

FM

FLEISCH | WURST | VEGGIE | FEINKOST FLEISCH MARKETING



12 Grillen:
Mehr Umsatz vom Grill

16 Burger:
Ein Fest für die Sinne

28 Gartechnik:
Multitalente

FM

FLEISCH

FLEISCH | WURST | VEGGIE | FEINKOST

MARKETING

JETZT IM MINI ABO!

3 Ausgaben für 13 €

Das Mini-Abo endet nach Erhalt der 3. Ausgabe automatisch.

089/37060-271
abo@blmedien.de
www.blmedien.de/fm/miniabo
Bestellname: Mini-Abo

Es besteht ein 14-tägiges Widerrufsrecht.

Foto: Lubovchijurko - stock.adobe.com

KEINE STEUER!



Michael Teodorescu
Chefredakteur

Die Zukunftskommission Landwirtschaft (ZKL), die aus rund 30 Fachleuten besteht (jedoch keine Vertreter der Fleischwirtschaft beinhaltet) hat vorgeschlagen, die Mehrwertsteuer auf Fleisch- und Wurstwaren von 7 auf 19 % zu erhöhen. Der Regierung käme das natürlich sehr entgegen, da sie erhebliche Haushaltsdefizite ausgleichen muss.

Dieser Vorschlag stieß sofort auf Kritik seitens der Fachverbände. Der Verband der Fleischwirtschaft bezeichnete die Debatte als „Scheindebatte zur falschen Zeit“, der Bundesverband Deutscher Wurst- und Schinkenproduzenten hält eine solche Mehrwertsteuererhöhung für „weder ökonomisch sinnvoll noch sozial gerecht“, und auch der Deutsche Fleischer-Verband äußerte berechtigte Bedenken. Er spricht sich für den Umbau der Nutztierhaltung aus und plädiert für die Bereitstellung von Finanzmitteln aus dem Bundeshaushalt, die umverteilt werden sollten.

Diese Mehrwertsteuererhöhung ist nicht zielführend und zudem ungerecht! Denn sie würde kleine Betriebe im Fleischerhandwerk und in der Landwirtschaft bestrafen, die bereits heute nach höheren Standards arbeiten – auch Bio-Betriebe. Eine solche Steuererhöhung würde die Falschen treffen. Daher: Keine Fleischsteuer! Dies ist ein weiterer unausgereifter Vorschlag der Regierung und ihrer „Experten“, die wenig bis keinen Bezug zur Praxis in den Betrieben haben und Ideen vorantreiben, die die Kunden noch mehr verunsichern.

Warum wir nicht gendern

Als eine sehr diverse Redaktion lehnen wir Benachteiligung aufgrund von Sexismus, Homophobie usw. strikt ab. Dennoch haben wir uns bewusst gegen das Gendern in unseren Texten entschieden. Wörter wie Kund/innen, Verbraucher*innen, Besucher_innen, Mitarbeiter:innen und die Formulierung Leser und Leserinnen behindern in erster Linie den Lesefluss, verlängern den Text unnötig und lenken von den Inhalten ab. Dazu kommt, dass die Zeichen den Unterschied zwischen den Geschlechtern eher betonen, als ihn – im Sinne einer Gleichberechtigung – auszugleichen. Darüber hinaus sollen die Zeichen angeblich nonbinäre Geschlechtsidentitäten einbeziehen; sie bewirken jedoch genau das Gegenteil, nämlich die Zweigeschlechtlichkeit hervorzuheben und die Geschlechter (optisch) zu trennen. Übrigens vertritt nur der Genderstern * das „dritte Geschlecht“. Und: Der weibliche Part rückt dadurch an zweite bzw. dritte Stelle – das ist sexistisch. Begriffe wie „Studierende“ sind annehmbar, aber nun mal nicht auf alle Personenbezeichnungen übertragbar. Da dieses substantivierte Partizip Präsen Handlungen beschreibt, die im angesprochenen Moment passieren, ist diese Lösung auch noch grammatikalisch falsch. Sobald eine tatsächlich diverse und inkludierende Schreibweise gefunden wird, nutzen wir diese gerne. Wir hoffen auf Ihr Verständnis für unseren Umgang damit, freuen uns aber über Ihre Rückmeldung dazu unter muc@blmedien.de.



Hähnchen-Convenience
in Premium-Qualität



coming soon





12

24



20



Aktuelles

- 06 **Branchenblick**
- 09 **LEH im Tierschutzranking**

Innovation des Jahres

- 10 **Die Sieger:**
Welche Produkte waren die Stars in 2023?

