tageskarte ermäßigt: 19 Euro



Nur noch kurze Zeit, dann öffnet die SÜFFA ihre Tore auf dem Stuttgarter Messegelände, um Produktinnovationen und neue Technologien von nationalen und internationalen Ausstellern zu präsentieren. Zudem geben exklusive Programmpunkte und Vorträge wichtige Impulse für den eigenen Betrieb. „Insgesamt wollen wir das Handwerk stärker in den Fokus rücken, zugleich die Messe etwas internationaler aufstellen und so den Community-Gedanken stärken. Denn Vernetzung und Austausch sind im digitalen Zeitalter wichtiger denn je“, sagt Andreas Wiesinger, Mitglied der Geschäftsleitung der Messe Stuttgart.

### Kollegen als Infoquelle

Der rege persönliche Austausch ist dabei das große Plus der Fachmesse. Was konkret ihren Reiz ausmacht, wollten die Veranstalter wissen. Im Auftrag der Messe Stuttgart interviewte der Unternehmensberater Fritz Gempel zufällig ausgewählte Inhaberinnen und Inhaber aus dem Fleischerhandwerk. Die Kernfragen: Kommen Sie zur SÜFFA 2023? Was ist Ihnen beim Messebesuch besonders wichtig? Die Antworten zeigen einen erhöhten Bedarf an kollegialem Austausch. Zu wichtigen Zukunftsfragen, etwa Rohstoffsicherung, Kalkulation, 24/7-Lösungen oder vegetarischem Angebot, sehen viele der Befragten ihre Kollegen und Kolleginnen als wichtige Informationsquelle. Nach übereinstimmender Auskunft ist die SÜFFA der richtige Treffpunkt dafür. Die Devise beim Messerundgang heißt „Augen auf“. Denn vieles, was man nicht speziell gesucht hat, kann eine wichtige Lösung für die eigene Aufgabenstellung sein. Zu den Herausforderungen, zu denen die Fachleute des Metzgerhandwerks hier nach Antworten suchen, gehört der Verkauf in Zeiten der Digitalisierung und des Fachkräftemangels. Dass die Fleischerinnen und Fleischer diese Messe als fachlichen Pflichttermin ansehen, erklären mehrere mit ihrer langjährigen Berufserfahrung: Der Messebesuch habe sich stets gelohnt.

### Attraktivität steigern

Grundlegend wichtig ist es, die Attraktivität der Berufsbilder „in der öffentlichen Wahrnehmung zu steigern, Interesse zu wecken und Karrierechancen aufzuzeigen“, betont Wolfgang Herbst, stv. Landesinnungsmeister des Landesinnungsverbands für das Fleischerhandwerk in Baden-Württemberg. Durch gezielte Arbeit an Schulen, „offene Türen“ oder Schnupperlehren leistet der Verband aktiv Hilfestellung. Letztlich liege es aber bei den Betrieben vor Ort, junge Menschen an der Schwelle zum Berufsleben von den Vorzügen des eigenen Unternehmens zu überzeugen. Wer fähige Nachwuchskräfte gewinnen und halten wolle, müsse dies heute „vielschichtig kommunizieren und vor allem etwas bieten“. Darum engagieren sich viele Betriebe zusätzlich bezüglich der Gesundheitsvorsorge oder der Weiterbildung, bezahlen den Führerschein oder – bei entsprechenden Leistungen – sogar die Meisterprüfung. Ein wichtiges Instrument zur Imagepflege sind auch die auf der SÜFFA ausgetragenen Berufsschulwettbewerbe. „Ich bin immer wieder beeindruckt von den fantastischen Ergebnissen, die dort präsentiert werden“, schwärmt er.

**„Ich bin immer wieder beeindruckt von den fantastischen Ergebnissen, die auf den Wettbewerben präsentiert werden.“** Wolfgang Herbst

### Fachkräfte aus Indien

Die Nachwuchsgewinnung gehöre zu den größten Herausforderungen, betont Joachim Lederer, Landesinnungsmeister in Baden-Württemberg: „Gutes Personal ist das wichtigste Kapital eines Unternehmens. Neben einer zielgruppenorientierten Werbung für unser Handwerk ist die Integration ausländischer Bewerber unabdingbar. Denn ohne sie werden wir unseren Fachkräftebedarf mittelfristig nicht decken können.“ In Kooperation mit der Handwerkskammer Freiburg rief die Fleischer-Innung Lörrach-Waldshut Ende 2020 ein Pilotprojekt ins Leben, in dessen Rahmen junge Menschen aus Indien für eine Ausbildung in der deutschen Fleischbranche gewonnen werden sollen. Mit den hochmotivierten Nachwuchskräften, die bisher nach Südbaden kamen, habe man gute Erfahrungen gemacht, berichtet er: „Das Projekt ist so gut angelaufen, dass wir bei Medien und Politik hohe Aufmerksamkeit genießen – weit über die Landesgrenzen hinaus.“

### Metzgerei 24/7

Wo trotz aller Anstrengungen keine qualifizierten Fachkräfte aufzutreiben sind, kann die Technik weiterhelfen. SmartStore24 etwa bietet vollständig digitale Shop-Systeme an, die eine Fülle neuer Möglichkeiten eröffnen. So können Schließzeiten vermieden, Öff-



**FREY**  
Maschinenbau

**IHR WEG IST FREY FÜR EIN NACHHALTIGES**

**ERGEBNIS**

Qualität und Nachhaltigkeit spielen bei uns eine zentrale Rolle.  
Verbrauchsoptimierte elektronische Antriebe für energieeffizienten Einsatz.

F-Line F40  
Vakuum-Einstiegsmodell mit großem Funktionsumfang

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



Fachmesse für die Fleischbranche  
21. – 23.10.2023  
Messe Stuttgart  
Halle 9  
Stand 9A60.1

nungszeiten beliebig verlängert, Filialen erhalten oder sogar neu eröffnet werden – bei optimaler Verfügbarkeit des Sortiments. „Metzgerinnen und Metzger müssen über ihr Geschäftsmodell nachdenken“, sagt Geschäftsführer Michael Kimmich. Die Smart-Store-Systeme ermöglichen „eine strategische Wende“ und seien weit mehr als Automaten, die nur „ein kleines Zusatzgeschäft versprechen“. „Die Kunden und Kundinnen betreten mittels EC-Karte oder Registrierungscode die Verkaufsstelle – ein klassisches Ladengeschäft oder einen Verkaufscontainer. Darin finden sie einen kompletten SB-Laden vor. Am Schluss scannt die Kasse per RFID-Tag die gewählten Produkte, bucht den Endpreis ab und gibt gleichzeitig eine Inventar-Rückmeldung an den Betreiber oder die Betreiberin.“

Von zwölf Standorten, an denen die Systeme bislang zum Einsatz kommen, z.B. die Metzgerei Hack in Freising, erhalte man vielversprechende Rückmeldungen, „mit bis zu fünfstelligen Umsätzen pro Woche“, freut sich Michael Kimmich, der schon weitere Projekte in Planung hat: „Da wir mit verschiedenen Partnern zusammenarbeiten, können wir innerhalb von sechs Wochen eine Verkaufsstelle an einem gewünschten Standort anbieten.“

### Atmosphäre und Wertigkeit

Wer ganz ohne Mitarbeiter vor Ort auskommen will oder muss, steht vor neuen Problemen. „Wichtig ist, die Corporate Identity des Unternehmens konsequent fortzusetzen“, erklärt Winfried Groß, Geschäftsführer von Schrutka-Peukert. „Die Kundschaft erwartet eine bestimmte Atmosphäre und eine über Jahre erarbeitete Wertschätzung. Deshalb haben wir Kühlmöbel entwickelt, die mit einem typischen SB-Geschäft nicht vergleichbar sind und in Farbgebung, Material und Lichtgestaltung die Wertigkeit eines Fachgeschäfts vermitteln.“ Je nach räumlichen Gegebenheiten seien auch Hybrid-Lösungen denkbar, bei denen ein Teil des bestehenden Ladens abgeschottet wird und der Rest außerhalb der regulären Öffnungszeiten zugänglich bleibe. „Für die Theke empfehlen wir einen energieeffizienten Aufsatz, der für Bedienung und Selbstbedienung gleichermaßen nutzbar ist. Daneben besteht die Möglichkeit, auch zu den regulären Öffnungszeiten SB-Produkte einzukaufen und den Vorgang über ein Zahlungsterminal abzuschließen. So entfällt die Besetzung einer klassischen Kasse.“ Reine Verkaufscontainer-Filialen wiederum eröffneten zahlreiche Möglichkeiten der Nahversorgung und so ganz andere Marktsegmente. [www.sueffa.de](http://www.sueffa.de)



### Handtmann Maschinenfabrik Zwei neue Formsysteme

Für geformte Produkte präsentiert Handtmann auf einem 240 m<sup>2</sup> großen Messestand zwei neue Formsysteme. Denn: Bällchen, Knödel, Klöße oder Burger bereichern den Mittagstisch, das Catering und die Ladentheke. Produziert werden sie mit dem Vakuumfüller VF 810. Als Vorsatzgerät angebaut wird das Formsystem FS 501, mit dem verschiedene Produkte in 3D-Form entstehen. Mit der patentierten 3-fach-Lochplatten-Formtechnik lassen sich frei geformte Produkte (Durchmesser bis 55 mm) mit einem Ausstoß von bis zu 250 Portionen/Min. herstellen. Die Basis dafür sind weiche, pastöse, feste oder stückige Ausgangsmaterialien wie Fleisch, Fisch, Gemüse, pflanzliche Proteine oder hybride Convenience-Produkte. So entstehen z. B. Fleisch- und Fischklößchen, Leber-, Spinat-, Kartoffel- oder Semmelknödel, Käse- und Gemüsebällchen sowie Suppeneinlagen. Die zweite Neuheit in diesem Bereich ist das einbahnige Formsystem FS 503, das sich für Metzgerien mit Filialen eignet. Mit analogen Ausgangsmaterialien und analoger Technik wie beim FS 501 gelangen frei geformte Produkte (Durchmesser bis 100 mm) mit einer Produktionsleistung von bis zu 150 Portionen/Min. Fast alle 3D-Produktformen und -geometrien sind möglich. Optional gibt es ein höhenverstellbares Plättband für Burger und Patties von 10 bis 55 mm Produkthöhe. Weitere mögliche Produkte sind Frikadellen, Cevapcici, Gemüse- und Kartoffelburger, Käsetaler oder Fischvarianten. **Halle 9, Stand C 10**

Optional gibt es ein höhenverstellbares Plättband für Burger und Patties von 10 bis 55 mm Produkthöhe. Weitere mögliche Produkte sind Frikadellen, Cevapcici, Gemüse- und Kartoffelburger, Käsetaler oder Fischvarianten. **Halle 9, Stand C 10**

### Hagesüd Interspace Gewürzwerke

#### Im Wandel

Auch die Hagesüd Interspace Gewürzwerke freuen sich auf die SÜFFA. Dort präsentiert das Hagesüd-Team als Mitglied der international agierenden Solina-Gruppe neue, leckere und innovative Produkte. „Wir freuen uns sehr auf interessante Gespräche, neue Kontakte und den persönlichen Kontakt zu unseren bestehenden Kunden. Denn: Hagesüd steht nicht nur für Gewürze, Mischungen und breit gefächerte Serviceleistungen, sondern auch für eine langjährige und kompetente Partnerschaft mit dem deutschen und internationalen Fleischerhandwerk“, heißt es aus dem Unternehmen. Auf der Messe stehen nicht nur die Produkte im Vordergrund, sondern auch der Wandel zu einer modernen Hagesüd. Auf dem Messestand können Messegäste das „neue alte“ Hagesüd entdecken, sich von den Messe-Highlights überraschen lassen und eine Auswahl aktueller Produkte für die Theke probieren. **Halle 7, Stand B 50**



Fotos: Handtmann Maschinenfabrik, Hagesüd Interspace Gewürzwerke



# FLEXIBILITY! NO SECRET – JUST VEMAG!

Flexible Vakuumpfüllmaschinen und Vorsatzgeräte für vielseitige Anwendungen und ein breites Produktportfolio:

- Füllen und Portionieren, Wolfen, Formen und Teilen
- Auch für kleinste Chargen bei häufigem Produktwechsel
- Schonendster Produkttransport
- Maximale Gewichtsgenauigkeit
- Einfachste Handhabung

**VEMAG: Boundless Passion for YOUR Solution!**

Für mehr Informationen besuchen Sie uns auf [handwerk.vemag.de](http://handwerk.vemag.de) oder schreiben Sie uns unter [e-mail@vemag.de](mailto:e-mail@vemag.de).



**21. – 23.10.2023**  
SÜFFA in Stuttgart  
Halle 7, Stand 7C10



# „ Wir stellen auf der SÜFFA aus, weil ... “



„... wir uns schon immer heimatverbunden fühlen und unseren Kunden, Interessenten und allen Besuchern unsere Vielfalt, den besonderen Geschmack und unseren Teamspirit hautnah und im direkten Gespräch zeigen möchten. – unsere Produkte stehen schon in den Startlöchern.“

**Manfred Beck, Geschäftsführung, Beck Gewürze und Additive**



„... diese Fachmesse eine ideale Plattform bietet, um unsere neuesten Technologien und Innovationen in der thermischen Behandlung von Lebensmitteln zu präsentieren. Uns ist es wichtig, unsere Kunden und potenzielle Partner über die fortschrittlichen Lösungen zu informieren, die wir entwickelt

haben, um die Effizienz, Qualität und Nachhaltigkeit in der Branche zu verbessern. Die SÜFFA ist eine renommierte Messe, bei der wir die Möglichkeit haben, direktes Feedback von unseren Kunden zu erhalten und deren Bedürfnisse besser zu verstehen.

**Denis Gabriel, Marketing & Sales Manager, Fessmann**



„... wir innovative Spieß-Systeme präsentieren, die Metzgereien zu mehr Wirtschaftlichkeit und einer effizienteren Grillspießproduktion verhelfen.“

**Lars Kracker, Geschäftsführer der MIVeG Smart Skewer System**



„... wir uns als Partner des Handwerks und Mittelstandes verstehen. Für die Zukunft der Branche ist es wichtig, dass Fleischer und Maschinenbauer eng und partnerschaftlich zusammenarbeiten. Auf der SÜFFA zeigen wir, wie das aussehen kann.“

**André Michel, Head of Skinner, Weber Maschinenbau**



„... Handtmann wie auch das Metzgerhandwerk selbst für höchste Qualität und Premiumprodukte stehen. Auch dieses Jahr präsentieren wir Neuheiten, die unsere Kunden in der Produktion entlasten und voranbringen. Dazu zählen die neuen Formsysteme FS 501 und FS 503 für Handwerks- und Mittelbetriebe und auch die Vakuümfüller VF 806 und VF 810 werden

erstmals auf einer SÜFFA präsentiert. Eine neue digitale Lösung auf unserem Messestand ist beispielsweise eine Kommunikationsschnittstelle für einen gesamthaften Inline-Detektionsprozess.“

**Angelo Wiesinger, Branchenmanager Fleisch- und Wurstwaren/Tiernahrung, A. Handtmann Maschinenfabrik**



„... unsere Produkte sowohl in der Industrie, als auch im Handwerk eingesetzt werden können.

Wir möchten Qualität, Effizienz und Nachhaltigkeit in den Betrieben unterstützen. Unsere Produktpalette besteht u.a. aus Maschinen fürs Schneiden, Sägen, Hängen oder Füllen, sowie dem täglichen Metzgereibedarf aus Rippenziehern, Wurstgarnen, Klingen u.v.m. Wie schon erwähnt befindet sich die Lebensmittelbranche in einem Wandel und wir wollen im direkten Kontakt mit dem Fleischerhandwerk diesen nutzen, um eine neue Generation einzuläuten. Wir erhoffen uns von der Messe neue Ideen, neue Bedürfnisse und anregende Gespräche mit unseren Besuchern.

**Jana Schad, Sachbearbeitung, Rudolf Schad**



„... sie die Nr. 1 ist unsere Kunden aus dem Bereich Handwerk zu treffen.“

**Kevin Eberhardt, Geschäftsführer, Eberhardt GmbH**

Kerry | Red Arrow

## Neue Technik zum Raucherzeugen

Der Raucherzeuger Tarber TSG-5000 von Kerry | Red Arrow reduziert die Umweltbelastung beim Räuchern von Lebensmitteln. Emissionen und Qualitätsschwankungen, werden mit dieser Technologie maßgeblich reduziert. Er generiert einen stabilen, reproduzierbaren Rauch aus Primärrauch-Produkten, der frei von Schadstoffen wie Teer, Asche, PAK und Benzo(a)pyren ist. Im Vergleich zu konventionell erzeugtem Rauch bietet dieser Rauch zusätzlich die Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen, Wasserverbrauch, Schadstoffbelastung, Abwasser sowie Energieverbrauch. Damit einher geht auch eine geringere PAK-Belastung im Vergleich zu konventionell geräucherten Lebensmitteln. Der Rauchgeschmack und die Ausprägung der Rauchfarbe können beeinflusst werden und bieten so eine breite Vielfalt. Diese Technologie erfüllt die EU-Standards<sup>1</sup> für die beste verfügbare Technik (BVT) zum Räuchern von Lebensmitteln.