Grillen

- 12 **BBQ-Saison:**
Mehr Umsatz vom Grill

Burger

- 16 **Patties, Buns, Saucen & Co.:**
Ein Fest für die Sinne

Fleischarten

- 20 **Serie von Michael Keller:**
Lammfleisch
Europäisches Lamm

Wurstsorten

- 24 **Kulinarische Portraits:**
Rotwurst

Tierwohl

- 26 **Tierschutzabkommen:**
Dänemark setzt Maßstäbe

Technik

- 28 **Gartechnik für die Heiße Theke:**
Multitalente
- 32 **Spültechnik und Hygiene:**
Kampf den Keimen



32



16

Rubriken

05 Impressum

35 Markt & Trend



Foto: Infini Craft - adobe.stock.com

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

Impressum

FM

FLEISCH MARKETING

13. Jahrgang 2024

Verlag: B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG

Verlagsniederlassung München

Postadresse: Postf. 21 03 46, 80673 München

Hausadresse: Garmischer Straße 7, 80339 München

Tel. (089) 370 60-0 Fax: (089) 370 60-111

Internet: www.blmedien.de, www.fleisch-marketing.de,

E-Mail: muc@blmedien.de

Verlagsleitung München:

Bernd Moeser

(089) 370 60-200

Basak Aktas (Stellvertretung)

-270

Chef vom Dienst:

Michael Teodorescu

-175

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

Michael Teodorescu

-175

Autoren:

Michael Keller, Verena Wagner

Mediaberatung:

Sebastian Lindner (verantwortlich)

-215

Gerhild Burchardt

-205

Fritz Fischbacher

-230

Concetta Herion

-240

Rocco Mischok

-220

Bernd Moeser

-200

Kilian Roth

-246

Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 13 vom 1.1.2024

Anzeigenabwicklung:

Felix Hesse

-261

Layout:

Liane Rosch

-258

Rita Wildenauer

-254

Abonnentenbetreuung:

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

-270

Roland Ertl (r.ertl@blmedien.de)

-271

Bezugspreis:

Erscheint zweimonatlich (6 Ausgabe/Jahr).

Abonnementpreis: Inland jährlich 45 €, Ausland jährlich 55 €.

Einzelpreis: Inland 9 €, Ausland 11 € (alle Preise inkl. Versandkosten und MwSt.).

Kündigungsfrist: Schriftlich 4 Wochen vor Ablauf des Bezugsjahres.

Druck: Ortmaier Druck GmbH, Birnbachstraße 2, 84160 Frontenhausen

Bankverbindung:

Commerzbank AG, Hilden

IBAN: DE 58 3004 0000 0652 2007 00

BIC: COBADEFFXXX

Gläubiger-ID: DE 13ZZZ00000326043

Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Gewähr.

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht immer die Meinung der Redaktion

wieder. Nachdruck und Übersetzung veröffentlichter Beiträge dürfen, auch auszugs-

weise, nur mit vorheriger Genehmigung des Verlages erfolgen. Im Falle von Herstel-

lungs- und Vertriebsstörungen durch höhere Gewalt besteht kein Ersatzanspruch. Für

den Inhalt der Werbeanzeigen ist das jeweilige Unternehmen verantwortlich.

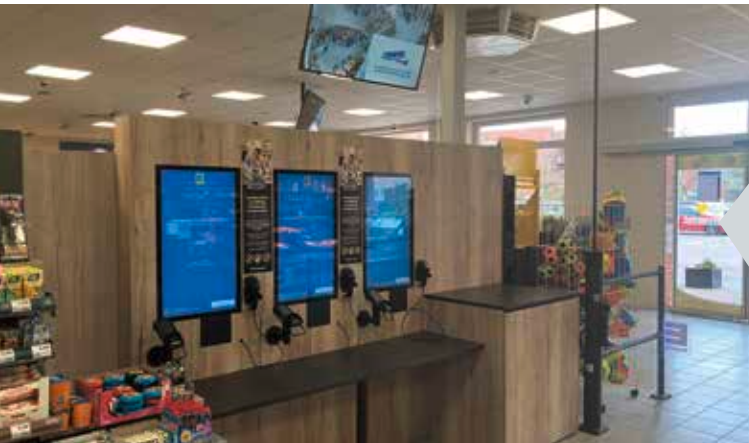
Geschäftsführer der B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG,

40724 Hilden:

Harry Lietzenmayer, Stephan Toth, Björn Hansen

Gerichtsstand: Hilden

ISSN: 2193-6269



Sonntags einkaufen

Edeka Alpen am Schönberger Strand startete ein neues Einkaufsangebot: Als erster Edeka Pilotmarkt im Norden führte der Markt den autonomen Betrieb nach Ladenschluss ein und bietet Kunden die Möglichkeit, auch so Einkäufe zu tätigen. Mit dem Konzept reagieren Edeka Nord und Kaufmannsfamilie Alpen auf den Wunsch nach verlängerten Öffnungszeiten und begegnen zugleich dem Fachkräftemangel. Nach 14 Uhr ist der Supermarkt zurzeit im autonomen Betrieb zugänglich. Zusätzlich hat er auch an Sonntagen in dieser Form geöffnet.

Ein Herz für die Region

Anfang Mai übernahm Maik Lehmann (re.) die Leitung des Edeka Center Walsrode und trat damit die Nachfolge von Stefan Malec (li.) an, der künftig als Marktleiter im Edeka Center Leide in Zeven arbeiten wird. Maik Lehmann verfügt über langjährige Erfahrung im Einzelhandel und war zuvor unter anderem als Geschäftsleiter bei Real tätig. Nach acht Jahren kehrt er in seine Heimatstadt Walsrode zurück. Sowohl die Nähe zum Kunden als auch das Angebot zahlreicher Artikel regionaler Lieferanten ist beiden Marktleitern eine Herzensangelegenheit, daher wurde symbolisch ein Herz überreicht.



Kauffrau und Unternehmerin

Anfang Mai wechselte Franziska Grabarse von der Marktleitung in die Selbstständigkeit als Edeka-Kauffrau. Sie führte bisher den zur Regionalgesellschaft Edeka Minden-Hannover gehörenden NP-Markt in Roßleben-Wiehe als Marktleiterin. Jetzt ist sie Inhaberin und damit als Kauffrau auch wirtschaftlich eigenverantwortliche Unternehmerin. Franziska Grabarse ist gelernte Kauffrau im Einzelhandel, absolvierte das interne Juniorenaufstiegsprogramm bei der Edeka Hessenring und war seit 2012 bereits in verschiedenen NP-Märkten in Sachsen-Anhalt als Marktleiterin tätig.

Edeka Center auf Zukunftsweg

Mit großen und kleinen Nachhaltigkeitsmaßnahmen trägt das Edeka Center Hermasch in Hameln zu mehr Umwelt- und Ressourcenschutz bei. Der Markt erhielt die Nachhaltigkeitsauszeichnung „Auf Zukunftswegen“, die von WWF Deutschland vergeben wird. Der selbstständige Einzelhändler Kay-Uwe Hermasch setzte in Zusammenarbeit mit seinem Team die Maßnahmen erfolgreich um, mit denen der Markt einen Beitrag zum Erhalt der Artenvielfalt leistet sowie Ressourcen einspart. Ausgezeichnete Märkte erhöhen beispielsweise ihren Bio-Anteil oder lassen ihre Bedientheken nach Bio-Standard zertifizieren.



Bilder: Edeka Alpen, Edeka Center Walsrode, nah & gut Roßleben-Wiehe, Edeka Center Hermasch

Plastik sparen an der Theke –
weniger als 1% Verpackungsmüll



Anteil Plastik Verpackung je 100g Parmaschinken



*wenn kundenseitig eigene Frischhalteboxen mitgebracht werden

Quelle: gourmetscouts.de, Kaufen an der Theke

Theke statt SB-Ware

Ein Einkauf an der Bedientheke hilft dabei, Müll zu vermeiden, vor allem Kunststoffe, die oft irgendwann im Meer landen. Der R&S Vertrieb bietet einen Großteil seiner Produkte an solchen Theken an. Beim Kauf von 70 g Parmaschinken im SB-Bereich etwa, fallen zusätzlich 4,11 g – also 17 % – Plastik an. Beim Kauf von 100 g des Schinkens an der Bedientheke kommt weniger als 1 g und so weniger als 1 % Plastik dazu, wenn die Kundschaft eigene Frischhalteboxen mitbringt. R&S rief für sich und seine Partner die Nachhaltigkeitsstrategie „ACT4U“ ins Leben, um aktiv gegen den Klimawandel anzugehen.

Erster pflanzlicher Rewe

Rewe eröffnete am 11. April in Berlin seinen ersten rein pflanzlichen Supermarkt. Im „Rewe voll pflanzlich“ an der Warschauer Brücke im Stadtteil Friedrichshain gibt es mehr als 2.700 vegane Produkte. Nach mehr als 3.800 Märkten, in denen der Lebensmittelhändler alles von Bio-Gemüse über Käse bis zu Fleisch anbietet, ist es der erste Vegan-Markt des Unternehmens. In den gängigen Rewe-Märkten umfasst das Sortiment bis zu 1.400 vegane Artikel und ist in den vergangenen Jahren stark gewachsen. Als besonders beliebte Artikel haben sich bisher Milchalternativen sowie frische Convenience-Produkte herausgestellt.



Neueröffnung in Samswegen

Aus dem ehemaligen NP-Markt in Samswegen ist nach umfassendem Umbau ein moderner nah & gut-Markt geworden. Der Markt aus dem Baujahr 2009 entsprach nicht länger den heutigen Ansprüchen. Im Zuge der Modernisierung wurde er in die Hände des selbstständigen Kaufmanns Fabian Müller übergeben, der bereits einen nah & gut-Markt in Langenweddingen führt. Die Entscheidung, einen zusätzlichen Standort zu betreiben, war zweifellos die Richtige – davon ist er überzeugt. Zusammen mit Marktleiterin Nicole Müller und ihrem 14-köpfigen Team freut sich Fabian Müller nun darauf, die Kunden in dem neugestalteten nah & gut-Markt willkommen zu heißen.