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

**Halle 9, Stand B 54**



Beck Gewürze und Additive

## So viel Geschmack – live

Geschmack am laufenden Band im wahrsten Sinne des Wortes – damit warten die „Becksperten“ von Beck Gewürze und Additive auf einem imposanten Messestand auf. Ein Beispiel dafür sind die Inspirationen aus dem neuen Produktspecial „Meats `n Spices“ zu Kochwurst. Darin zeigt der Gewürzhersteller aus Schnaittach etwa wie aus einer von zwei Grundwürzungen der Kalbsleberwurst weitere sieben Varianten entstehen und damit das Angebot in der Theke breiter wird. Ebenso auf dem Stand zu probieren sind neueste Trends wie das „Gritzl“ (Schnitzel vom Grill). Hier können die Messegäste das gesamte Portfolio des Unternehmens kennenlernen. Seit 25 Jahren begeistert es mit Beratung und universellen Grundwürzungen mit individuellen Add-Ons aus regionalen und überregionalen Geschmackstrends, etwa aktuell für das bevorstehende Wintergeschäft. Ein kostenloses Messticket erhalten Interessierte per Mail an Meike Beck (meike.beck@beck-gewuerze.de).

**Halle 7, Stand A 40**

Fotos: Kerry | Red Arrow, Beck Gewürze und Additive

# Besuchen Sie uns auf der SÜFFA!

Nutzen Sie die Vorteile, die Ihnen innovative Lösungen sowohl für die neueste Verpackungstechnik als auch Injektions- und Marinierprozesse bieten können. Mit kompakten und flexiblen Maschinen, die mehr leisten und die Effizienz steigern.



**JBT Schröder  
IMAX ECOLINE**  
Injektoren



**JBT Tipper Tie  
KDCMA**  
Automatischer  
Doppelclipper



Fachmesse für die Fleischbranche

**21. – 23.10.2023**  
**Messe Stuttgart**  
**Stand C30**

# Specials mit Mehrwert

**Rahmenprogramm für ein starkes Handwerk: Die „SÜFFA Specials“ bieten Inspirationen, Tipps und Wissenswertes zu aktuellen Trendthemen.**



Ob auf der „Bühne für Trends und Neues“ oder bei den Wettbewerben – dort gibt es Einiges zu erleben.



Die SÜFFA Specials bilden einen wichtigen Eckpfeiler der SÜFFA“, sagt Andreas Wiesinger, Mitglied der Geschäftsleitung der Messe Stuttgart: „Durch den fachlichen Austausch wird nicht zuletzt der Community-Gedanke und das Bewusstsein für das Handwerk gestärkt.“

## Neu: SÜFFA Netzwerktreffen

Im Zeichen von Kommunikation und Vernetzung steht das Netzwerktreffen am Samstag und Sonntag ab 17 Uhr, das in Halle 9 Premiere feiert. In entspannter Atmosphäre, bei Live-Musik und leckerem Essen, lassen sich abseits des Messetrubels intensive Gespräche führen und neue Kontakte vertiefen.

## Bühne für Trends und Neues

In hochkarätig besetzten Expertenvorträgen und Podiumsdiskussionen werden aktuelle Herausforderungen analysiert und branchenspezifische Lösungen für brennende Fragen aufgezeigt. Dazu gibt es Live-Vorführungen, Anregungen für lukrative Zusatzgeschäfte und praxisnahe Tipps.

## Tag der Metzgerfrauen

Seit 2014 gehört der Messemontag den Meisterinnen, Fachverkäuferinnen, Mitarbei-

terinnen und weiblichen Auszubildenden. Diese dürfen sich auf ein nach ihren Wünschen entwickeltes, speziell zugeschnittenes Angebot freuen.

## SÜFFA-Wettbewerbe

Auch in diesem Jahr suchen der Landesinventionsverband für das Fleischerhandwerk in Baden-Württemberg und die Messe Stuttgart die Besten der Besten ihres Fachs. Innerhalb der Branche gelten die begehrten Preise als Gütesiegel und werden gezielt in der Kundenkommunikation eingesetzt.

## Gläserne Wurstküche

Zum dritten Mal präsentiert die SÜFFA gemeinsam mit Partnerunternehmen die „Gläserne Wurstküche“. Gezeigt werden dort die Einsatzmöglichkeiten von Maschinen sowie beispielhafte Verarbeitungstechniken. Erstmals wird ein veganes Produkt hergestellt. Alle Produkte dürfen verkostet werden.

## Hof- und Weideschlachtung

Haltung und Schlachtung sind Themen, die an der Ladentheke immer wichtiger werden, da für die Kundschaft neben der Fleischqualität auch das Tierwohl kaufentscheidend ist. Dieses Sonderthema widmet sich einem An-

satz mit vielen Vorteilen: Da ein Transport zum Schlachthof entfällt, können die Tiere in gewohnter Umgebung stressfrei geschlachtet werden. Dies wirkt sich positiv auf die Fleischqualität aus.

## Schwerpunkt Wild & Jagd

Fleisch aus heimischer Jagd erfreut sich wachsender Beliebtheit – als Delikatesse, regionales Superfood oder Alternative zu Fleisch aus der Massentierhaltung. Da MetzgerInnen und JägerInnen bei der Verarbeitung und Vermarktung von Wildprodukten ideale Partner sind, rückt die Messe das Trendthema erneut in den Fokus.

## Jobbörse

Die Nachwuchsgewinnung gehört zu den drängendsten Problemen. Mit der dynamischen Jobbörse bringt die SÜFFA Betriebe, GeschäftsführerInnen und MitarbeiterInnen zusammen und zeigt Perspektiven und Karrieremöglichkeiten auf. Vorab per Formular (Download über die SÜFFA-Website) eingereichte Stellengesuche und -angebote oder Betriebsübergaben werden kostenfrei ausgehängt – und erreichen so die Zielgruppe. [www.messe-stuttgart.de/sueffa/besucher/sueffa-specials](http://www.messe-stuttgart.de/sueffa/besucher/sueffa-specials)



# Sorry!

# Aber wir können nur lecker!

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

Euer carneo-Team

## carneo®

Das Kundenmagazin des Deutschen Fleischerhandwerks



Scan me

Weitere Infos und Musterheft: [www.blmedien.de/carneo](http://www.blmedien.de/carneo) oder Tel. 02103/204444



Fachmesse für die Fleischbranche

21. - 23.10.2023  
Messe Stuttgart  
Besuchen Sie uns:  
Halle 9, Stand C33



KMW

### Energieeffiziente Theken

Der Kühlmöbelhersteller KMW stellt Thekenlösungen mit Bedienung oder SB, Wandregale und steckerfertige Impulsinseln vor. In neuem Design mit großzügiger Auslagefläche setzt die Bedientheke Orca Fleisch- und Wurstwaren gekonnt in Szene. Sie passt sich nahtlos dem individuellen Ambiente des Ladens an, sei es durch die hochwertige Holzverkleidung, eine maßgeschneiderte Lackierung in frei wählbaren RAL-Farben oder die Integration individueller Logos. Durch die nach oben zu öffnende Glasfront im Bistro-Stil lässt sie sich leicht bestücken und reinigen. Sie wird durch Zubehör wie Granitarbeitsflächen, Schneidebretter, Messerhalter und Taschenablagen komplettiert. Für fertige Fleisch- und Wurstprodukte to-go eignen sich zwei steckerfertige Kühlmöbel – die Kühlinsel Borkum und der Frischekühler Rügen. Beide kombinieren modernste Kältetechnologie mit dem zukunftssicheren Kältemittel R290 (Propan). Großzügige Glasabdeckungen halten die Kälte bei beiden effektiv zurück. **Halle 7, Stand D 83**

K+G Wetter

### Kutter-Premiere

Der neu entwickelte Handwerks-Vakuumkutter VCM 70 von K+G Wetter komplettiert die Hygienic-Secure-Baureihe und verfügt über patentierte Features, die Kunden seit Jahren bei Industriekuttern überzeugen. Durch große Reinigungsklappen im Vakuumkessel ist der Bereich unter der Kutterschüssel einsehbar und für die Reinigung zugänglich. Dank der speziellen Konstruktion gibt es keine Dichtung zwischen Kutterschüssel und Vakuumkessel. Ohne Dichtung können sich Produktrückstände nicht festsetzen, d. h. keine versteckten Ecken, in denen sich Keime bilden können.

Auch der entnehmbare Messerdeckelstreifen sorgt für mehr hygienische Sicherheit. Er kann mit einem Handgriff entfernt und wieder eingesetzt werden und sich vertikal bewegen: das bedeutet weniger Abrieb und Bremswirkung auf die Schüssel. Steuerung und wartungsfreie Wasserringpumpe sind direkt in der Maschine ver-



baut. Zusätzlich außen verlegte und hygienisch kritische Kabel und Leitungen sind überflüssig. Die Messer- und Schüsseldrehzahlen sind dank stufenlosem Antrieb (STL) auf das jeweilige Produkt einstellbar. Intuitiv bedient wird der Kutter über ein Touchpanel. Auch die Höhe des Vakuums wird darüber eingestellt. Das sorgt für eine gleichbleibende Produktqualität. **Halle 9, Stand A 30**



Frey Maschinenbau

### Füllen, wolfen, formen

Abwechslungsreich wird auch das Maschinenprogramm von Frey Maschinenbau sein. Zum bewährten Handwerksprogramm zählen die Kolbenfüllmaschinen Oscar 20 und Kompakta 2-30 und die Vakuumfüllmaschinen F-Line F40, F52 und F60. Revisioniert und technisch mit einer neuen Antriebs- und Steuerungstechnologie ausgestattet ist der Vakuumfüller F-Line F193R (o.) für die

Produktion von Wurst- und Proteinprodukten. Die Bedienung erfolgt via 12"-Touch-Panel der neuen TC1000 Steuerung. Das externe Wolfssystem WK160 (re.) in der Größe E1 30 ist für den Einsatz als fahrbares Vorsatzgerät in Verbindung mit Vakuumfüllmaschinen konzipiert. Das Produkt wird vor dem Eintritt ins Füllrohr auf Endkorngröße gewolft. So ist eine höhere Produktqualität hinsichtlich Füllbild und Hygiene möglich. Mit einem Trennsatz können Sehnen, Knorpel und Knochen separiert werden. Es sind verschiedene auf das Produkt abgestimmte Schneidsätze erhältlich. Zur Herstellung von Hackfleisch und Fleischersatzprodukten gibt es Schneidsatzvarianten 3/4/5-fach und einen Schneidaufsatz (Letterbox) bis zur Größe von 220. Hamburger, Bällchen, Cevapcici etc. im Niederdruckverfahren formt die Linie DMFB92. Ihre Besonderheit ist die eingesetzte Lineartechnologie, wodurch die Messer frei positionierbar, Geschwindigkeit und Beschleunigung einstellbar und die Kraft programmierbar sind. Beim DM92 sind bis zu 250 Port./Min möglich. **Halle 9, Stand A 60.1**



# „ Wir stellen auf der SÜFFA aus, weil ... “

Fotos: Hagesüd Interspace Gewürzwerke, Vemag Maschinenbau, NovaTaste



„... die SÜFFA einer der wichtigsten Events der Branche ist und wir den persönlichen Kontakt zu unseren Kunden und solchen, die es werden wollen, sehr schätzen.“

**Michael Dörr, Leiter Fachberatung,  
Hagesüd Interspace Gewürzwerke**



„... wir an das Handwerk und seine Zukunft glauben und für Generationen von Metzger verlässlicher Partner waren und sind.“

**Andreas Gillrath, Verkaufsleitung Handwerk  
Deutschland, Wiberg – Gewürzmüller –  
Gewürzmühle Nesse**



„... mir das persönliche Treffen auf einer Messe besonders wichtig ist. Zudem ist das Fleischerhandwerk Vorreiter für neue

Trends. Dies macht den Bereich und die Messe so spannend und einzigartig. Darum ist es wichtig, vor Ort zu sein und das Handwerk als Partner zu unterstützen.“

**Patrick Friederix, Verkaufsleiter  
Deutschland, Vemag Maschinenbau**

## 100% HANDWERK 100% LEIDENSCHAFT LADENBAU DER EXTRAKLASSE

Unsere Expertise liegt im Bereich des Ladenbaus für Metzgereien/Fleischereien. Mit Leidenschaft und Engagement haben wir uns darauf spezialisiert, erstklassige Lösungen für Fleisch, Wurst, Käse, Feinkost und Fisch zu entwickeln.

Unser Ziel ist es, nicht nur ästhetisch ansprechende Ladenflächen zu schaffen, sondern auch eine optimale Präsentation und Lagerung von frischen Lebensmitteln zu gewährleisten. Besuchen Sie uns auf der Süffa in Stuttgart und lassen Sie sich von der Metzgerei der Zukunft inspirieren.

**Ergonomische Kühltechnik:** Wir verstehen die Bedeutung einer effizienten Arbeitsumgebung für Mitarbeiter. Unsere neuen Konzepte berücksichtigen ergonomische Aspekte, um den Arbeitsfluss und die Produktivität zu verbessern.

**Digitale Integration:** Moderne Technologie spielt eine immer größere Rolle im Handwerk. Wir stellen Konzepte vor, bei denen digitale Elemente nahtlos in den Ladenbau integriert werden, um ein interaktives Einkaufserlebnis zu schaffen.

**Der Selbstläuferladen:** Egal ob als völlig autonomer Verkaufscontainer oder als Hybridlösung in ihrem bestehenden oder neuen Metzgereigeschäft integriert, wir präsentieren einen funktionsfähigen Selbstläuferladen.



Sie finden uns in  
Halle 7  
Stand 7C81.1

Schrutka-Peukert GmbH | E.-C.-Baumann-Str. 13 | 95326 Kulmbach  
+49 9221 95680 | info@schrutka-peukert.de | www.schrutka-peukert.de

**SCHRUTKA-PEUKERT**  
LADENBAU



**Raps**

**40 Jahre Marinox**

Auf der SÜFFA 2023 feiert Raps u. a. das 40-jährige Jubiläum seiner Marinox-Reihe mit der neuen Geschmacksrichtung „Trüffel-Käse Style“ und zeigt auf, wie Gewürzfolien und andere Würzkomponenten

zum Gelingen kreativer Wurst- und Fleischwaren beitragen. Die neue Marinox-Marinade passt zu Fleisch, Geflügel, Gemüse und gebrauchsfertigen Pfannen- und Schöpfgerichten. Die Gewürzfolien veredeln Schinken, Wurst und diverse Rohpökelwaren. Halbdauerwaren macht die Würzung „Alpini“ in den Geschmacksrichtungen Pfeffer, Kümmel oder Knoblauch länger haltbar. Auch eine „Kreuzung“ von Cabanossi und Chorizo als „Kabarizzo“ ist damit möglich. Dem Veggie-Trend folgend, gibt es vegetarische und vegane Alternativen auf der Messe zu sehen, z. B. die All-in-One-Mischung „Plantfix Chicken Style“ für Hähnchen-Alternativen auf der Basis von Erbsenprotein oder der „Easy Cheesy“-Grillkäse-Compound. Auf dem Grill oder in der Pfanne zubereitet werden Produkte damit außen knusprig. Das Innere bleibt weich, wodurch beim Essen keine Quietschgeräusche entstehen. **Halle 9, Stand C 20**

**Düker-Rex**

**Energieeffizienz im Fokus**

Als Partner des Fleischerhandwerks begreift sich auch Düker-Rex und bietet ihm innovative Technik mit effizienten Antrieben. Das ist auch auf der SÜFFA zu erleben. Sowohl die Kutter der Serien RK 50 – 130 als auch die Füller – vom Kolbenfüller bis hin zur leistungsstarken Industriemaschine – ermöglichen es Strom zu sparen. Durch das Hygienedesign sei eine einfache, zeitsparende Reinigung garantiert. Die Maschinen entsprechen dem heutigen Stand der Technik, gepaart mit Energieeffizienz, und unterstützen den Anwender tagtäglich.

Auf der Messe zu sehen ist die komplette Produktpalette mit folgenden Neuerungen: elektrische Deckelhebung und Touch-Steuerung für alle Kuttertypen, Füllmaschinen, Vorsatzgeräte und universelle Formmaschinen für individuelle Anwendungen sowie Fülllinien mit automatischer Kalibrierung und Aufhängung.

**Halle 9, Stand B 20**



**NovaTaste**

**Tradition & Innovation**

Auch unter dem neuen Dach von NovaTaste stehen die Marken Wiberg, Gewürzmüller und Gewürzmühle Nesse für Erfahrung, fundiertes Fachwissen und langjährige Expertise. Das können Besucher auch auf der SÜFFA erleben.

Die Gewürzumhüllung Deco Quick® Wintertraum (u.) mit Zimt, Anis und Koriander verleiht Kochschinken eine weihnachtliche Note mit schöner Optik. Für den darauf abgestimmten Geschmack von innen sorgt das Würzmittel Lakarom Wintertraum mit Honig, Nelke und Zimt, das auch Braten, Kochwurst, Aufschnitt und Bratwurst veredelt. Die neue Kultur Bitec® Inject Safe stabilisiert die Lake beim Herstellen von Kochpökelware und vermindert unerwünschte Keime ab dem Beginn des Herstellungsprozesses.