Bilder: gourmetscouts.de, Christoph Große, nah & gut Müller Samswegen

promedia theken TV



Herausragend
IN SZENE gesetzt

**Bildschirmwerbung,
die auffällt**

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

Jetzt Beratungstermin vereinbaren:

☎ Tel.: 0 21 03 / 20 47-00

✉ info@promedia-thekentv.de

🌐 www.promedia-thekentv.de



Recyclebarer Supermarkt

Beim Neubau des Edeka-Marktes im Westen von Braunschweig setzt Edeka Minden-Hannover auf eine nachhaltige und innovative Bauweise durch das Triqbriq-Holzbausystem. Beim Bau des rund 1.100 Quadratmeter großen Marktes, der planmäßig im Frühjahr 2025 eröffnen soll, kommen in erster Linie Materialien und Komponenten zum Einsatz, die wiederverwendet beziehungsweise recycelt werden. Die verwendeten Briqs sind Buchenholzdübel, die aufeinander gesteckt und miteinander verriegelt werden. Auf künstliche Verbindungsmittel wird verzichtet. Ein weiterer Vorteil: Die Holzbauweise ist auch flexibler, wenn etwa ein Umbau ansteht.



Stolze Sieger - U21 TeamAward 2024

Im Rahmen einer Gala mit Showacts in der Volkswagen Halle in Braunschweig kürte Edeka Minden-Hannover die Gewinner ihrer U21 Talente-Challenge, dem großen Azubi- und Nachwuchsprojekt. Unter dem diesjährigen Motto „Vielfältig, zukunftsorientiert, heimatverbunden – Wir sind mehr als ein Supermarkt!“ stellten die Nachwuchskräfte während der Aktionswoche im Februar Projekte zu den Themen Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Regionalität und Food-Trends auf die Beine und begeisterten damit die Kunden und die Jury des U21 TeamAwards.

Pflanzliche Produkte holen auf

Die pflanzliche Lidl-Eigenmarke Vemondo hat innerhalb von sechs Monaten eine Absatzsteigerung von über 30 Prozent verzeichnet. Im Oktober 2023 hatte Lidl die Preise für das Vemondo-Sortiment an die von tierischen Produkte angeglichen. Zudem stehen die pflanzlichen Produkte neben ihren tierischen Pendanten. Schon 2023 fiel der durchschnittliche Preisunterschied zwischen einem Warenkorb mit pflanzlichen und einem mit tierischen Produkten gegenüber 2022 nach ProVeg-Berechnungen von 53 auf 25 Prozent. Das zeigt: Die Menschen nehmen das pflanzliche Angebot an, wenn es preislich vergleichbar ist.



Service. Geschmack. Vielfalt.

Wenn's um die Würze geht:

Beck
Gewürze und Additive

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

50 Prozent weniger Kunststoff

Weniger Plastik bei der Verpackung ohne Einbußen bei der Funktionalität – dieses Ziel erreicht der Blumberger Schinkenspezialist und Produktionsbetrieb von Edeka Südwest Schwarzwaldhof mit einer neuen Verpackungslinie für seine Wurstsalat-Produkte. Als Trägermaterial für die neuen Mono- und Doppelkammer-Schalen sowie die To-go-Becher dient ein dünner Umkarton aus Kartonage, der FSC-zertifiziert ist. Durch diesen ist es möglich, den Kunststoffanteil gegenüber einer konventionellen Verpackung um 50 Prozent zu reduzieren. Das Plastik lässt sich vom Karton lösen, sodass beides getrennt in den Recycling-Kreislauf gelangt.

LEH IM TIERSCHUTZ-RANKING

Wo steht der deutsche Lebensmitteleinzelhandel beim Thema Tierschutz? Diese Frage beleuchtet die Albert Schweitzer Stiftung in ihrem Tierschutz-Ranking.

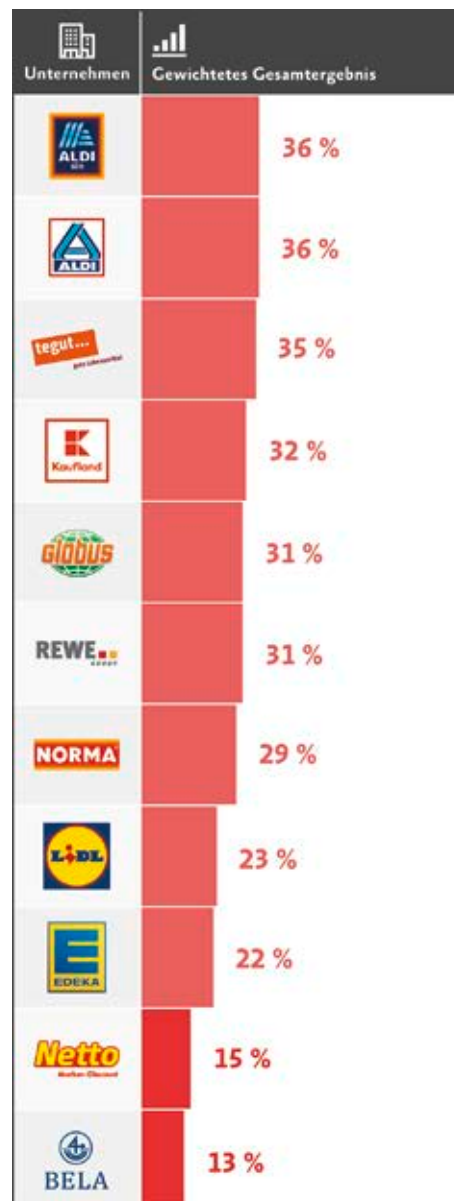
Aldi Süd, Aldi Nord und Tegut schneiden am besten ab – erreichen aber nur ein gutes Drittel der möglichen Punkte. Die Schlusslichter sind Edeka, Netto und Bela. „Insgesamt stellen wir leider fest, dass die Entwicklung hin zu besserem Tierschutz zu langsam vorangeht – trotz deutlicher Bemühungen einiger Unternehmen“, sagt Esther Rabofski, stellvertretende Leiterin des Bereichs Lebensmittel-Fortschritt der Stiftung.

Für das Ranking hat die Stiftung die Tierschutz- und Einkaufsrichtlinien von elf Supermärkten und Discountern auf den Prüfstand gestellt. Themenschwerpunkte waren dabei die Haltungsvorgaben für verschiedene Tierarten, der Ausstieg aus den Haltungsfarm-Stufen 1 und 2 sowie Tierschutz-Fortschritte für Masthühner.

Die Unternehmen auf den ersten sechs Plätzen liegen eng beieinander: Sie erreichen zwischen 31 % und 36 % der möglichen Punkte. Auf Aldi Süd und Aldi Nord mit jeweils 36 % folgt Tegut mit 35 %. Der vormalige Spitzenreiter verschlechtert sich damit deutlich im Vergleich zum letzten Ranking aus dem Jahr 2020. Einige Plätze verloren hat auch Lidl. Edeka, Netto und Bela, die bereits 2020 im unteren Drittel der Wertung lagen, konnten sich kaum oder gar nicht verbessern.

Noch viel zu tun

„Dass Aldi im Tierschutzranking auf Platz Eins liegt, ist eine Bestätigung für unseren Kurs hin zu mehr Tierwohl“, kommentiert Dr. Julia Adou, Director National Sustainability bei Aldi Süd,



das Ergebnis. „Mit der Entscheidung, bis 2030 sowohl bei der Trinkmilch, als auch bei Frischfleisch und gekühlten Wurstartikel, aus den Haltungsfarm-Stufen 1 und 2 auszusteigen, haben wir als erster Lebensmitteleinzelhändler eine wichtige Weiche gestellt. Aber bis dahin gibt es noch viel zu tun.“

Christian Leuthner, Bereichsleitung Einkauf, Frische, Kühlung und Bedienung bei Tegut, sieht im Ergebnis des Rankings einen Ansporn für weitere Verbesserungen: „Tegut bleibt ein Vorreiter beim Tierschutz. Mit unseren umfassenden Maßnahmen und Zielsetzungen demonstrieren wir, dass uns anspruchsvolle Vorgaben für unseren Einkauf am Herzen liegen. Das Ergebnis des Rankings zeigt aber auch, dass wir hier nicht stehen bleiben können, sondern weiter an der Anhebung unserer Standards arbeiten müssen.“

Das letzte Ranking im Jahr 2020 hatte noch einen klaren Spitzenreiter. Jetzt haben sich die Abstände verringert, sodass die ersten sechs Unternehmen eng beieinander liegen und alle zwischen 31 % und 36 % der möglichen Punkte erreichen. Die deutlichsten Veränderungen in der Wertung gibt es bei Tegut und Globus. Tegut hatte 2020 noch mit 52 % der möglichen Punkte alle Mitbewerber hinter sich gelassen und fällt nun deutlich ab. Globus hingegen klettert vom letzten Platz auf Rang fünf.

Aldi Süd und Aldi Nord haben sich gegenüber 2020 leicht verbessert, dicht gefolgt von Tegut.

Der Handel hat gewählt: DIE SIEGER

Am Anfang dieses Jahres haben wir Sie, liebe Leser, gebeten, über die Innovationen des vergangenen Jahres im LEH abzustimmen. Die Umfrageergebnisse zeigen eine interessante Verteilung der Präferenzen in verschiedenen Lebensmittelkategorien.

In der **Geflügelkategorie** haben die „Beyond Nuggets“ von Beyond Meat 27,6 % der Stimmen erhalten. Dies verdeutlicht eine starke Präferenz der Konsumenten für diese pflanzliche Alternative, was den wachsenden Trend zu fleischfreien Optionen unterstreicht. Die relative Beliebtheit zeigt, dass Beyond Meat erfolgreich eine Nische im Geflügelmarkt besetzt hat.