Ein Erfolg ist sind auch die Wursthüllen „Meine Serie“ für Brüh- und streichfähige Rohwurst, die um die Varianten Bierwurst, Champignon Lyoner und gerauchte Schinkenwurst erweitert wurde. Für individuelle Eindrücke gibt es neutrale Hüllen mit der Bezeichnung „Meine Spezialität“. Eine Hybrid-Brühwurst mit Gemüse-Anteil für Kinder gelingt mit der Zutatenmischung Optimizer BW, welche die Struktur stabilisiert und für die richtige Konsistenz und Bindung sorgt. Dazu passend gibt es Wursthüllen mit Comic-Motiven flotter Superhelden aus der Tierwelt. **Halle 7, Stand B 67**



**holac Maschinenbau**

**Stets perfekt geschnitten**

Einen Besuch auf seinem Messestand empfiehlt auch holac Maschinenbau Interessierten aus dem Metzgerhandwerk. Mit Highlights wie dem Würfelschneider Cubixx 100 L oder dem Scheibenschneider Sect 230 hat der schwäbische Schneidespezialist sein Messeprogramm ganz auf die Anforderungen des Handwerks ausgerichtet. Neben ihrer Robustheit punkten die Maschinen vor allem mit ihrer Flexibilität. So können Metzgereien mit den sogenannten „Speckschneidern“ viele andere Produkte verarbeiten, die dort oft noch von Hand geschnitten werden – neben Speckwürfeln, Geschnetzeltem & Co. auch Wurstsalat extra fein, Ochsenmaulsalat oder sogar Rouladen. Das ist schon mit der Cubixx 100 möglich, der kleinsten Schneidemaschine des Unternehmens. Für das Schneiden unterschiedlicher Produkte ist nur

ein kurzer Werkzeugwechsel nötig. In Kombination mit einem Scheibenschneider wie dem Sect 230 schneidet der Anwender komfortabel auch Steaks, Koteletts und Speckschneiben. **Halle 9, Stand D 30**



Fotos: Raps: Düker-Rex Fleischeremaschinen, NovaTaste, holac Maschinenbau

Syner.Con

## Zwei neue Apro.Con-Apps

Am Stand mit seinem Partner Graef präsentiert Syner.Con Neues zur Warenwirtschaftslösung Apro.Con und der Software pep4 zur Unternehmenssteuerung. Das Modul Abverkauf gewährleistet einen reibungslosen Daten- und Informationsaustausch zwischen Apro.Con und den Waagen- und Kassensystemen in Filialen. Mit der App POS-Manager bringt Apro.Con die Funktionalität des Moduls auf mobile Android- und iOS-Endgeräte wie Smartphone und Tablet. Filialmitarbeiter können so ohne Desktop-PC etwa neue Verkäufer auf Waagen anlegen, Preise ändern oder Umsatzzahlen aufrufen. Die Order Manager App ist als Stand-alone-Lösung für kleinere Betriebe attraktiv, die keine große Desktop-Lösung benötigen. Filialen, die einen Webshop betreiben und „Click & Collect“ anbieten, können Bestellungen bis zur Abholung managen.

**Halle 7, Stand C 20.1**



Weber Maschinenbau

## Wertschöpfung erhöhen

Gleich mehrere Innovationen zeigt Weber Maschinenbau auf der Messe. Eine davon ist die kompakte Entvliesmaschine AMS 400 Eco, die Sehnen und Vlies präzise und sicher vom Muskelfleisch trennt. Sie gilt als Einstiegsmodell in das professionelle Entvliesen.

Metzgereien profitieren damit doppelt: durch die äußere Veredelung für eine attraktive Produktpräsentation in der Theke und eine deutliche Steigerung ihrer Wertschöpfung. Dies gelingt durch die Veredelung und einem somit höheren Verkaufspreis, durch die Reduzierung der Bearbeitungszeit und der Betriebskosten.

Außerdem neu ist ein kompletter Arbeitsplatz inklusive Zerlegetisch und abgehängtem Entschwarzer, der einen schnellen Wechsel zwischen der Bearbeitung mit oder ohne Entschwarzer ermöglicht. Der Slicer weSlice 1000 ist auf die Aufschnittproduktion im Handwerk abgestimmt und durch optionale Rollen auf verschiedenen Arbeitsplätzen einsetzbar. Die kompakte Tiefziehverpackungsmaschine wePack 7000 wurde nach Kundenanforderungen konfiguriert. Mit einer maximalen Ziehtiefe von 150 mm lassen sich damit verschiedene Packungsarten von reinen Transport- oder Großverbraucherpackungen bis hin zu SB-Hartfolienpackungen herstellen. **Halle 9, Stand A 40**



Van Hees

## Das Auge isst mit

Für die kalte Jahreszeit präsentiert Van Hees drei neue Produkte, die Wurst und Schinken glanzvoll ummanteln, Leberwurst und Pasteten cremiger machen sowie den Look paniertes und überbackener Spezialitäten optimieren. Die grobe, bunte Würzpanade Vantasia® Panier-Quick Knusper-Bete oGAF mit Anteilen von Leinsamen, Roter Beete und anderen Gemüsen macht panierte Schnitzel, Koteletts und vegetarische Alternativen extra kross. So entstehen bunte, ballaststoffreiche Spezialitäten – ohne deklarationspflichtige Allergene und zugesetzte Geschmacksverstärker.

Als „Mantel“ für Wurst und Schinken eignet sich die Prallo® Tauchmasse. Aus dem Compound zur Herstellung essbarer Überzugsmassen auf der Basis von Gelatine wird mit heißem Wasser eine verzehrfertige Tauchmasse hergestellt. Nun entsprechende Produkte damit ummanteln. Den typischen Charakter des jeweiligen Fleischerzeugnisses unterstreichen Dekorgewürze und Schlemmer-Saucen und -Öle. Cremige Leberwürste, -pasteten, -parfaits und -cremes entstehen mit dem pulverförmigen Emulgator Lemal® Plus. **Halle 7, Stand C 42**

# KOLBE HAUTNAH!

BESUCHEN SIE UNS AUF  
DER SÜFFA: STAND 9B12!  
WIR FREUEN UNS AUF SIE!



Paul Kolbe GmbH  
Gewerbestraße 5  
89275 Elchingen

[www.kolbe-foodtec.com](http://www.kolbe-foodtec.com)

**KOLBE**  
FOODTEC

# Die Produktion optimieren

Im Interview spricht Thomas Dippel, Produktmanager bei Vemag Maschinenbau, über die Marktsituation des Fleischer- bzw. Metzgerhandwerks, Innovationen und Investitionen sowie den SÜFFA-Auftritt des Unternehmens.



## Herr Dippel, wie schätzen Sie die Situation des Fleischer- und Metzgerhandwerks ein?

Die Branche befindet sich in einer herausfordernden Situation. Zwar haben die meisten Betriebe die Pandemie-Jahre gut überstanden, stehen nun aber vor Herausforderungen: sinkende Kaufkraft der Kunden, hohe Kosten für Energie und Rohstoffe, sowie dem sich verschärfenden Fachkräftemangel und den teils fehlenden Nachfolgelösungen. Somit sinkt die Zahl der Betriebe insgesamt. Für das Handwerk ist es entscheidend, qualitativ hochwertige, regional orientierte Produkte und Spezialitäten herzustellen. Der Fleischer muss rasch auf die sich verändernde, oft saisonal bedingte Nachfrage der Kundinnen und Kunden reagieren können. Zudem beobachte ich, dass sich viele Fleischereien ein zweites Standbein aufbauen. Sie bieten z. B. zusätzlich Snack- und Convenience-Produkte aber auch immer mehr fleischlose Alternativen an.

## In welchen Bereichen sehen Sie den größten Investitionsbedarf?

Klar können durch Investitionen Produktionsabläufe weiter optimiert und vereinfacht werden. In den Bereichen „Steigerung der Flexibilität“ und „Automatisierung“ sehe ich einen größeren Investitionsbedarf. Auch um Preissteigerungen bezüglich Energie und Rohstoffen sowie dem Fachkräftemangel zu begegnen.



## Welche Lösungen bietet Vemag als Maschinenbauunternehmen?

Unsere Füllmaschinen, in Kombination mit den für das Handwerk entwickelten Vorsatzgeräten, bieten ein schonendes und gewichtsgenaues Portionieren, das Abdrehen von Würstchen, sowie ein sauberes und gewichtsgenaues Abfüllen der Produkte in Gläser und Dosen. Auch die Produktion von Premium-Burger-Patties, Cevapcici, Bällchen oder Catering-Produkten wie Gemüse- oder Kartoffelkroketten, kann mit unseren Lösungen realisiert werden. Bei den Handwerkslösungen bieten wir, je nach Bedarf, die Möglichkeit an, die Füllwolftechnologie mit einzusetzen.

## Wie wird diese Flexibilität erreicht?

Das Stichwort heißt „Baukastenprinzip für maximale Flexibilität“ und für jeden individuellen Anspruch. Das große Portfolio von Füllmaschinen, Vorsatzgeräten und Zubehör ist wie ein Baukasten, aus dem sich Kunden die Bausteine herausnehmen, die sie benötigen. So können wir gemeinsam exakt die Lösungen zusammenstellen, die sie benötigen, um den vielfältigen Ansprüchen an die Endprodukte gerecht zu werden. So wird die nachträgliche Erweiterung auch um Automationslösungen einfach und wirtschaftlich möglich.

## Hygiene spielt natürlich eine große Rolle. Wie sieht es da bei Ihnen mit Lösungen für das Handwerk aus?

Unsere Maschinen sind rundum aus Edelstahl gefertigt und erfüllen höchste Hygiene-Ansprüche. Dank glatter Oberflächen lassen sie sich einfach mit Niederdruckgeräten und handelsüblichen Mitteln reinigen. Besonders der sehr kurz gehaltene Vakuumkanal ist für eine sichere und einfache Reinigung konzipiert. Die gesamte Steuerelektronik liegt geschützt innerhalb der Maschinen in einem dampf- und staubdichten Gehäuse.

## Was erwartet die Besucherinnen und Besucher auf der SÜFFA?

Ich freue mich sehr auf das persönliche Treffen und den Austausch mit Fachbesuchern und unseren Partnern. Aktuell laufen die Feinabstimmungen unserer neuen Maschinen und Vorsatzgeräte. Wir zeigen Lösungen für mehr Flexibilität und weniger Arbeitsschritte in der Produktion, etwa unsere neue Füllmaschine DP6. Dazu kommen weitere Highlights, der Besuch bei uns in Halle 7, Stand C 10, lohnt sich! **red Herr Dippel,**  
**vielen Dank für das Gespräch.**



### Schrutka-Peukert Metzgerei der Zukunft

Unter diesem Motto

präsentiert Schrutka-Peukert eine Reihe marktreifer Lösungen für den Verkauf und die Produktpräsentation, z.B. den funktionsfähigen „Selbstläuferladen“ als autonomer Verkaufscontainer oder Hybridlösung für ein bestehendes Geschäft. Vom Container/Trailer über die Inneneinrichtung inklusive Hard- und Software und den nötigen Verpackungslösungen wird gezeigt, wie ein solches Konzept integriert und profitabel betrieben werden kann. Partner aus den Bereichen Verpackung und autonomes Bezahlen sind am Stand vertreten. Eine weitere Neuheit ist die gegenüber dem Vorgänger bis zu 20 cm schlankere Ergo-Kontakt-Kühltheke mit Kipp- oder Hebeglasaufsatz. Durch die konstruktive Erhöhung der Auslagefläche müssen Mitarbeiter nicht mehr so tief hinuntergreifen, um an die Ware zu gelangen. Auch die Problematik des Hineinlegens der Ware, z.B. bei Mitarbeitern mit geringer Körpergröße, gehört so der Vergangenheit an. Die Theke verbraucht auch dank höherer Einspritztemperatur weniger Energie. Ein Highlight wird zudem hochwertiges Dry Aged-Schweinefleisch alter Rassen aus der Salzreife kammer sein. **Halle 7, Stand C 81.1**

Fotos: Miveg, Schrutka-Peukert



Miveg

### Grillspieße leicht gemacht

Viele Grillspieße – wie von Hand gesteckt, in hoher Qualität und großer Auswahl – noch wirtschaftlicher herzustellen, gelingt mit den Spießmaschinen von Miveg. Das Unternehmen verfügt dabei über eine 50-jährige Erfahrung. Das Ziel: Spieße, mit weniger Mitarbeitern in kürzerer Zeit. Qualitativ hochwertige und gewichtsgleiche Produktergebnisse bei leichter, systematischer Bedienung zeichnen die Maschinen laut Hersteller aus. Als Einstiegsmodell eignet sich das Stick System 480 mit der Möglichkeit, durch die patentierte Kassettentechnik zu skalieren – bis hin zur automatischen Produktion. Im neuen Design präsentieren sich die Spießgeräte Stick System 72 und 108, mit nun noch mehr Variabilität in der Herstellung. Mit dabei am Stand sind auch Grillfackelwickel-Systeme, die 600 Stück/Std. schaffen. Qualitäts-Buchenholzspieße als Rund- oder Flachspieße in verschiedenen Längen runden das Sortiment ab. **Halle 7, Stand B 56**

**KERRY** | Red Arrow®

# The Green Deal

Einsparungspotenzial mit der  
„BEST VERFÜGBAREN TECHNIK“:

- 90 % Wasser & Abwasser
- 80 % CO<sub>2</sub>-Emissionen
- 68 % Chemikalien Reinigungsmittel \*
- 28 % Kostensenkung pro Einheit oder Prozess \*\*
- 50 % Energie für Raucherzeugung und Abluftreinigung
- 71 % Benzo(a)pyren
- 50 % Räuchermaterial \*\*\*
- 33 % Ressourcenverbrauch exkl. Energie

Besuchen Sie uns auf der SÜFFA, Halle 9, Stand B54

**SÜFFA**  
Messe Stuttgart  
21.–23.10.2023  
Halle 9, Stand B54



\* Im Vergleich zu Verbrennungsrauch  
\*\* Inkl. Abluftmessung und Abfallentsorgung (klassisches Räuchern)  
\*\*\* Im Vergleich zu Glimmrauch und Friktionsrauch  
Alle Berechnungen basieren auf dem Life Cycle Assessment vom DIL (Deutsches Institut für Lebensmitteltechnik e.V.) im Auftrag von Kerry | Red Arrow.

Bio-zugelassen

Red Arrow Handels-GmbH Deutschland | Telefon: +49 421 59 65 70 | [verkauf@red-arrow-deutschland.de](mailto:verkauf@red-arrow-deutschland.de)  
Red Arrow is a registered Trade Mark of Kerry.  
Kerry.com

# „ Handwerklich hergestellte Spezialitäten vom Metzger des Vertrauens ...“



„... sind für mich persönlich immer das Beste. Ein Metzger aus dem Handwerk trägt seine ganz eigene Handschrift im Produkt, sei es die Würzung oder der Herstellungsprozess. Am Ende zählt der Geschmack. Mit Sorgfalt ausgewähltes Fleisch und die hinzukommende oft jahrelange Erfahrung heben Handwerksbetriebe aus der Masse deutlich hervor.“

**Jana Schad, Sachbearbeitung, Rudolf Schad**



„... sind qualitativ hochwertig, frisch und schmackhaft. Sie gehören zur deutschen Esskultur und sind landesweit beliebt. Außerdem ist die Vielfalt unglaublich groß, von traditionellen Produkten über neue Varianten von Klassikern bis hin zu unterschiedlichsten Kreationen im Catering, Außer-Haus-Verzehr und anderem Foodservice.“

**Angelo Wiesinger, Branchenmanager Fleisch- und Wurstwaren/Tiernahrung, A. Handtmann Maschinenfabrik**



„... sind einzigartig und stehen für herausragende Qualität und Geschmack. Als Anlagenhersteller verstehen wir die Bedeutung handwerklich hergestellter Spezialitäten vom Metzger des Vertrauens. Die traditionelle Handwerkskunst und das Fachwissen, die hinter diesen Produkten

stehen, sind ein Schatz, den es zu bewahren gilt. Unsere Maschinen und Anlagen tragen dazu bei, dass Metzger ihre handwerkliche Expertise optimal nutzen können, um unverwechselbare Produkte herzustellen. Dies kann von traditionellen Wurstwaren bis hin zu innovativen Fleischspezialitäten reichen, die regional und überregional geschätzt werden. Wir sind stolz darauf, einen Beitrag zur Bewahrung und Förderung dieser handwerklichen Tradition zu leisten, indem wir innovative Technologien entwickeln, die den Metzgern dabei helfen, ihre einzigartigen Produkte weiterzuentwickeln und zu verfeinern.“

**Denis Gabriel, Marketing & Sales Manager, Fessmann**



„... schmecken wesentlich besser als großindustriell hergestellte Produkte.“

**Michael Dörr, Leiter Fachberatung, Hagesüd Interspace Gewürzwerke**



„... überzeugen die Kunden, weil das Handwerk zu 100 % hinter seinen Produkten steht. Dabei ist die Qualität der Produkte hoch und die Unternehmerinnen und Unternehmer haben einen direkten Draht zum Kunden. Außerdem können die Experten und Expertinnen des Fleischerhandwerks schnell und flexibel auf Kundenwünsche eingehen und diese erfüllen.“

**Patrick Friederix, Verkaufsleiter Deutschland, Vemag Maschinenbau**



„... sind und werden immer etwas ganz Besonderes bleiben.“

**Kevin Eberhardt, Geschäftsführer, Eberhardt GmbH**



„... stehen für Kompetenz, Qualität, kreative Vielfalt und spiegeln immer den typischen Geschmack der jeweiligen Region wider.“