Sechs Kategorien haben wir ausgelobt, mit dabei auch pflanzliche Produkte in der entsprechenden Kategorie: Wenn diese also zum Beispiel Geflügelfleisch imitiert haben, liefen sie unter der Geflügel-Kategorie.

Insgesamt bieten die Umfrageergebnisse wertvolle Einblicke in die Präferenzen der Konsumenten für verschiedene Lebensmittelprodukte. Besonders auffällig ist die hohe Zustimmung für pflanzliche Produkte, was den Trend zu einer pflanzenbasierten Ernährung weiter bestätigt.

In der **Kategorie Schinken und Wurst** hat Billie Green mit „Bacon mit Chili“ 50,6 % der Stimmen erhalten.

Diese Mehrheit zeigt, dass das Produkt eine bedeutende Beliebtheit genießt und die Hälfte der Befragten überzeugt hat. Die Kombination aus traditionellem Geschmack und einer modernen, würzigen Note scheint gut bei den Konsumenten anzukommen.





Besonders herausragend in der Umfrage ist die **Kategorie Pflanzlich**, in der Greenforce mit ihrem „Veganen Leberkäse“ beeindruckende 67 % der Stimmen erreicht. Diese überwältigende Mehrheit zeigt eine starke Präferenz für dieses pflanzliche Produkt, was möglicherweise auf seinen Geschmack, seine Qualität oder seine Innovation zurückzuführen ist. Greenforce hat hier offensichtlich ein Produkt geschaffen, das den Anforderungen und Erwartungen der Konsumenten und der Entscheider im LEH voll und ganz entspricht.

Bei den **Feinkostprodukten** führt Bautz'ner mit „Brutzel Senf Retro“ und erzielt 32,5 % der Stimmen. Über ein Drittel der Umfrageteilnehmer bevorzugten dieses Produkt, was auf eine hohe Akzeptanz und Beliebtheit unter den Befragten hinweist. Bautz'ner scheint mit ihrem Senf-Produkt einen Nerv getroffen zu haben, der bei den Verbrauchern gut ankommt.



In der Kategorie **Convenience** führt The Vegetarian Butcher mit ihrem Produkt „Lasagn-Yeah“ und erreicht gut 24 % der Stimmen. Dies zeigt, dass etwa ein Viertel der Befragten dieses pflanzliche Convenience-Produkt bevorzugt, was auf eine solide Beliebtheit hinweist.



Bilder: Beyond Meat, The Plantly Butchers/Billie Green, The Vegetarian Butcher, Greenforce, Bautz'ner, Camporrio/Smack'In



Abschließend zeigt die **Kategorie Snacks**, dass Snack'In mit ihren „Simple Pops Tomato“ 44,8 % der Stimmen erzielte. Fast die Hälfte der

Umfrageteilnehmer bevorzugte dieses Snack-Produkt, was auf eine starke Akzeptanz im Snackbereich hinweist. Snack'In hat offenbar ein attraktives Produkt entwickelt, das bei Ihnen und bei vielen Verbrauchern gut ankommt.

Billie Green

WIR SAGEN DANKE!
INNOVATION DES JAHRES
IM BEREICH WURST & SCHINKEN

WEITERE INNOVATIONEN FOLGEN!

VEGAN

MEHR UMSATZ VOM GRILL

Mit der Verlagerung des Lebens nach draußen werden vermehrt sonnige Stunden im Freien verbracht. Grillfans freuen sich schon darauf Köstliches auf dem Grill zuzubereiten und neue Geschmäcker zu entdecken.



Die meisten Deutschen grillen immer noch in den Sommer- und Herbstmonaten, wobei einige Hartgesottene ihr Grillgut auch bei kälteren Temperaturen am Holzkohle-, Gas- oder Elektrogrill zubereiten. Dabei geht es nicht nur um das Zubereiten von Speisen, sondern vielmehr um eine kulinarische Entdeckungsreise, die die Welt des Grillens in allen ihren Facetten erlebbar macht. Mit der Grillmethode können viele unterschiedliche Speisen oder sogar Menüs gegart werden: Fleisch, Grillkäse, Fleischersatzprodukte, Gemüse, Reis, Brot und sogar Desserts – alles erhält dadurch einen besonderen Geschmack, vor allem wenn abwechslungsreiche Gewürze und Aromen mit verschiedenen Grilltechniken kombiniert werden. Asche, Holzkohle oder die Fusion von US-amerikanischem und koreanischem BBQ können etwa Schlüssel zu neuen Trends sein. Es gibt aber viele weitere faszinierende, internationale Grilltechniken, die es zu entdecken gilt, z. B. „Smoke & Fire“ oder der aufkommende Verbrauchertrend „Mediterrane Erkundung“. Flamm-Grillen bzw. Räuchern & Ritzen und der Einsatz unkonventioneller Elemente wie verbranntes Mehl verdeutlichen die ständige Evolution dieser Zubereitungsmethode. „Egal, ob im mediterranen oder amerikanischen Stil – beim Grillen sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt“, sagt Miguel Rosch, Head of Marketing Deutschland bei der Moguntia Food Group. „Mit unseren Marinaden können sie ganz leicht eine Vielzahl von Geschmacksrichtungen entdecken und genießen. Beginnen sie ihre kulinarische Reise einfach von zuhause aus und lassen sie sich von unseren neuen Grill-Konzepten inspirieren.“

Was wird gegrillt?

Doch vielen woken und vegetarierfreundlichen Umfragen zum Trotz landet laut der epap-Studie „Grill-Report“ aus dem vergangenen Jahr für die Mehrheit der Befragten immer noch Fleisch (56 %) am häufigsten auf dem Grill. Danach folgen Grillkäse (38 %), Veggie-Würstchen und -„Steaks“. 74 % der Umfrageteilnehmer grillen in den Sommermonaten mehr als zwei- bis dreimal im Monat – bei dauerhaften sommerlichen Temperaturen dürften das um einige mehr sein. Fast 80 % der Befragten dieser Studie probieren gerne neue Grillprodukte aus, die regionale Herkunft des Grillgutes ist für 62 % (eher) wichtig. Auch die seit 2011 alle zwei Jahre stattfindende Evaluation „Consumer Insights Grillen“ von mafowerk untersuchte im vergangenen Sommer die Vorlieben, Verhaltensweisen, Gewohnheiten und Meinungen zum Thema Grillen. Ein Ergebnis: die Verbraucher bzw. Kunden sind preissensibler. Beim fleischlosen Grillen waren hier Gemüse- bzw. Gemüsespieße (56,1 %) sowie Grillkäse (49,4 %) die Favoriten. Seit wenigen Jahren werden auch Hybrid-Produkte, eine Mischung aus Fleisch und Gemüse, z. B. bei Grillwürstchen, angeboten. Laut dieser Umfrage waren solche Produkte aber 72 % gänzlich unbekannt, nur 21 % der Befragten sind sie beim Kauf aufgefallen.

Gewürze für den Kick

Den Trends „Smoke & Fire“ und „Mediterrane Erkundung“ folgte die Moguntia Food Group bei der Entwicklung der Gewürze und Marinaden für 2024. Zwei Marinaden der Range Aromette stehen im Fokus. „Alabama Bacon“ folgt dem US-Südstaaten-Flair. Dank kräftiger Baconnote und subtilen Rauchnuancen stellt sie die perfekte Basis zu individuellen US-amerikanischen BBQ-Stilen dar. Sie ist durch ein ausgeprägtes süß-saures Spiel der Aromen charakterisiert. Ein weiteres Ziel in der Produktentwicklung war es, eine leuchtende weiße Marinade mit kräftigem italienischen Geschmack zu kreieren. Durch die Verbindung einer breiten Käsenote mit frischen Kräutern, fusioniert „Bianco Verde“ die

Bilder: NovaTaste, Nubassa



Nubassa bietet mit den Quiksoft Marinaden Abwechslung, zum Beispiel beim Steak.

Umami-Welt mit der Regionalität traditioneller italienischer Zutaten. Sie eignet sich für Fleischgerichte, veredelt aber auch Gemüse und Nudelsalate.

Bei den neuen Marinaden von NovaTaste geht es geschmacklich einmal um die Welt. Das Sortiment greift Geschmacksrichtungen verschiedener Länderküchen auf und bietet ausgewogene Mischungen von mild bis richtig scharf. Für die Grillsaison 2024 profitieren Betriebe von zwei Marinaden. „Café de Paris“ heißt der Neuzugang in der Reihe der Pure Oil-Marinaden. Diese stehen für Genuss ohne zugesetztes Palmöl oder gehärtete Fette. Die französisch inspirierte, grüne Ölmarinade bietet eine charakteristisch buttrige Note mit feinen Kräutern. Sie harmoniert mit Geflügel, Lamm und Schweinefleisch sowie Gemüse, enthält ausschließlich natürliche Aromen und verzichtet auf E-Nummern und Geschmacksverstärker. Eine rauchige Grillnote kennzeichnet die rote Variante

Tradition ist sehr wichtig. Aber das hier schon probiert?

BECK Magical Dust
Perfekt für: Geflügel | Rind
| Schwein | Wild

GOLDSTEAK
Perfekt für: Rind | Vegetarisch

BECK SoftFix Marinade Mango-Thymian
Perfekt für: Geflügel | Rind | Fisch | Wild |
Vegetarisch

Hol dir jetzt den perfekten Geschmack !

Nur bei uns: Farbenbasierte Gewürzsuche,
passend zu Fleischart und Geschmacks-
richtung für eine effiziente Produktion.



Wir beliefern das Handwerk und die Industrie mit
ausgewählten Gewürzmischungen und Beratung seit 1998.