**Andreas Gillrath, Verkaufsleitung Handwerk Deutschland, Wiberg – Gewürzmüller – Gewürzmühle Nesse**





„... sind Genuss, Erlebnis und Leidenschaft!“

**André Michel, Head of Skinner,  
Weber Maschinenbau**



„... lieben wir, am besten perfekt gewürzt mit Sicherheit von Beck Gewürze!“

**Manfred und Maximilian Beck, Geschäftsführung,  
Beck Gewürze und Additive**



„... sind mehr als nur Lebensmittel – sie verkörpern regionale Köstlichkeiten, die Tradition mit Kreativität verbinden. Geschmackvoll, lecker und vielfältig bieten sie eine kulinarische Reise durch lokale Geschmackswelten, während sie zugleich den Grundgedanken der Nachhaltigkeit

unterstützen. Einzigartig in ihrer kundenindividuellen Gestaltung sind diese Spezialitäten keine Massenprodukte, sondern auf die Bedürfnisse jedes Einzelnen zugeschnittene Meisterwerke. Von herzhaften Wurstwaren bis hin zu delikaten Schinkensorten, bieten sie eine beeindruckende Vielseitigkeit und Abwechslung, die jeden Besuch beim Metzger des Vertrauens zu einer Entdeckungsreise für den Gaumen macht. In einer schnelllebigen Welt bieten handwerklich hergestellte Spezialitäten eine Verbindung zu unseren Wurzeln und eine Gelegenheit, den Moment zu genießen. Sie sind Erinnerungen, Geschmackserlebnisse und Ausdruck von Handwerkskunst – eine Reise durch die kulinarische Vielfalt unserer Heimat.“

**Heinz Joeris, Leiter Fleischerhandwerk, Moguntia Food Group**



beam

## Digitale Dampfsauger

Premiere in Stuttgart feiern die digitalen Versionen des Dampfsaugers Blue Evolution S+ und XL+ von beam – inklusive Touchscreen. Alle Geräte der Blue-Evolution-Serie sind HACCP-zertifiziert. Die von Marco und Robert Wiedemann entwickelten Dampfsaugsysteme sorgen für Aufsehen, da sie zweifach effektiv gegen Keime sowie Bakterien wirken und auch Viren inaktivieren: direkt bei der Oberflächenbehandlung mit bis zu 180°C heißem Trockendampf und über eine UVC-Lichtbestrahlung im Wasserfilter. Bei der Reduktion der Keimzahl erreichen die Dampfsauger eine Keimreduzierung von 2,89 log-Stufen. Zudem verfügen die neuen Geräte über ein WLAN-Modul und sind so für den Remote-Service vorbereitet. Das gibt dem Hersteller und Kunden neue Möglichkeiten bei der Wartung und im Servicefall. Das Modell Blue Evolution S+ verfügt über noch mehr Leistung und arbeitet, ebenso wie die Kraftstrom-Variante Blue Evolution XL+, mit einem Druck von bis zu 10 bar. **Halle 9, Stand D 48**



**SÜFFA 2023**  
HALLE 9,  
STAND A30

ZERTIFIZIERT  
★  
**HYGIENE & SICHERHEIT**  
★  
ZERTIFIZIERT

# GENUSS-FAKTOR GARANTIERT

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

Kutter, Wölfe und Mischwölfe für Handwerk und Industrie.



kgwetter.de/hygieneplus



**Handtmann Maschinenfabrik**  
**Dosieren leicht gemacht**

Im Bereich Dosieren zeigt Handtmann Technik die den Alltag erleichtern kann, egal ob weiche, pastöse, stückige, feste oder kalte Produktmassen via Vakuumfüller grammgenau portioniert werden sollen. Mit dem Dosierventil DV 85-1 gelangen etwa bis zu 90°C heiße Suppen oder Soßen als Topping oder direkt in Becher, Schalen, Gläser oder Tiefziehverpackungen. Hohe Flexibilität ist beim Dosieren und Abteilen durch zwei Auslassvarianten gegeben: 22 mm Auslassdurchmesser mit Ausstoßkolben und 8 mm Auslassdurchmesser mit Stempel. Loch- und Sterntüllen sind in den Durchmessern von 4, 5, 7, 9, 11, 13 mm wählbar.

Zur automatisierten Herstellung hüllenloser Wurstspezialitäten, Suppeninlagen und Füllungen eignet sich als Vorsatzgerät das Dosierventil 85-10. Die Produktionsleistung beträgt bis zu 150 Portionen/Min. Schonend dosiert werden so konstant gleichmäßige Portionsgrößen direkt in Brühkessel, Behältnisse oder auf Transportbänder portioniert. Zudem lassen sich die Produkte variabel in Durchmesser und Kaliber mit wechselbaren Adaptern (Größenbereich: 11 bis 42 mm) umsetzen. Produktbeispiele sind Spezialitäten wie darmlose Brat- oder Wollwürste, Bratknödel oder Füllungen für Kohlrouladen sowie Teigtaschen. **Halle 9, Stand C 10**



**Silikal**  
**Robuste Fußböden**

Über seine robusten und hygienischen Bodensysteme auf Basis von Methylmethacrylat (MMA) informiert Silikal. Die Systeme des Reaktionsharz-Spezialisten sind in allen Bereichen des Fleischerhandwerks, z. B. in der Verarbeitung, Kühl- und Tiefkühlagern, Sozialräumen und repräsentativen Räumen im Einsatz und erfüllen projektbezogene Erfordernisse. Reaktionsharze sind beständig gegen viele Laugen, Salze, Öle und Fette. Die fugenlos geschlossene Oberfläche der Böden kann mittels Hohlkehlen abgeschlossen werden, so dass unhygienische Ecken nicht entstehen können. Mit besonderen Varianten, z. B. Concrete Look, gibt es auch Fußböden für Verkaufs- und Verwaltungsräume, in denen der Boden das Ambiente hervorheben soll. Bei Neubau und Sanierung punkten MMA-Böden mit schneller Installation. Die Verlegung gelingt über Nacht ohne Betriebsunterbrechung. Eine Stunde nach dem Aufbringen der letzten Schicht sind die Silikal-Harze ausgehärtet und der neue Boden ist voll belastbar. **Halle 7, Stand D 31**

**Seydelmann**  
**Multifunktionaler Mischwolf**

Auch die Maschinenfabrik Seydelmann wird mit vielen Neuheiten vertreten sein. Von jeher überträgt das Unternehmen Neuerungen der Industrie ins Handwerk und umgekehrt. Dieses Prinzip liegt auch dem neu entwickelten Automatenmischwolf AE 130 M zugrunde. Dieser vereint bei niedriger Bauhöhe und geringem Platzbedarf drei Funktionen und erhöht so die Flexibilität in der Produktion. Er ermöglicht das Mischen und Homogenisieren und anschließende Wolfen über den Wolfauslass. Dank entnehmbarem Mischwerk und großer Zubringerschnecke ist er als reiner Automatenwolf einsetzbar und kann auch ganze Muskelstücke zuverlässig dem Schneidsatz zuführen. Der Einsatz als reiner Mischer mit Entleerung über die separate Entleerklappe rundet die Einsatzmöglichkeiten ab. Optional kann er mit einem manuell oder pneumatischen Trennsatz, der neuen Schneidtrommel und einer Hebevorrichtung für E2-Kisten ausgestattet werden.

Die Schneidtrommel ist seit Jahren bei den Industrierölfen bis Auslassgrößen bis 200 mm im Einsatz. Sie gewährleistet das effiziente Austrennen von Hartteilen wie Knochenstücken, Knorpeln oder Sehnen. Auch Kunststoffteilchen oder Folienreste werden ohne weitere Zerkleinerung ausgetrennt. Das System arbeitet berührungsfrei und daher ohne Metallabrieb. **Halle 9, Stand A 10**



**Multivac**  
**Automatisiert verpacken**

Effiziente Einstiegslösungen für das Verarbeiten und Verpacken von Fleischprodukten in kleinen und mittleren Chargen stellt Multivac vor. Das kompakte Portioniersystem GMS 400 verarbeitet fast jede Art von Fleisch und erfüllt unterschiedliche Portionieraufgaben: Medaillons, Schnittel, Carpaccio und größere

Bratenstücke mit oder ohne Knochen von Schwein, Lamm oder Kalb. MultiFresh™ Vakuüm-Skinverpackungen in kleinen Chargen auf wenig Raum verpacken die Tiefziehverpackungsmaschine R 105 MF und der Traysealer T 255, der dank ergonomischem Drehtisch und Schalenhebern eine hohe Leistung bietet. Zudem wird die Doppelkammermaschine C 450 gezeigt. Während darin in der ersten Kammer verpackt wird, lässt sich die zweite Kammer entladen und wieder beladen. Ein weiterer Schwerpunkt sind nachhaltige Verpackungen, die den Packstoffverbrauch reduzieren und die Recyclingfähigkeit erhöhen. **Halle 7, Stand A 31**

Treif | Marel

## Vernetzen und verändern

Automatisierung und Digitalisierung – auf der SÜFFA 2023 können sich Verarbeiter mit den Branchenspezialisten von Marel, Maja und Treif vernetzen und erfahren, wie das gemeinsame Know-how und das erweiterte Portfolio der drei Unternehmen fortschrittliche Lösungen zur Steigerung von Ausbeute, Durchsatz und Nachhaltigkeit bieten. Maja und Treif bieten seit über 70 Jahren Lösungen für Metzgereien und Einzelhändler und kamen 2018 bzw. 2020 zu Marel. Beide werden weiterhin eigene Anlagen herstellen. Auf dem Stand gezeigt werden etwa platzsparende Schneidemaschinen wie I-Cut 11 und Divider startUp, welche die Rohstoffausnutzung präzise und flexibel steigern oder „A-Skin“, die die Ausbeute verbessert und hohe Hygienestandards setzt. Von Einzellösungen bis hin zu integrierten Linien, von der Sekundär- über die Weiterverarbeitung bis hin zu Eiserzeugern – modular, skalierbar und vernetzt deckt Marel das gesamte Spektrum der Anforderungen ab, um die Lebensmittelverarbeitung für Unternehmen jeder Größe zu transformieren.

**Halle 9, Stand C 40**



Seitz + Kerler

## Anforderungsgerechte Bodensysteme

Seit über 60 Jahren sorgen Bodenbeläge von Seitz + Kerler für mehr Hygiene in Betriebsstätten. Die Systeme des Familienbetriebs stehen nach eigenen Angaben für Rutschsicherheit, mechanische Belastbarkeit, Chemikalienbeständigkeit und Hygiene, besonders im Bereich der Schlachtung, Zerlegung, Verarbeitung und Lagerung. Das Unternehmen verlegt seine Bodensysteme möglichst fugenlos und rundet sie an Wänden und aufgehenden Bauteilen wannenförmig als Hohlkehle aus, um eine einfache Reinigung zu gewährleisten und Schmutzecken zu vermeiden. In Stuttgart präsentiert es etwa das kunstharzmodifizierte Monile® System, das eine Aufbaustärke von 10-12 mm besitzt und sich für Nassbetriebe eignet. Für Räucher- und Kochkammern gibt es mit dem Seilo PUR Polyurethanbeton eine widerstandsfähige, robuste Fußbodenbeschichtung. Seilo® CRYL und Seilo POX Kunstharzbeschichtungen können in Verkaufsräumen und Sanitärbereichen zum Einsatz kommen. **Halle 7, Stand C 56**



Fotos: Treif Part of Marel, Vemag Maschinenbau, Seitz + Kerler



Vemag Maschinenbau

## Mehr Würstchen und Rechteckiges

Auf dem Messestand von Vemag Maschinenbau zu sehen sind eine neue Vakuumfüllmaschine, ein vielfältiges Vorsatzgeräteprogramm sowie innovative Neuerungen für frische Produktideen und mehr Vielfalt in der Verkaufstheke. Die Würstchenlinie VS227 plus (o.) ist auf mittelständische Bedürfnisse zugeschnitten und ist laut Unternehmen durch Anpassungsfähigkeit und Produktivität gekennzeichnet. Damit ist eine gewichtsgenaue Würstchenproduktion – auch bei häufigen Wechseln des Kalibers und unterschiedlichen Würstlängen – bei einem gleichbleibend klaren Produktbild möglich. Zwei Abdrehröhre und der rotierende Zwillingkopf minimieren die Darmwechselzeit auf ein Minimum. Die Maschine verarbeitet Natur-, Kunst- und Kollagendärme. Ihre Leistung beträgt bis zu 400 Würstchen/Min.. So lässt sich eine Vielzahl von Würstchen wirtschaftlich und flexibel herstellen. Eine weitere Premiere für mehr Flexibilität und weniger Arbeitsschritte in der Produktion ist eine Abscheidervorrichtung zur Herstellung rechteckiger Produkten aus Hackfleisch oder Massen auf Pflanzenbasis. Das Team um Verkaufsleiter Deutschland Patrick Friederix und Produktmanager Thomas Dippel freut sich auf ein Treffen. **Halle 7, Stand C 10**



**SO WÜRZ' WAS  
MIT DEM ERFOLG.**

**IHR GEWÜRZSPEZIALIST SEIT 99 JAHREN**

**BESUCHEN SIE UNS  
AUF DER SÜFFA:  
HALLE 9, STAND C20**




**Victorinox**

### Messer & mehr

Auch im Metzgerhandwerk leisten Messer und Utensilien von Victorinox wertvolle Dienste. Ein Beispiel dafür ist das elegante Fibrox Geflügelmesser mit dem neu designten Sicherheitsgriff und der extra-scharfen Klinge. Seine ergonomische Form sorgt für 360°-Präzision und so liegt es gut in der Hand. Auch für das Arbeitsumfeld bietet das Unternehmen praktische Lösungen an. Der ergonomisch geformte Dual Grip Abziehstahl ergänzt die Dual Grip-Messerkollektion mit einem bequemen Griff aus schwarzem Gummi und rotem Kunststoff. Auch bei anspruchsvollen oder feuchten Bedingungen sei durch den rutschfesten Grip Sicherheit beim Handling gewährleistet. Zum Aufbewahren und Transport der Lieblingsmesser und Utensilien eignet sich auch der widerstandsfähige schwarze Kochrucksack, der ebenso wie viele andere Produkte auf der Messe zu sehen sein wird.

**Halle 7, Stand C 30**

**Eberhardt**

### Tisch ist nicht gleich Tisch

Edelstahlprodukte für die Verarbeitung von Wurst- und Fleischwaren sind das Metier von Eberhardt aus dem fränkischen Lichtenau. Dazu zählen auch Tische in verschiedenen Ausführungen, etwa Standard- und Zerlegetische, Stufen- und Fülltische, Wulstrand- und Packtische oder Hocker. Sie werden im Hygienic Design entwickelt. Die Tischbeine verfügen über höhenverstellbare Kunststoff-Verstellgleiter, die Bodenunebenheiten ausgleichen und eine stabile Arbeitsfläche schaffen. Auf Wunsch sind alle Tische als fahrbare Ausführung erhältlich, was die Flexibilität in der Arbeitsumgebung erhöht. Kunden können sie auch mit speziellen Abstellmöglichkeiten für Eimer, Einwurfschächte inklusive Deckel oder Ablagewinkel zum Einschieben von E2-Kisten erhalten. Beliebt sind die Stufentische, die aufgrund ihrer Konstruktion leicht und keimfrei zu reinigen sind. Zudem gibt es Sonderanfertigungen und individuelle Lösungen, die exakt auf die Wünsche und Anforderungen der Kunden abgestimmt sind. **Halle 9, Stand D 40**


**Kerry | Red Arrow**

### „Green Deal“ mit CleanSmoke

Für Unternehmer gewinnen die Effizienz und die Effektivität der Produktionsabläufe an Bedeutung. Daher präsentiert Kerry | Red Arrow sein CleanSmoke-Räucherverfahren, stellt einfache Wege zur Prozessoptimierung vor und verdeutlicht die Vorteile und Anwendungsmöglichkeiten verschiedener Rauchprodukte. So wurden etwa spezielle Produkte zur Lake-Anwendung kreiert, die Produzenten gepökelter Fleisch- und Wurstwaren eine einfache Möglichkeit bieten, den Herstellungsprozess zu verkürzen. Für Back- und Bratprozesse gibt es Produkte zur Beschleunigung der natürlichen Maillard-Reaktion. So werden Prozesszeiten verkürzt und die Energiekosten sinken. Die natürlich braune Back- und Bratkruste ist gleichmäßig ausgeprägt und der Garverlust wird deutlich reduziert. CleanSmoke ist ein gereinigter Rauch, dem Schadstoffe wie Asche, Teer, PAK's und Benzo(a)pyren entzogen wurden. Die positiv wirkenden Carbonyle, Phenole und Säuren bleiben erhalten und wirken in traditioneller Form auf das geräucherte Lebensmittel. CleanSmoke steht für traditionellen Rauchgeschmack, bessere Textureigenschaften und die gewünschte mikrobielle sowie antioxidative Wirkung. Die Kombination des SmartSmoke-Raucherzeugers mit CleanSmoke ist ökologisch und ökonomisch, da im geschlossenen Kreislauf emissionsfrei geräuchert wird. **Halle 9, Stand B 54**



### Kerres Anlagensysteme Hybrid-Technik

Auf der Messe zeigt Kerres Anlagensysteme Innovationen, die dem Fleischerhandwerk dabei helfen, geschmacklich und geschäftlich erfolgreiche Produkte herzustellen. Ein Beispiel dafür ist das Hybrid-Luftumwälzungssystem mit Wechsellappen für Universal-Rauch-Koch- und Backanlagen. Damit zirkuliert bei jedem Prozess die Umluft vertikal und horizontal, wodurch laut

Hersteller bis zu 30 % kürzere Prozesszeiten, höherer Output, Energieersparnis, weniger Gewichtsverlust und Gleichmäßigkeit bei hoher Wagenbeladung erreicht werden.

Durch den modularen Systemaufbau lässt sich die Anlage je nach Bedarf und jederzeit für eine höhere Produktionsauslastung erweitern. Die Klimaanlagen veredeln Fleisch-, Fisch-, Käse und Wurstprodukte vollautomatisch und schonend. Bei der gleichmäßigen Produktreifung bleiben die natürlichen Geschmacksstoffe, das Aussehen und die Farbe der Lebensmittel erhalten. Dafür sorgt eine innovative Technik, die den Reifeprozess präzise und produktgemäß steuert. Es sind flexible Größen von 1 bis 150 Wagen und alle gängigen Beheizungsarten und Kühlmittel möglich. **Halle 9, Stand A 60.2**

# Das Beste für das Handwerk: **Seydelmann Hochleistungskutter und Hochleistungswölfe**



Hochleistungskutter K 90 AC-8 und Mischwolf MD 114



**Maschinenfabrik Seydelmann KG**

info@seydelmann.com

Tel. +49 (0)711 / 49 00 90-0

www.seydelmann.com

Fax +49 (0)711 / 49 00 90-90

Hölderlinstraße 9 | 70174 Stuttgart | Germany

**Kutter  
 Mischer  
 Wölfe  
 Feinstzerkleinerer  
 Produktionslinien**

**Sponsor**



**NATIONAL  
 MANNSCHAFT  
 DES FLEISCHER  
 HANDWERKS**



# Das Beste für das Handwerk:

## Seydelmann Hochleistungskutter und Hochleistungswölfe



Mischwolf MD 114

### VORTEILE SEYDELMANN MISCHWÖLFE

- Vermischung einzelner Zutaten
- Besonders geeignet zur Zerkleinerung von frischem, angefrorenem und gekochtem Fleisch, Leber, Spinat und anderen Lebensmittelprodukten
- Sehr hohe Stundenleistungen und klares Schnittbild
- 2-tourige Arbeitsschnecke mit Kurzzeit-Rückwärtsgang
- Schutzgitter mit Abschaltkontakt verhindert das Eingreifen in das laufende Mischwerk
- Mischwerk mit zwei kräftigen Armen oder optional mit Paddeln



### VORTEILE SEYDELMANN HOCHLEISTUNGSKUTTER

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



Hochleistungskutter K 90 AC-8

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





# Rauchig und orientalisches

**Im Winter motten viele Genießer ihren Grillrost oder Gasgrill nicht ein. Denn auch in der kühlen Jahreszeit sind abwechslungsreiche Geschmacksnoten aus aller Welt gefragt.**

**S**tatt einer echten kulinarischen Weltreise lassen sich internationale Geschmacksnoten auch in heimischen Gefilden erleben, z. B. mit kreativ gewürzten Spezialitäten aus der Metzgerei. Mit rauchigen und asiatisch-exotischen Nuancen in seinen Produkten ermöglicht die Moguntia Food Group eine winterliche Reise durch Amerika und den Orient. „Wir freuen uns darauf, eine ganz neue Dimension des winterlichen Grillens auf den Tisch zu bringen. Unsere Kreationen zeichnen sich durch intensive Rauchnoten aus, die eine warme und einladende Atmosphäre erzeugen. Gepaart mit traditionell orientalischen Geschmäckern, entsteht eine kulinarische Reise, die die Sinne anspricht und den Geist belebt“, sagt Miguel Rosch, Head of Marketing Deutschland bei der Moguntia Food Group.

## Wie beim US-BBQ

Vor allem das US-amerikanische BBQ mit seinen verschiedenen Rauch-Techniken und starken Aromen durch Holzsorten wie Hickory, Walnuss, Buche und Obstholz sowie Gewürze wie scharfe Paprika, Chili oder geräucherter Koriander kann im Winter punkten, da diese den Gerichten das gewisse Etwas verleihen. Mit der Trockenwürzmischung „American BBQ Spice“ etwa gelangt ein rauchiger Geschmack direkt ans Fleisch und vermittelt ein typisches American BBQ-Gefühl beim Essen. Eine ausgeprägte Rauchnote mit leicht fruchtigen sowie süß-sauren Aromen weisen veredelte Grillspezialitäten durch den Einsatz der „Smokey BBQ Sauce“ auf.

**„Entdecken sie mit uns eine neue Art des winterlichen Grillens, bei der Genuss und Tradition in harmonischer Einheit verschmelzen.“**

Miguel Rosch

## Orientalisches im Trend

Für viele stellt der Winter eine direkte Assoziation mit den Traditionen und Bräuchen rund ums Weihnachtsfest dar, dessen Wurzeln einen orientalischen Ursprung haben: von der Geburt Jesu in der Krippe bis hin zu den Geschenken der Hl. Drei Könige – Gold, Weihrauch und Myrrhe. Alles das führt zu den traditionellen orientalischen Aromen und Gewürzen, die in der Adventszeit verwendet werden und heute weltweit berühmt sind. Das „Trendmagazin Orient“ enthält viele Ideen und Produkte mit authentisch-orientalischen Geschmacksrichtungen, welche die Kreativität am Grill und in der Küche anregen und Menschen dabei helfen, schöne Erinnerungen aufzubauen.

Für eine Extraportion Würze und Schärfe sorgt auch die Marinade „Dekora® Piri Piri Brillant“, die Speisen eine brillante rotbraune Optik und eine kräftige Chili-Würzung

verleiht. Sie lässt sich leicht mit Zutaten wie Ananas, Avocado oder Süßkartoffel kombinieren, um original orientalische Rezepte einfach herzustellen. Der Newcomer in der Trendküche ist die Marinade „Aromette® Jiao Yan“, die laut Moguntia mit Zimt und leichten Ingwer- und Kurkuma-Noten ein Geschmackserlebnis bietet und durch ihr frisches und farbenfrohes Aussehen schnell Zuspruch bei den Kunden und Kundinnen finden kann.

red

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



# „Wurst aus dr Dos'“

Mit einem Neubau machte die  
Ellwanger Metzgerei Bühler einen  
mutigen Schritt in die Zukunft.

---





**D**osen, Dosen, Dosen“, antwortet bfm-Fachberater Florian Hamberger, wenn er nach der Metzgerei Bühler gefragt wird und was sie auszeichnet. Dosen sind das Aushängeschild, der Ursprung und die Essenz der Metzgerei aus dem Ostalbkreis. Schon ihr Gründer Vitus Bühler hat mit 18 Jahren 1973 – im Keller seines Elternhauses – begonnen, sich auf Dosen und Konserven zu spezialisieren. 1986 eröffnete der gelernte Metzger seine eigene Metzgerei, die heute von seinem Sohn Christian Bühler und dessen Ehefrau Sandra geführt wird. Doch über die Jahre wurde immer deutlicher, dass die Kapazitätsgrenzen des alten Ladens erreicht waren. Zumal dieser gute 30 Jahre auf dem Buckel hatte. Also entschloss man sich 2018 zum großen Neubau. Drei Jahre Planungs-, Vorbereitungs-, Genehmigungs- und Bauzeit vergingen. Nun ist der Neubau in Betrieb und ein wahres Schmuckstück, in dem gleich mehrere Funktionen vereint werden.

### Nicht nur Metzgerei

Der „Dosenmarkt“ findet hier Platz, ebenso wie der klassische Laden mit frischen Wurst- und Fleischwaren, Mittagsimbiss mit Sitzbereich und die hauseigene Produktion. Bei der Optik wurde auf zeitloses Wohlgefühl gesetzt. Moderne Elemente treffen auf Holz und Mikrozement, der in einer speziellen Spachteltechnik aufgetragen wurde. Zurückhaltendes Schwarz bei den Verkleidungen und Lampen lenkt den Blick automatisch auf die Waren. Diese kommen in der bfm-Theke Free Spirit sowie in Wurstturm und den wasserlosen Imbissstheken zur Geltung.

In SB-Regalen, die von hinten befüllbar sind, warten die Wurstkonserven, ebenso wie Fertigprodukte, etwa Rindsrouladen, auf Käufer. Zudem wird das Sortiment um regionale Produkte, etwa Honig oder Kartoffeln erweitert, so dass die Kundschaft mehr einen Regionalmarkt, denn eine bloße Metzgerei betritt. Neben der Sortimentserweiterung ist der Einstieg ins Imbissgeschäft eine weitere große Veränderung, die mit dem Neubau einherging. Mehrere Tagesgerichte stehen auf der Speisekarte.

### Mut wurde belohnt

Rund 50 Beschäftigte arbeiten in der Produktion, im Verkauf oder an den zwei Kassenplätzen. Bewusst wurde bei der Planung darauf geachtet, dass der Laden auch mit weniger Personal gut betrieben werden kann. Vor allem die Frische-Theke, so Sandra Bühlers Beobachtung, erfordert geschultes Personal. Dank des neuen Ladens erreichen sie sogar Initiativbewerbungen. Nicht nur die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind überzeugt, sondern auch die Kunden kommen gerne. „Der große Parkplatz ist immer gefüllt“, freut sich Sandra Bühler. Mit dem Abholfenster und einer Vorbestell-App haben ihre Kunden einen weiteren Weg, um schnell und einfach an ihre Waren zu kommen. Die meisten aber kommen in den Laden, genießen die lichten Sitzplätze am großen Fenster und die gemütliche Atmosphäre, zu der die Holzelemente, moderne Lampen und gepolsterte Sitzmöbel mit floralen Mustern beitragen. Der mutige Schritt zum Neubau hat sich ausgezahlt – getreu des Metzgerei-Mottos „Stark und groß, durch Wurst aus dr Dos!“

[www.bfm-ladenbau.de](http://www.bfm-ladenbau.de), [www.partyservice-buehler.de](http://www.partyservice-buehler.de)

red

**SÜFFA: Halle 7, Stand B 20**



**VICTORINOX**

## FIBROX DUAL GRIP SCHWEIZER MESSER FÜR DEN PROFI



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

# „Eine Ausbildung im Fleischerhandwerk ist wichtig, weil...“

**Nachfolgend nehmen ausgewählte Branchenexperten und -expertinnen zum Dauerthema des Nachwuchsmangels Stellung und begründen, warum es sich lohnt, eine Ausbildung im Metzgerhandwerk zu absolvieren.**



„... sie dem Produkt die Würde zurückgeben, die es verdient hat. Sie fördert außerdem die Kreativität und Innovationsfähigkeit der Fachkräfte, die unsere Anlagen nutzen, um neue und einzigartige Fleischprodukte zu entwickeln und somit unsere Branche weiter voranzubringen.“

**Denis Gabriel, Marketing & Sales Manager, Fessmann**



„... sie unseren Nachwuchs mit einer fundierten Grundlage in der Nahrungsmittelwirtschaft ausstattet und ihm eine völlig neue Perspektive in einem spannenden Berufsfeld eröffnet, das zahlreiche Karrieremöglichkeiten bietet. Das Fleischerhandwerk fungiert als bedeutender regionaler Nahversorger und vermittelt gleichzeitig traditionelle Werte, die das Fundament unserer Kultur bilden. Die vertiefenden Kenntnisse der Fleischerhandwerks-Wurzeln bleiben dank einer anspruchsvollen Ausbildung im Fleischerhandwerk nach wie vor von größter Bedeutung – sowohl für das konkrete Verständnis aktueller Prozesse als auch für die zukünftige Weiterentwicklung der Branche. Tradition trifft Innovation – die kontinuierliche Weiterentwicklung ist der Schlüssel zur Sicherung einer aussichtsreichen Zukunft und zum Wachstum der Fleischerhandwerksbranche. Dabei sind neue Ideen für die bevorstehenden Transformationsphasen gefragt, die erst durch eine ansprechende und umfassende Ausbildung und eine neue, junge Generation in die Tat umgesetzt werden können.“

**Heinz Joeris, Leiter Fleischerhandwerk, Moguntia Food Group**



„... das Kulturgut Metzger erhalten bleiben muss.“

**André Michel, Head of Skinner, Weber Maschinenbau**



„... Fleisch ein wichtiger Bestandteil in der Ernährung ist und durch die richtige Verarbeitung ein sicheres Lebensmittel gewährleistet werden kann. Man trägt dazu bei, dass die Gesellschaft ein gutes, nahrhaftes und vor allem hochwertiges Lebensmittel erhält.

Dazu kommt, dass die Arbeit in einem gleichermaßen traditionellen als auch modernen Beruf viel Spaß bereitet. Der Beruf ist abwechslungsreich und befindet sich stets im Wandel – es wird also nie langweilig.“

**Michael Dörr, Leiter Fachberatung, Hagesüd Interspice Gewürzwerke**



„... es ein Handwerk mit sehr langer Tradition ist, welche erhalten bleiben muss und als Innovationstreiber einer ganzen Industrie dient.“

**Kevin Eberhardt, Geschäftsführer, Eberhardt GmbH**



„... auch in Zukunft qualitativ hochwertige Wurst- und Fleischerzeugnisse nachgefragt werden. Nur eine Ausbildung als Basis für fundiertes theoretisches und praktisches Know-how kann diese Qualität sicherstellen. Es ist ein wertvolles und anspruchsvolles Handwerk mit vielen Facetten, das sich stetig weiterentwickelt, viele interessante, neue Produkte hervorbringt und sich auch

laufend an neue Ernährungs-, Verzehr- und Vermarktungsformen anpasst.“

**Angelo Wiesinger, Branchenmanager Fleisch- und Wurstwaren/Tiernahrung, Albert Handtmann Maschinenfabrik**

Fotos: NovaTaste, Beck Gewürze und Additive, Rudolf Schaad, Vemag Maschinenbau



„... sie unzählige Möglichkeiten zum weiteren beruflichen Aufstieg in vielen Branchen bietet.“

**Andreas Gillrath, Verkaufsleitung Handwerk Deutschland, Wiberg – Gewürzmüller – Gewürzmühle Nesse**



„... wir uns im Wandel in Bezug auf Lebensmittel und Bewusstsein im Umgang mit Ernährung befinden. Vegetarische/vegane Ernährungsformen sind im Aufschwung und stoßen ein Umdenken bezüglich tierischer Erzeugnisse an. Umso mehr rücken heimische und regionale Betriebe in den

Vordergrund. Den Konsumenten wird es wichtiger, woher das Fleisch kommt, wie die Haltungsform ist und die vorteilhaften Auswirkungen auf die Qualität des Produktes. Das Fleischerhandwerk braucht Nachwuchs, da die Nachfrage nach regionalen Metzgern steigt. Fleisch wird nicht mehr überall als Massenprodukt angesehen, sondern als Genuss.“

**Jana Schad, Sachbearbeitung, Rudolf Schaad**



„... das Metzgerhandwerk sonst verschwindet und die handwerklich hergestellten Produkte in ihrer Vielfalt und Einzigartigkeit verlorengehen. Gerade die vielseitigen Geschmacksvariationen vieler Produkte in den unterschiedlichsten Regionen im In- und Ausland zeigen uns, wie bunt, kreativ und individuell unser

Handwerk ist und bleiben muss!“

**Maximilian Beck, Geschäftsführung, Beck Gewürze und Additive**



„... der Beruf sehr gute Karriere- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie einen sicheren Arbeitsplatz bietet. Das Fleischerhandwerk ermöglicht es, seine Ideen direkt umzusetzen und kreativ zu sein. Der Beruf ist spannend, innovativ und vielseitig.

Außerdem gilt das Handwerk als das Kernstück der deutschen Wirtschaft. Es sichert damit die Entwicklung unserer Gesellschaft und somit auch unseren Wohlstand sowie die Vielfalt.“

**Patrick Friederix, Verkaufsleiter Deutschland, Vemag Maschinenbau**





# DIE FLEISCHER APP

## Vorbestellen und noch mehr mit der App für Fleischereien.







**SUFFA**  
 Fachmesse für die Fleischbranche  
**21.–23.10.2023**  
 Messe Stuttgart

**Besuchen Sie uns:**  
 Halle 9, Stand C33

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

Alle Infos gibt es auf [www.diefleischerapp.de](http://www.diefleischerapp.de)



# Regionalität erleben

Seit 25 Jahren macht das Aktionsbündnis „Tag der Regionen“ darauf aufmerksam, wie vielfältig und lebendig die Akteure regionaler Wirtschaftskreisläufe sind. Auch das Fleischerhandwerk ist ein elementarer Grundpfeiler der regionalen Kreislaufwirtschaft.



**Regionalität ist durch kurze Wege transparent und schafft Vertrauen, das sich in Wertschätzung niederschlägt.**

großer Unternehmen kleine und mittlere Unternehmen, die eigenständig und selbstverantwortlich arbeiten und den Kern regionaler Wirtschaftskreisläufe bilden. Darunter auch viele Fleischerhandwerksbetriebe. Zugleich wird durch die Krisen der vergangenen Jahre – Klimawandel, Pandemie, Krieg – immer klarer: Die Weltwirtschaft des 21. Jahrhunderts ist verletzlich. Und: Starke, resiliente Regionen als dezentrale Grundelemente einer demokratischen, wirtschaftlich und gesellschaftlich stabilen Weltgemeinschaft, sind nicht verzichtbar. Regionales Handeln ist also weit mehr als nur „vor Ort einkaufen“.

Der Aktionstag „Tag der Regionen“ macht Regionalität sichtbar und klärt darüber auf, welche großen Vorteile der Einkauf regionaler Produkte, die vor Ort produziert und verarbeitet werden, für Mensch, Gesellschaft und Umwelt haben. 1999 von Heiner Sindel initiiert, hat der „Tag der Regionen“ in 25 Jahren vieles erreicht und sich zur bedeutendsten bundesweiten Veranstaltungsplattform für Regionalität entwickelt. Weit über 20.000 öffentlichkeitswirksame Aktionen haben seit 1999 in unterschiedlichen Formaten die vielfältigen Potenziale von Regionalität aufgezeigt und erlebbar gemacht. Das Aktionsbündnis führte 2005 u.a. zur Gründung des Bundesverbandes der Regionalbewegung e.V. (BRB), der bis heute im mittelfränkischen Feuchtwangen ansässig ist.

## Rolle des Fleischerhandwerks

Das Fleischerhandwerk zählt zu den elementaren Bestandteilen regionaler Wertschöpfungsketten. Gerade inhabergeführte und selbstschlachtende Fleisch- und Metzgerhandwerksbetriebe erfüllen im Kern das, was Verbraucher\*innen mit glaubwürdiger Regionalität suggerieren und verbinden: direkter Kontakt zur Landwirtschaft, kurze Lieferketten, hohe Transparenz der einzelnen Stufen entlang der Wertschöpfungskette. Vor allem im sensiblen Produktbereich „Fleisch und Wurst“ sorgen regionale Produktions- und Vermarktungsstrukturen für Transparenz, Vertrauen und letztendlich für Wertschätzung der Konsument\*innen für die Lebensmittelproduktion. Im Projekt „RegioTester“, in dem der BRB die Alltagstauglichkeit regionaler Produkte testete (vgl. [www.regionalbewegung.de/projekte/mitmachaktion-regiotester/](http://www.regionalbewegung.de/projekte/mitmachaktion-regiotester/)), sind Fleisch- und Wurstwaren der einzige Produktbereich, in dem der Fachhandel, sprich der Metzger oder Fleischer, dem Lebensmitteleinzelhandel noch vorgezogen werden.

Die Globalisierung ist unumkehrbar. Weite Wege vom Erzeuger zum Verbraucher bestimmen einen hohen Anteil des weltweiten Handelns, obwohl sich Verbraucher\*innen seit Jahren kontinuierlich das Gegenteil und vielen Umfragen und Studien zufolge, mehr Regionalität in ihren Einkaufskörben wünschen. Seit einigen Dekaden zerstören jedoch ein gnadenloser Verdrängungswettbewerb und eine übergroße Marktmacht weniger

## Zeiten voller Herausforderungen

Doch trotz Verbraucherwunsch sind die Zeiten nicht immer leicht für das Handwerk. Fehlende regionale Strukturen infolge zunehmender Zentralisierung und Industrialisierung der Schlachtbetriebe, überbordende Bürokratie, Imagekrise und Fachkräftemangel stellen die Betriebe vor große Herausforderungen. Verschärft wird diese Entwicklung durch die Zurückhaltung beim Konsum. Denn: Obwohl der Wunsch nach mehr regionalen Produkten bei den Verbraucher\*innen während der Corona-Pandemie noch größer war als zuvor, erleben viele Akteure der regionalen Produktion und Vermarktung aufgrund der Kosten- und Umsatzkrise eine Durststrecke – landwirtschaftliche Erzeuger ebenso wie regionale Vermarktungsinitiativen und das Lebensmittelhandwerk. Die Tendenz zur übergroßen Marktmacht weniger großer Unternehmen wird damit beschleunigt und zerstört die Basis mit kleinen und mittleren eigenständigen und selbstverantwortlichen Unternehmen. Die Zahl der fleischerhandwerklichen Betriebe hat sich in den vergangenen 25 Jahren mehr als halbiert. Dieser Teufelskreis ist schwer zu durchbrechen. Zugleich verhindern Imageprobleme aufgrund von Branchenskandalen stabilen Nachwuchs im Fleischerhandwerk und der Nachwuchsmangel zwingt mancherorts Betriebe zur Aufgabe.

## Regionalvermarktung als Krisenhelfer

Regionalität kann der Landwirtschaft und dem Lebensmittelhandwerk aus Krisen helfen, indem sie damit punktet, was diese in ganz Deutschland kann: Lebensmittel unter höchsten Qualitätsstandards zu produzieren. Regionalität ist durch kurze Wege transparent und schafft Vertrauen, das sich in Wertschätzung niederschlägt. Wertschätzung, die nicht nur die regionalen Lebensmittelproduzenten und Handwerker von heute, sondern auch die nächste Generation motiviert, ihre Berufung in diesen Branchen zu finden. Regionale Kreisläufe können dazu beitragen, Landwirtschaft und Lebensmittelhandwerk wieder in die Mitte der Gesellschaft zu bringen – dort wo sie hingehören – und viele wichtige Funktionen übernehmen.

Doch es ist bekannt: Der Regio-Branche und auch dem Fleischerhandwerk fällt es nicht immer leicht, eigenständig aus dem Krisenmodus zu kommen. Dringend nötig sind daher bessere Rahmen

**Neue Programme müssen zur Förderung regionaler Wertschöpfung zielgerichtet aufgelegt und sogenannte Förderlotsen in den Regionen installiert werden.**

## Im Profil



### Bundesverband der Regionalbewegung e.V. (BRB)

Mit rund 350 Mitgliedsorganisationen ist der BRB Dachverband und Sprachrohr für die vielfältigen Akteure regionalen Wirtschaftens. Als Kompetenznetzwerk für Regionalität bündelt er vielfältige Aktivitäten einer regionalen nachhaltigen Entwicklung, unterstützt und vernetzt vorhandene Akteure und leistet wichtige Lobbyarbeit für die Stärkung ländlicher Räume und bessere Rahmenbedingungen für Kleinst- und

kleine Unternehmen aus der Landwirtschaft und dem Lebensmittelbereich. [www.regionalbewegung.de](http://www.regionalbewegung.de)

bedingungen für diese Akteure. Um regionale Strukturen gerade im Bereich des Fleischerhandwerks adäquat zu sichern, geschweige denn verlorene Strukturen und lückenhafte Wertschöpfungsketten wirtschaftlich tragfähig neu aufzubauen, sind die dringlichsten Empfehlungen des BRB neben dem radikalen Abbau überbordender Bürokratie die bisherigen Förderinstrumente zu optimieren. Dazu sind neue Programme zur Förderung regionaler Wertschöpfung zielgerichtet aufzulegen und sogenannte Förderlotsen in den Regionen zu installieren. Zuarbeit leistet der BRB mit der Entwicklung eines Bundesprogramms „Regionale Wertschöpfung“ (vgl. [www.regionalbewegung.de/positionen/](http://www.regionalbewegung.de/positionen/)), das ein umfangreiches Maßnahmenbündel entlang der Wertschöpfungsketten beinhaltet.

### RegioApp & Tag der Regionen

Doch die Akteure und Angebote im regionalen Wirtschaftskreislauf brauchen auch abseits von Förderungen Aufmerksamkeit, Unterstützung und Marketing. Mit der RegioApp ([www.regioapp.org](http://www.regioapp.org)) schuf der BRB vor zehn Jahren einen digitalen Einkaufsführer, der regionale Anbieter\*innen sichtbar macht und Verbraucher\*innen in ganz Deutschland Angebote in ihrer Umgebung zeigt. Mehr als 60.000 Nutzer und Nutzerinnen vertrauen der App inzwischen.

Darüber hinaus unterstützt der BRB regionale Akteure auch in diesem Jahr mit dem „Tag der Regionen“, der Regionalität bundesweit sichtbar macht. Er ist Verbraucherbewusstseinsbildung und Lobbyarbeit zugleich. Auch im 25. Jahr wird er in über 1.000 Aktionen (s. Seite 8) unter dem Motto „...wurzeln in einer globalisierten Welt“ sensibilisieren, motivieren und inspirieren. Rund um den Kerntag, den 1. Oktober 2023, finden seit September bis Ende Oktober verschiedene Veranstaltungsformate im gesamten Bundesgebiet statt. Infos rund um das Aktionsbündnis „Tag der Regionen“ und den BRB als Veranstalter gibt es hier: [www.tag-der-regionen.de](http://www.tag-der-regionen.de)

red





# Eigene E-Ladesäulen?

**Einfach laden, bezahlen und einkaufen: Auch Metzgereibetriebe können von eigenen E-Charging-Lösungen für ihre Firmenfahrzeuge profitieren.**

**B**is 2030 sollen auf deutschen Straßen rund 15 Mio. E-Autos rollen. Damit steigt der E-Auto-Anteil von etwa 3 % im Jahr 2022 auf 25 %. Die wachsende E-Mobilität erfordert eine breite Ladeinfrastruktur. Wie aktuelle Erhebungen zeigen, nutzen viele Kunden und Kundinnen ihr Auto zum Einkauf und bevorzugen dabei

Händler, Lebensmittelhandwerker und Supermärkte, die E-Ladesäulen anbieten. Doch wie können solche Betriebe von diesem Boom profitieren?

Überall spontan Strom tanken: E-Charging bestimmt die Mobilität in Zukunft entscheidend mit. Doch Planung, Aufbau und Betrieb von E-Ladesäulen sind für Fleische-

reien nicht einfach zu stemmen. Es bedeutet eine Auseinandersetzung mit einer völlig neuen Materie – zusätzlich zum eigentlichen Geschäft. Zudem spielt das einfache Bezahlen eine wesentliche Rolle, damit die Ladesäulen gut angenommen werden. Bisherige Modelle funktionieren oft über verschiedene Apps, für die sich Kunden und

Foto: Maskot/Maskot via Getty Images

## Fünf Tipps

### Die Schritte zur E-Ladesäule

1. Analyse, Beratung, und Projektsteuerung
2. Fördermittel-Akquise
3. Konzeption der physischen Ladesäule und der Hintergrundsysteme bis hin zur Eichrechtskonformität
4. Implementierung und 24/7-Services
5. Bezahlleistungen und E-Ladesäulenmanagement für eine 360°-Bezahlungsfunktion

Kundinnen vorab registrieren. Das erschwert das einfache Laden beim Einkaufen oder während des Restaurantbesuches.

### Die Ladesäulenverordnung

Die Hürden durch zu viele unterschiedliche, oft benutzerunfreundliche Bezahloptionen an Ladesäulen hat auch der Gesetzgeber im Blick. Die Ladesäulenverordnung (LSV) fordert daher, dass neue, öffentlich zugängliche Ladestationen, die ab Juli 2024 in Betrieb genommen werden, immer mit einem Kartenterminal ausgestattet sind. Für die Kunden und Kundinnen muss damit an jeder Ladesäule eine barrierefreie Zahlung kontaktlos und PIN-basiert mit Kredit- oder Girokarte ermöglicht werden, so wie sie es etwa von der Bedienung eines Park- oder Fahrscheinautomaten gewohnt sind. Ein einheitlicher Standard soll das Laden erleichtern.

Doch was den E-Autofahrern das Laden vereinfacht, stellt die Betreiber der Ladesäulen vor neue Herausforderungen. Mit einem Dienstleister, der schlüsselfertige Lösungen für kleine und große Parkplätze anbietet, können auch Fleischerien eine nutzerfreundliche E-Ladesäuleninfrastruktur in fünf Schritten aufbauen – ohne eigenes Know-how und gemäß aller geltenden Anforderungen.

### Bezahlen vereinfachen

Professionelle Anbieter unterstützen auch Fleischerien mit einem schlüsselfertigen Konzept und professionellem E-Mobilitätsnetzwerk beim Aufbau der eigenen Ladesäuleninfrastruktur – in wenigen Schritten schnell, sicher und gesetzeskonform (siehe Kasten re.). Darüber hinaus lassen sich bestehende,

App-basierte und QR-Code-gesteuerte Bezahlungsfunktionen an Ladesäulen erweitern, um den Nutzern das Bezahlen zu erleichtern und alle gängigen Zahlungsmöglichkeiten anzubieten. Das ist bequemer als zahlreiche unterschiedliche Apps von verschiedenen Anbietern. Ein weiteres Plus: Wenn eine Bezahlstation mehrere Ladestationen steuern und abrechnen kann, reduziert das die Investitionskosten signifikant.

### Mehr Umsatz und Kundenbindung

Die Vorteile für die Betreiber von E-Ladestationen auf eigenen Parkplätzen liegen auf der Hand: Sie erschließen sich neue Geschäftsfelder und steigern ihre Umsätze. Aus Kosten für die Parkplatzbewirtschaftung werden Einnahmen durch den Verkauf von Strom. Das macht den Kostenfaktor Park-

platzbetrieb zur Einnahmequelle. E-Ladesäule und funktioniert für verschiedene Markt- und Kundensegmente. Egal ob kleinere Spezialgeschäfte, Restaurants oder

Lebensmittelhandwerksbetriebe – viele stationäre Geschäfte aus Handel, Gastronomie oder der Immobilienbranche sowie Arbeitgeber oder Kommunen können davon profitieren. Für alle trägt das E-Ladeangebot

zur nachhaltigen Kundenbindung bei und schafft für die Kunden und Kundinnen schon auf dem Weg zum Unternehmen einen Mehrwert.

Und mit einer schlüsselfertigen End-to-End-Lösung, wie sie etwa TeleCash von Fiserv mit entsprechenden Partnern anbietet, profitieren Metzgereibetriebe gleich mehrfach von der E-Mobilität. Eine einzige Ansprechperson koordiniert für sie ein Expertennetzwerk. Das Ergebnis ist eine individuelle, nachhaltige Lösung aus einer Hand. Betriebe mit eigenen Parkplätzen haben jetzt die Chance, sich vom Wettbewerb zu differenzieren. Ein umfassender, einheitlicher Ansatz minimiert dabei den Aufwand und sichert nachhaltig den gesetzeskonformen Betrieb mittels bequemer 360°-Bezahlungsfunktionen mit Giro- oder Kreditkarten.

## Nötige Infrastruktur

### Aufbauphasen E-Charging

1. Kompaktanalyse
2. Konzeption und Betrieb Ladepark
3. Koordination Elektriker/Installations-support
4. Installation
5. Fördermittel-Akquise
6. Koordination Netze
7. Koordination Tiefbau
8. Backend und Betrieb

Aus Kosten für die Parkplatzbewirtschaftung werden Einnahmen durch den Verkauf von Strom.

## Automatische Entschwartzungsmaschine

### NOCK CORTEX CB 460

mit besonderer Eignung zum offenen Betrieb



Know-how in food processing!

### NOCK Maschinenbau GmbH

Industriestraße 14  
77948 Friesenheim  
GERMANY

Tel: +49 (0) 7821 / 92 38 98-0  
E-Mail: info@nock-gmbh.com  
www.nock-gmbh.com

### Ihre Vorteile:

- Kombinationsmaschine für automatisches und manuelles Entschwarzen
- Umbau mit wenigen Handgriffen
- Andruckwalze gefedert und 3-stufig höhenverstellbar
- Eingriffsschutz hinten für höhere Arbeitssicherheit



# Wir-Gefühl stärken

Mit der lokalen Marke „Lausitzglück – Fleisch von hier“ möchte die Fleischerei Augst in und um Bautzen die Menschen ihrer Region verbinden und das Wir-Gefühl stärken.

Die Region von Bautzen bis Dresden mag auf den ersten Blick nicht der ideale Ort für den Verkauf handwerklicher Premium-Spezialitäten sein. Doch Fleischermeister Johannes Augst, sah genau darin eine Chance. Trotz wirtschaftlicher Herausforderungen wollte er den Menschen seiner Heimat den Wert, den Genuss und das Glück näherbringen, das in regionalen,

hochwertigen Produkten steckt. Aus dieser Vision heraus, und in Zusammenarbeit mit einer auf Metzgereien spezialisierten Werbeagentur, wurde die Marke „Lausitzglück – Fleisch von hier“ geboren. Diese repräsentiert nicht nur kulinarische Exzellenz, sondern auch den Stolz auf die Region und ein tief verankertes Gemeinschaftsgefühl. So will Johannes Augst seinen Betrieb, den er

nach der Wende von Grund auf selber aufbaute, fit für die Zukunft machen.

Das größte Potenzial sieht er in seinen acht Fachgeschäften. Dort duftet es mittags nach frisch Gekochtem, während die Theken mit kulinarischen Köstlichkeiten prall gefüllt sind. Doch heute ist die Gewinnung von engagiertem Personal eine echte Herausforderung. Daher zielt sein neues Markenkonzept auch darauf ab, die Verbundenheit aktueller Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen zu vertiefen, sie zu begeistern und dafür zu sorgen, dass sie stolz auf das sind, was sie tun. Ziel des Fleischermeisters ist es, das Gefühl des lokalen Miteinanders zu nutzen, um jungen Talenten attraktive Perspektiven in der Produktion und im Verkauf zu bieten. Ein junger Meister oder eine junge Meisterin könnten auch hier eine wertvolle Unterstützung sein.

## Beispiel für andere sein

Das Vorhaben ist ambitioniert. Eine neu gestaltete Webseite, eine informative Broschüre und ansprechende Plakate, die zum „Einkauf am besten hier“ und zum „Arbeiten mit Menschen von hier“ animieren, sind der Anfang. Johannes Augst plant zudem seine Geschäfte schrittweise zu modernisieren. Innovative Verkaufskonzepte, wie SB-Bereiche, digitale Bestellmöglichkeiten sowie Abholkonzepte wie Automaten oder Schließfachsysteme, stehen auf dem Plan. Es gilt Abläufe zu vereinfachen und mit weniger Mitarbeitern mehr zu erreichen. Ein zukunftsweisendes Konzept hinsichtlich Markenauftritt und Vermarktung macht einen Betrieb attraktiv für „mehr Einkauf hier“ und „arbeiten am Besten hier.“ In einer Zeit des schnellen Wandels zeigt Johannes Augst, dass es möglich ist, mit Leidenschaft, regionaler Bindung und innovativem Denken erfolgreich zu sein. Er ist ein hervorragendes Beispiel für alle, die im Herzen ihrer Region verwurzelt sind und zugleich zukunftsorientiert handeln wollen. Seine Botschaft: Setzt auf eine starke Markenidentität, agiert regional, besser sogar lokal und sucht die Kooperation mit Erzeugern „von hier“. Lokale Kreisläufe sind nicht nur umweltfreundlich und tiergerecht, sie vereinfachen Prozesse und stärken das Gemeinschaftsgefühl. [www.fleischerei-augst.de](http://www.fleischerei-augst.de)  
Christian Böhm, Böhm.Media, Lauf





# Einkauf via Social Media

**Social Shopping wird immer beliebter. Ein Drittel der Deutschen nutzt bereits die Möglichkeit, über soziale Netzwerke einzukaufen – und das ist erst der Anfang.**

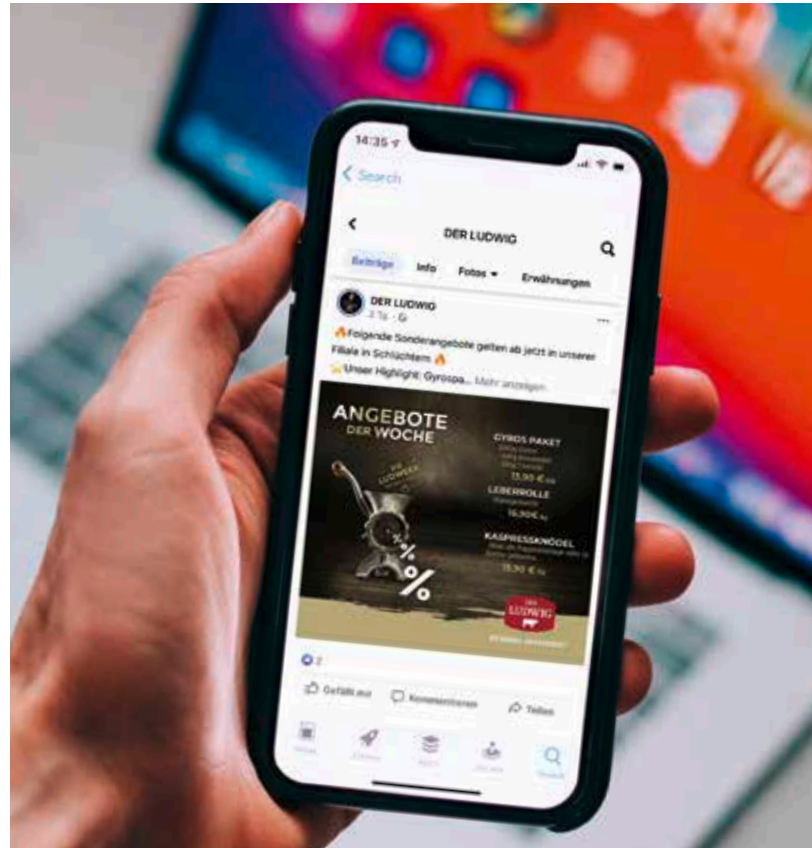
**A**or allem für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) birgt Social Commerce laut einer Studie von Greven Medien große Umsatzpotenziale. Wer auf seine Produkt und Dienstleistungen aufmerksam machen möchte, sollte seine Social-Media-Accounts mit einer direkten Kaufoption verknüpfen. „Unternehmen, die dem Wettbewerb standhalten wollen, sind gefordert, die sozialen Plattformen kreativ als starke Absatzkanäle zu etablieren – egal ob klein oder groß, lokal oder überregional. Wer über digitale Kanäle verkaufen möchte, muss Anreize schaffen und über den Tellerrand einer klassischen Homepage mit Shop hinausblicken“, sagt Anke Herbener, CEO der Greven Group.

## TikTok holt auf

Laut der Studie (Online-Umfrage :1.001 Personen, 18 bis 74 Jahre) nutzt ein Drittel die Möglichkeit, über soziale Netzwerke einzukaufen. Unter den Plattformen belegt Facebook Platz 1: 68,2 % der Online-Shopper haben darüber eingekauft, gefolgt von Instagram (53,8 %). Bemerkenswert ist die Steigerung von TikTok: Vor fünf Jahren als Shopping-Tool weitgehend unbekannt, bietet es seit 2021 neue Vertriebsmöglichkeiten und liegt mit 22,3 % vor Pinterest (15,1 %) und „X“ (Ex-Twitter) (12,7 %). Während Facebook mit über 70 % von 40- bis 74-Jährigen genutzt wird, wirkt Instagram bei der Generation Z zum Kauf animierend: 72,9 % der 18- bis 29-Jährigen und 61,4 % der 30- bis 39-Jährigen haben dort schon geshoppert. TikTok zieht zwar größtenteils eine junge Kundschaft an (30,2 %), aber auch die vom Einkommen stärkeren Zielgruppen der 30- bis 39-Jährigen (25,8 %) und 40- bis 49-Jährigen (23,1 %) nehmen darüber Kaufangebote wahr.

## Das Live-Erlebnis

Social Commerce bietet eine Option zur Live-Interaktion. „Live-shopping schafft ein unmittelbares Käuferlebnis mit der Möglichkeit einer direkten Beratung. Die emotionale und authentische Darstellung der Produkte steigert die Kaufbereitschaft. So können Influencer\*innen Marken dabei unterstützen, Reichweite zu generieren und eine messbar bessere Conversion Rate zu erreichen,“ weiß Anke Herbener. Die Bereitschaft, eine Bestellung tatsächlich direkt abzuschließen, steigt drastisch, wenn der Kaufprozess einfach, transparent und vertrauensvoll vonstatten geht. Zwar ist letztlich der Angebotspreis mit 89,9 % immer noch das ausschlaggebendste Kriterium zum Kauf, jedoch spielen andere Aspekte eine fast ebenso große Rolle – etwa Sortiment, Referenzen, Lieferzeiten/-bedingungen und Bezahlmöglichkeiten. Unabhängig von der Infrastruktur ist Social Commerce für Unternehmen sowohl in ländlichen Regionen mit Ortsgrößen von bis zu 20.000 Einwohnern



als auch in kleinen und großen Städten relevant. Nur knapp ein Fünftel der Befragten (18,8 %) wusste noch nichts von der Möglichkeit, überhaupt via Social Media einzukaufen zu können.

## Ein Muss für KMU

Die Zeiten, in denen die Online-Plattformen nur zum Informations- und Meinungsaustausch genutzt wurden, sind vorbei. Um langfristig ihre Existenz zu sichern, ist es für KMUs wichtig, Produkte und Dienstleistungen auch über direkte Verkaufskanäle sozialer Plattformen anzubieten. So haben sie eine größere Chance, auch einen überregionalen Verkauf zu betreiben. Hier kommen nicht nur Micro-Influencer (Content Creator mit einer Abonnentenzahl zwischen 1.000 und 100.000) in Betracht, sondern auch die Unternehmer selbst. Der Geschäftsinhaber und die Mitarbeiter kennen ihr Angebot am besten und können die Produkte im Laden und in den sozialen Kanälen überzeugend präsentieren. Social Commerce birgt vor allem für KMUs ein enormes Wachstumspotenzial. **red**

# Kampf um Kunden & Köpfe

In einem Gastbeitrag benennt der Stuttgarter Marketingstratege Thomas Issler sieben Fehler im Kampf um Kunden und Köpfe und gibt Hilfestellungen, wie sich diese vermeiden lassen.



**A**uf den ersten Eindruck kommt es an – dafür gibt es keine zweite Chance. Das gilt nicht nur für Waren, sondern im übertragenen Sinne auch für das eigene Unternehmen. Sich bestmöglich zu präsentieren, kann man lernen. Thomas Issler, Internet-Unternehmer und Branchenexperte für Handwerksbetriebe, weiß aus Erfahrung: „Wer das Marketing wirklich ernst nimmt und typische Fehler abstellt, hat bei der Kunden- und Mitarbeitergewinnung schnell die Nase vorn.“

Ein professionelles Marketing sorgt dafür, dass es potenzielle Auftraggeber gibt, an die man nach getaner Arbeit bzw. nach dem Verkauf Rechnungen schreiben kann, d. h.: dass der Kundenstrom nicht immer wieder abreißt. Daneben gelingt es so auch, die richtigen Menschen zu finden, die Kunden zufriedenzustellen und Aufträge

sauber abzarbeiten. Kundengewinnung braucht aber ein Fundament. Ein Betrieb muss sich im Klaren darüber sein:

1. Was möchte ich verkaufen?
2. Über welche Wege und Kanäle möchte ich verkaufen?
3. An wen möchte ich meine Produkte und Dienstleistungen verkaufen?

Wer diese Fragen nicht auf Anhieb beantworten kann, begeht schon Fehler Nr. 1:

**Fehler 1: Klare Positionierung fehlt**  
„Was bieten Sie an?“ – „Ja, alles!“ –

„Für wen bieten Sie das an?“ – „Für alle!“ – „Was machen Sie anders als andere?“ – „Nix, wir sind halt eine Fleischerei.“ Wenn das ihre überzeugenden Antworten waren, fehlt es an der Positionierung, d. h.: Es ist nicht klar,

**Social Media bietet die Möglichkeit, direkt mit potenziellen Interessenten in Kontakt zu treten, Fragen zu beantworten, Feedback entgegenzunehmen und eine positive Reputation aufzubauen.**

- warum es ihren Betrieb gibt,
- an wen sich ihr Angebot richtet
- und wie sie sich von der Konkurrenz abheben.

Ist das nicht klar, wie soll der Kunde das wissen und warum sollte er sich für Sie entscheiden? Eine klare Positionierung bedeutet, zu definieren, welches Produkt oder welche Dienstleistung ich an meine idealen Kunden verkaufen möchte. Botschaften und Werbeaktionen lassen sich dann gezielt auf die ausrichten, die das wahrscheinlichste Interesse an den eigenen Leistungen haben.

**Fehler 2: Keine professionelle Website**

Potenzielle Kunden suchen online nach Produkten und Dienstleistungen. Die Website ist Ihre Visitenkarte und erste Adresse im Netz. Idealerweise erklärt sie, warum der Kunde mit Ihnen in Kontakt treten soll und welchen Mehrwert ihr Unternehmen bietet („Fleisch und Wurst“ vs. „Genuss und Lebensfreude“). Viele Handwerksbetriebe beantworten diese Frage nicht auf der Homepage und verpassen so die Chance, ihre Reichweite zu erhöhen, Vertrauen aufzubauen und neue Kunden zu gewinnen. Sie machen sich ununterscheidbar von Marktbegleitern und schmälern ihre Stärken und ihr Alleinstellungsmerkmal gegenüber der Konkurrenz.

**Fehler 3: Optik der Website nicht ansprechend**

Kleine und schlechte Fotos, amateurhaftes buntes Design, unterschiedliche Schriftarten, Bleiwüsten, wichtige Infos versteckt, schlechte Nutzerführung: Eine veraltete oder unprofessionelle Website schreckt potenzielle Kunden ab. Eine ansprechende und gut gestaltete hingegen vermittelt Qualität, Professionalität und Glaubwürdigkeit auf der gesamten Linie und zeigt, dass ein Kunde Ihnen auch im Detail alle Mühe wert ist.

**Fehler 4: Nicht sichtbar bei Google**

Viele Handwerksbetriebe ignorieren das Thema Suchmaschinenoptimierung (SEO – Search Engine Optimization). Dabei geht es darum, durch bestimmte Maßnahmen auf der ersten Seite von Google zu erscheinen – am besten ganz oben. Wird ein Handwerksbetrieb in den Suchergebnissen als Nr. 1 angezeigt, wird er oft als Branchenführer in seinem Bereich wahrgenommen. Doch SEO ist nicht zum Nulltarif zu haben und braucht ein paar Monate Zeit, bis sie greift. Sinnvoll ist sie dann, wenn die Fehler 1, 2 und 3 behoben sind.

**Fehler 5: Kein Einsatz von Social Media**

So mancher Handwerksbetrieb meint, er könnte auf „dummes Zeug“ wie Facebook, Instagram und Co. verzichten. Dieser Eindruck kann entstehen,

- wenn Social Media unstrukturiert und ohne Strategie umgesetzt wird,

- wenn der Betrieb auf einem Kanal aktiv ist, auf dem die Wunschkunden nicht unterwegs sind,
- wenn kein systematischer Community-Aufbau stattfindet.

Viele unterschätzen allerdings die Chancen von Social Media, wenn Facebook und Co. strategisch und kontinuierlich bespielt werden:

- Bestandskunden binden und sie zu begeisterten Markenbotschaftern zu machen,
- Identifikation von Bestandsmitarbeitern stärken und von ihnen als Markenbotschaftern profitieren,
- neue Kunden gewinnen und neue Mitarbeiter rekrutieren.

Social Media bietet die Möglichkeit, direkt mit potenziellen Interessenten

in Kontakt zu treten, Fragen zu beantworten, Feedback entgegenzunehmen und eine positive Reputation aufzubauen. Positive Bewertungen bei Google oder Facebook können einen großen Einfluss darauf haben, ob sich jemand als Kunde oder Mitarbeiter für ein Handwerksunternehmen entscheidet oder nicht.

**Eine ansprechende Website vermittelt Professionalität, Qualität und Glaubwürdigkeit auf der gesamten Linie.**

**Fehler 6: Keine Handlungsaufforderung**

Vielen Websites fehlt ein zentrales Merkmal, das für den Aufbau der Kunden- oder auch Mitarbeiterziehung wichtig ist: die Handlungsaufforderung, neudeutsch CTA (Call to action). Dabei handelt es sich um einen Button, der mit einem Formular oder mit einem Kalendertool verbunden ist. „Jetzt anrufen“ – „Termin vereinbaren“ – „Unverbindliches Angebot anfordern“. Solche Handlungsaufforderungen sind schnell in die Website integriert und können die Anzahl von Interessenten stetig steigern (sofern die SEO dafür gesorgt hat, dass die Website gut besucht ist, siehe Fehler 4).



**Zum Autor**

Thomas Issler ist seit 2000 erfolgreicher Internet-Unternehmer. Mit seiner Agentur „0711-Netz“ in Stuttgart bieten der Fachinformatiker und Online-Marketing-Manager (FH) und sein elfköpfiges Team im DACH-Raum effektives Online-Marketing: Webdesign, Social Media, Marketing-Automation und Performance Marketing. Der Marketingstrategie hat speziell für das Handwerk u.a. das „Online-Champions-System“ geschaffen, von dem 1.200 Betriebe profitiert haben. Neu ist das Meisterklasse Coaching-Programm, das Handwerksbetrieben vermittelt, was sie wissen müssen, um effizientes Online-Marketing intern und kostengünstig selbst umzusetzen. [www.0711-netz.de](http://www.0711-netz.de)

**Fehler 7: Keine automatisierten Prozesse**

Handlungsaufforderungen sind hilfreich und professionell, wenn die nachfolgenden Prozesse definiert sind. Idealerweise sind sie soweit wie möglich automatisiert, dass Mitarbeiter nicht von anderen wichtigen Arbeiten abgehalten werden. Automatisierungen und KI bieten heute viele Möglichkeiten, den Beziehungsaufbau für beide Seiten angenehm und erfolgreich zu gestalten. Sind solche Handlungsanweisungen undurchdacht und entsprechend mit Ressourcen besetzt, richten sie eher einen Reputationsschaden an („mangelnde Professionalität“, „schlecht geführter Laden“ etc.), der sich möglicherweise auch in negativen Google-Bewertungen niederschlägt.

**Fazit:** Professionelles Marketing ist keine Raketenwissenschaft und für Handwerksbetriebe, die Wachstum und Zukunft ihres Unternehmens langfristig sichern wollen, unerlässlich. Wer die beschriebenen Fehler ernsthaft abstellt, kann seine Erfolge im Kampf um Kunden und Köpfe deutlich steigern. **Thomas Issler**

## Asador-Messer & mehr



Die Kraft der Natur bündelt **Friedr. Dick** in der neuen Messerserie „Vivum“ – ein edler und besonders geformter Griff aus Birkenholz trifft auf einen hochlegierten Messerstahl und ein modernes Klingendesign. Durch die besonderen Holzmaserungen gleicht kein Griff dem anderen.

Das Holz fühlt sich natürlich an und liegt angenehm in der Hand. Zur Serie gehören ein Office-, Koch-, Brot- und ein Allzweckmesser mit Wellenschliff, ein Santoku mit Kullenschliff und das BBQ-Messer „Asador“. Dessen mächtige, lange und geschweifte Klinge ermöglicht bei Fleisch, z.B. Brisket, und Fisch einen ziehenden Schnitt ohne abzusetzen. Die Klingensformen stehen im Einklang mit dem Griff. Die Serie steht für handwerkliche Fertigung anstatt serieller Gleichheit: zurück zum Ursprung, zurück zum Handwerk. [www.dick.de](http://www.dick.de)



## Dosen sicher verschließen

Die halbautomatische Dosenverschließmaschine DV 800 von **Stiller** verschließt in einer Stunde etwa 800 Dosen mit verschiedenen Höhen (30 bis 150 mm) mit dem gleichen Durchmesser (73 bis 99 mm). Sie stellt sich selbständig auf die Dosenhöhe ein und ist mit einer Zweihand-Sicherheitssteuerung zum Auslösen des Verschließvorgangs versehen. Eine geschlossene, sicherheitsüberwachte Haube schützt vor unbeabsichtigtem Eingriff in den Verschließprozess. Die Maschine ist in der Standardausführung mit einem Universal-Unterteller ausgestattet. Darauf können Fleisch- und Wurstkonserven mit dem Durchmesser 73 und 99 mm verarbeitet werden. Nur bei Sondergrößen, Alu- oder tiefgezogenen Dosen ist der Teller ggfs. zu wechseln. Die gefüllte Dose wird mit aufgelegtem Deckel manuell auf den Unterteller gestellt. Danach wird der Verschließvorgang gestartet. Die Dose wird angehoben, gegen den Verschließkopf gepresst, in Rotation versetzt, verschlossen, gestoppt und stillstehend abgesenkt. Außerdem gibt es die vollautomatische Dosenverschließmaschine STA 1500, die bis zu 1.500 Dosen/Std. (Durchmesser: 52 bis 99 mm) und einer Höhe von 30 bis 200 mm verschließt. [www.stillergmbh.de](http://www.stillergmbh.de)



## Präzise Waagen

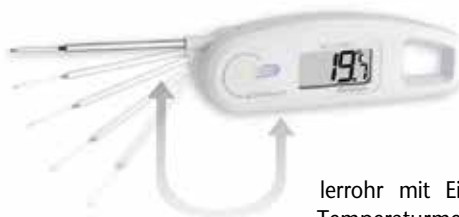
Anlässlich der SÜFFA bietet **Rhewa** Interessierten aus dem Metzgerhandwerk die Möglichkeit, Prozesse hinsichtlich ihrer Zutatenwaagen zu optimieren. Die transportable Kutterwaage 064K aus Edelstahl ist ein Kraftpaket. Bei einem Wägebereich bis 300 kg bietet sie die Präzision, die das Handwerk erfordert. Die langlebige Durchfahrwaage ist eichfähig, mit allen Auswertegeräten des Unternehmens kombinierbar und erfüllt strengste Hygieneanforderungen, angelehnt an die HACCP-Richtlinien. Die kompakte Tischwaage 910B besitzt einen Wägebereich bis 15 kg und ist ideal für Fleischereien und Küchen, die präzise Mengenangaben benötigen. Die Waage ist mobil, staub- und wasserdicht (Schutzklasse IP67) und arbeitet im Akkubetrieb mit effizienter, automatischer Abschaltung. [www.rhewa.com](http://www.rhewa.com)

## Herbstliche Wursthüllen

Seine Wildserie für Rohwurst hat **Oskutex** um eine neue Kreation erweitert. Neben Wildschwein-Mettwurst, Wildmettwurst, Hirsch-, Wild- und Wildschwein-Salami gibt es die beidseitig bedruckte Wursthülle „Jagdmesser“ aus dem Material NaloTX Bamboo FT mit einem Füllgewicht von ca. 330 g und einem Kaliber 55/21. Für die Herstellung von Koch- und Brühwurst wurde die Produktlinie Betex K/KB/KD und KDB entwickelt, eine textile Wursthülle mit spezieller Beschichtung, veredelter Oberfläche in Naturdarmoptik und einer Barriere: Sie ist in bis zu sechs Farben bedruckbar und wird in unterschiedlichen Längen und Formen angeboten. Neu im Sortiment ist die beidseitig bedruckte Fettendenform Bauern-Leberwurst (Betex KB wachs plus) in Wachstauchoptik. Die Hülle wird mit Clip, weißer Schlaufe und mit einem Füllgewicht von etwa 1.200 g gefertigt und ist ein Blickfang in jeder Theke. [www.oskutex.kallegroup.com](http://www.oskutex.kallegroup.com)



## Stets griffbereites Messgerät



Das Klappthermometer Thermojack von **Dostmann electronic** passt in jede Tasche. Ein ca. 7 cm langes, klappbares Fühlerrohr mit Einstechspitze ermöglicht Temperaturmessungen bei Lebensmittel, in Flüssigkeiten und an unzugänglichen Orten. So lässt sich überprüfen, ob Ware bei der Produktion ausreichend durchgekühlt ist oder die Kühlkette beim Transport lückenlos funktioniert. Beim Erhitzen von Lebensmitteln wird ermittelt, ob eine bestimmte Mindesttemperatur auch im Kern erreicht wurde. Das Messprinzip ermöglicht bei einem Temperatursprung die Anzeige von 90 % der Endtemperatur (t90-Wert) innerhalb von sechs Sekunden. Das Thermometer (100 g, 116 x 38 x 20 mm) misst Temperaturen zwischen -20°C und +250°C bei Betriebstemperaturen zwischen 0°C und +50°C. Die Genauigkeit beträgt +/- 0,5°C im Messbereich zwischen -20 und 150°C. Das LCD-Display zeigt die gemessene Temperatur in Ziffern mit einer Auflösung von 0,1 °C an. Eine 3V-Knopfzelle ermöglicht einen Dauerbetrieb von bis zu 200 Stunden. [www.dostmann-electronic.de](http://www.dostmann-electronic.de)

## Gewürze für den Zusatzverkauf

Um vier Gewürzmischungen erweitert **NovaTaste** das WOW-Sortiment der Marke Wiberg.

Ein Handgriff der Kundschaft ins Gewürzregal oder Thekendisplay genügt. Metzgereien unterstreichen so ihre Fachkenntnis in allen Aspekten des guten Geschmacks. Die Sorte Avocado mit dezent würzigem Geschmack von Zwiebeln und Knoblauch und fruchtiger Tomatennote eignet sich für Guacamole oder Bowls. Der Geschmack von Zitrone, feinen Kräutern und eine angenehme Pfeffernote kennzeichnen die Mischung Fisch, die z.B. zu Lachs, Saibling oder Meeresfrüchten passt. Die Mischung Pasta/Pizza wartet mit mediterranen Kräutern und Pinienkernen auf und verfeinert Klassiker der italienischen Küche sowie Brote. Die „Authentic“ der WOW-Range ergänzt die Mischung Fiesta, die ohne Stärke und Zusatzstoffe auskommt. Sie passt etwa zu Tacos, Enchiladas oder Fajitas. Chili, Paprika, Oregano und Kreuzkümmel runden hier den Geschmack ab. [www.wiberg.eu/de](http://www.wiberg.eu/de)



## Informative Datenbank

Seit dem Frühjahr können Interessierte eine Produktdatenbank nutzen, um sich über **Hagola** und seine Produktvielfalt zu informieren. Schon der öffentliche Bereich der Datenbank bietet viele Informationen zu allen Standard- und Ersatzteilartikeln.

Technisch ausführliche Ausschreibungstexte, technische Zeichnungen (pdf-Datei) und anschauliches Bildmaterial liefern alle wichtigen Daten auf einen Klick. Umfangreiches Zubehör und individuelle Ausstattungsmöglichkeiten können auf diese Weise ebenso einfach aufgerufen werden, wie fertig ausgestattete Kühltheken oder -vitrinen. Mit der umfassenden Datenbank sei man als Nutzer oder Nutzerin stets in der Lage, komfortabel jederzeit an jedem Ort auf alle Daten zuzugreifen. Die digitale Neuausrichtung des Unternehmens wurde im Juni um Profile auf Instagram und Facebook ergänzt. [www.hagola.de](http://www.hagola.de)



## Energieeffizient kühlen

Mit der Einführung der ECOplus-Serie setzt **Aichinger** nach eigenen Angaben einen neuen Standard bei der Energieeffizienz bei Kühltheken und SB-Kühlmöbeln. Neben der Temperaturstabilität standen die den Kaufimpuls maximierende Warenpräsentation, Warenschonung, angenehmes Handling und Ergonomie für die Mitarbeiter sowie hohe Betriebs- und Anlagensicherheit im Fokus des Entwicklungsprozesses. Gestartet wurde mit dem SB-Kühlmöbel



TopSpot ECOplus. Bei unverändert hoher Präsentationsqualität reduziert sich der Energieverbrauch im Vergleich zur offenen Variante um bis zu 70 %. Die TopSpot ECOplus-Module sind in die Energieeffizienzklassen B und C eingestuft. Weitere ECOplus-Varianten folgen, auch für die Bedientheke Sirius 3. [www.aichinger.de](http://www.aichinger.de)

## Fünfmal fleischlos für die Theke



Die Genussmanufaktur **Bedford** führt auch fleischlose Produkte für die Bedientheke. Alle sind fix und fertig fettfrei gebraten und können kalt oder warm verzehrt werden. Herzhafte Bohnen, ballaststoffreicher Hafer und knusprige Sonnenblumenkerne kennzeichnen etwa die Bohnen-Hafer-Patties („BiBohne“). Die Zutaten der Quinoa-Karotten-Ecken („Boah Quinoa“) sind Quinoa, Karotten, Kartoffeln, Datteln und Petersilie. Als Snack eignen sich die Linsen-Süßkartoffel-Sticks mit Paprika, Sonnenblumenkernen, grünen Bohnen und frischen Kräutern. Saftig in der Textur sind die Falafel-Kichererbsen-Sticks („Falafel-Sticks“) mit Zwiebeln und Petersilie. Die leicht-pikanten Udon-Edamame-Taler („Das Udon Ding“) bestehen aus Edamame, Udon-Nudeln, frischem Koriander und schwarzem Sesam. [www.bedford.de](http://www.bedford.de)

## Impressum 12. Jahrgang

**FH**  
FLEISCHER-HANDWERK

Offizielles Organ von: **METZGER HANDWERK Bayern**

Verlag: B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG, Verlagsniederlassung München  
Postadresse: Postfach 21 03 46, D-80673 München,  
Hausadresse: Garmischer Straße 7, D-80339 München  
Tel. (089) 370 60-0, Fax: (089) 370 60-111  
Internet: [www.blmedien.de](http://www.blmedien.de), E-Mail: [muc@blmedien.de](mailto: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, Margrit Amelunxen, Christian Böhm,  
**Anzeigen:**  
Bernd Moeser (Leitung) -200 Kilian Roth -246  
Sebastian Lindner (Stv.) -215 Concetta Herion -240  
Gerhild Burchardt -205 Rocco Mischok -220  
Fritz Fischbacher -230

**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

**Abonnementbetreuung:**  
Basak Aktas (verantwortlich) ([b.aktas@blmedien.de](mailto:b.aktas@blmedien.de)) -270  
Roland Ertl ([r.ertl@blmedien.de](mailto:r.ertl@blmedien.de)) -271  
Mario Reischl ([m.reischl@blmedien.de](mailto: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 13ZZ00000326043

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: 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



Dosier- und Fülltechnik

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](http://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](http://www.schaumermal24.de)



Fleischereimaschinen

▲ Füllen  
▲ Kuttern  
▲ Wolfen

**DUKER REX**  
FLEISCHEREIMASCHINEN

Telefon: +49 (0)60 93 99 32-190  
Mail: [info@dueker-rex.de](mailto:info@dueker-rex.de)  
Internet: [www.dueker-rex.de](http://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](mailto: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](http://www.walter-cleaningsystems.de)



Kunstdärme

**HansSchütt**

Kunstdärme für jede Anforderung  
Ihr Partner für flexible Folien

Hans Schütt e. Kfm. · [info@hans-schuetz.de](mailto:info@hans-schuetz.de)  
Immelsweg 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](http://www.guenther-maschinenbau.de)  
E-Mail: [info@gmb-fm.de](mailto: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](mailto:suhner-export@suhner-ag.ch)  
[www.suhner-ag.ch](http://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-shf.de](http://www.renner-shf.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](http://www.guenther-maschinenbau.de)  
E-Mail: [info@gmb-fm.de](mailto: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](http://www.guenther-maschinenbau.de)  
E-Mail: [info@gmb-fm.de](mailto:info@gmb-fm.de)



**WWF**

Hilf mit deiner Spende:  
[wwwf.de/plastikflut](http://wwwf.de/plastikflut)

STOPP DIE PLASTIK FLÜT

WWF-Spendenkonto:  
IBAN DE06 5502 0500 0222 2222 22





# DIE HACCP APP

FÜR LEBENSMITTELUNTERNEHMEN



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



Fachmesse für die Fleischbranche

**21.–23.10.2023**  
**Messe Stuttgart**

Besuchen Sie uns:  
Halle 9, Stand C33

**Kostenvorteil  
für Abonnenten  
des Fachmagazins**

**FH**  
FLEISCHER-HANDWERK

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

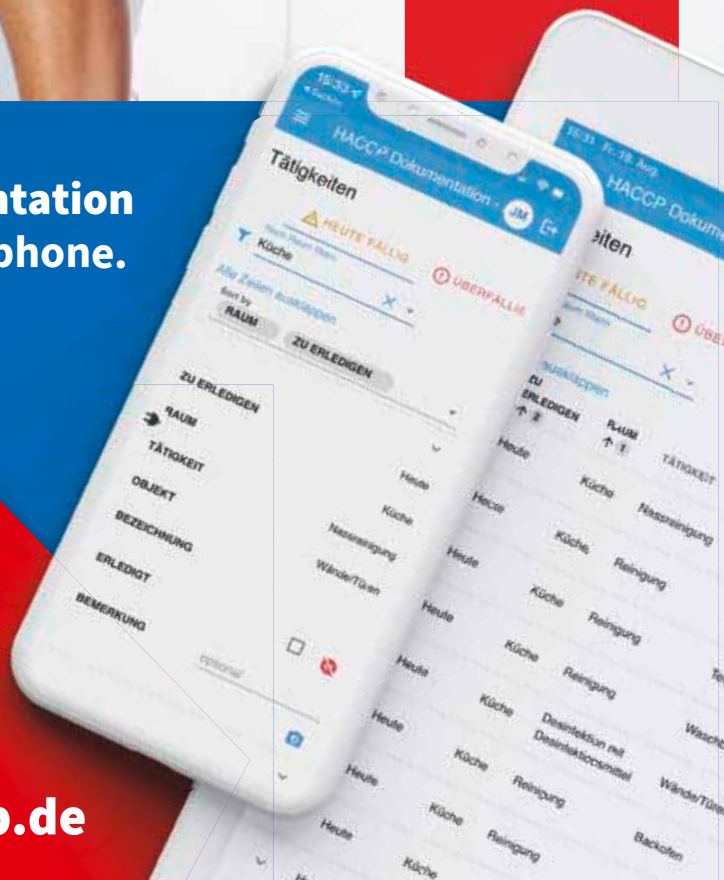
Monatlich kündbar!

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



**30 Tage  
kostenfrei  
testen!**

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



# Innovationen mit Geschmack

WIBERG, Gewürzmüller und Gewürzmühle Nesse stehen für einen riesigen Erfahrungsschatz, fundiertes Fachwissen und langjährige Expertise. Lernen Sie auf der SÜFFA die Neuprodukte der Traditionsmarken kennen. Die Palette reicht von innovativen Produkten für Weihnachtsschinken über praktische Neuheiten im Bereich Metzgerküche und Convenience bis hin zu neuen Würstchillen.

Besuchen Sie uns:

**SÜFFA 2023**

Messe Stuttgart

21.-23.10.2023

Halle 7, Stand 7B67





# 100% saustark

Die starke Messe für unser Handwerk

## ME SSE STUTT GART

### Wir laden Sie ein!

Jetzt Code einlösen und  
kostenloses Ticket holen

**SUEFFA23FH**

unter [sueffa.de/ticket](https://sueffa.de/ticket)



**21.-23. Oktober 2023**

Messe Stuttgart



## Die SÜFFA Schwerpunkte



Arbeits- und  
Betriebstechnik



Nahrungsmittel  
und Getränke



Geschäftseinrichtung  
und Ausstattung



Kühl- und  
Verkaufsfahrzeuge



Lebensmittel-  
sicherheit und  
Hygiene



Küchentechnik  
und Catering-  
equipment



Rohstoffe und  
Halbfabrikate für  
die Produktion



Dienstleistungen  
und Informationen



Verkaufsförderung  
und Werbung

## Für jeden Geschmack das Richtige

Treffen Sie uns auf der SÜFFA, tauschen Sie sich mit der Branche aus und erhalten Sie die besten Insidernews.

Das erwartet Sie auf dieser saustarken Fachmesse: Trends, Innovationen, neue Impulse. Die SÜFFA-Specials Wild und Jagd, Feinkost, BBQ sowie Hof- und Weideschlachtung machen dabei so richtig Appetit. On top bietet Ihnen das SÜFFA Rahmenprogramm die knackigsten Informationen für Ihren Geschäftserfolg.

Jetzt kostenloses Ticket einlösen unter [sueffa.de/dabei](https://sueffa.de/dabei)