Beck
Gewürze und Additive
www.beck-gewuerze.de



Beck Gewürze setzt mit dem „Goldsteak“ auch optische Akzente.

„Grilled Chicken“ aus dem Primolio-Sortiment. Diese rein pflanzlichen, hitzestabilen Marinaden auf Ölbasis umhüllen das Grillgut gleichmäßig und bieten so Geschmack und Schutz in einem. „Grilled Chicken“ ist mit ihrem Braten- und Grillgeschmack mit Geflügelnote für Hühner- und Putenfleisch sowie Gemüse geeignet.

Die neuen Magic Marinaden von Raps.



Der Geschmack der weiten Welt hat 2024 auch ins Nubassa Gewürzwerk Einzug gehalten. Sichtbar ist das bei den Quicksoft-Marinaden: „Exotic Lemon“ steht für die Küche Asiens, „Texas“ für den rauchigen Süden der USA, „Rosmarin-Zitrone“ und „Basilikum“ spiegeln das mediterrane Europa wider. Es gibt über 60 dieser Marinaden, die dem Grillgut eine ansprechende Optik und besonderen Glanz verleihen. Zudem stabilisieren sie die Haltbarkeit und Frische der Grillkreationen. Angeboten werden sie im 3- und 6-kg-Eimer. Alle sind ungekühlt haltbar, bestehen aus ungehärteten Fetten, ausgewählten Gewürzen, Kräutern und Meersalz. Das Unternehmen achtet darauf, dass viele Produkte frei von E-Nummern und deklarationspflichtigen Allergenen und kein Glutamat und künstliche Farb- und Konservierungsstoffe enthalten sind. Diese Produkte sind mit CL/AF gekennzeichnet.

Mit zwei neuen Marinaden ohne Palmöl stimmt Raps Grillfans auf die neue Saison ein. Der rauchig-würzige Stil von „Magic Smoky Chipotle“ erinnert an die TexMex-Küche. Dafür kombinierten die Raps-Experten Chipotle-Chili mit Erlenrauchsalz, getrockneten Tomaten und Demerara-Zucker und rundeten dies mit Cumin und Knoblauch ab. Die würzig-scharfe Marinade „Magic Thai Curry“ bringt den Geschmack der Thai-Küche authentisch auf den Grill: Hier verbinden sich Chili, Zitronengras, Ingwer und Knoblauch, abgerundet mit einem Hauch Kokos. Beide eignen sich zum Einlegen von Schwein, Rind, Geflügel oder Fisch und werden auch Fleischersatzprodukte, Gemüse oder Käse geschmacklich auf. Die Marinaden enthalten keine Allergene und kommen ohne deklarationspflichtige Zusatzstoffe aus. Kräuter und Gewürze verteilen sich homogen darin und verleihen dem Grillgut einen speziellen Glanz. Mariniertes Fleisch wird vor dem Aussaften geschützt und trocknet beim Grillen nicht aus. Rezeptideen gibt es auf der Plattform „myRAzept“, z. B. Schweinefiletspieße „Multi-Coloured“, für die das Fleisch in drei unterschiedlichen Magic-Marinaden eingelegt und dann gegrillt wird.

Trend-Saucen

Der Begriff „teriyaki“ setzt sich aus den japanischen Wörtern „teri“ (Glanz) und „yaki“ (gegrillt) zusammen. Teriyaki-Saucen veredeln auch Grillgerichte mit einer inspirierenden Balance aus süß und salzig und einem appetitlichen Glanz. Als Partner präsentieren Kikkoman und Develey Food Service die Kikkoman Wok Sauce. Dickflüssig, kochfertig, mit austarierter Umami-Würze und veganer Rezeptur, passt sie zu Fleisch, Fisch, Gemüse, Tofu, Nudeln und Meeresfrüchten und eignet sich zudem als Asia-Dip oder Glasur. Als weiteres Produkt kommt die dünnflüssige Kikkoman Teriyaki Marinade diesem Trend nach. Sie wird auf Basis der natürlich gebrauten Kikkoman-Sojasauce hergestellt, enthält keine Farbstoffe und Geschmacksverstärker und hilft beim Kreieren eigener Saucen.

Marco Theimer

Salat mit Frucht und Gemüse

Stellt das Wilhelm Goedeken-Team den Apfel-Porree-Salat her, duftet es in der Produktion nach aromatischem Porree und knackigen Äpfeln. Sie bilden die Basis dieses frischen Sommer-Salats. Abgerundet wird der vegetarische Salat mit süßen

Ananas-Stückchen und einem mit Sahne verfeinerten, lieblichen Joghurt-Mayonnaise-Dressing. Der Apfel-Porree-Salat ist ein Highlight für den Sommer. Er ist pur ein frischer Genuss, aber auch ideal als Beilage auf dem Grill-Buffer. Er ist in einer 1 Kilogramm-PP-Schale abgepackt, sofort verzehrfertig und muss nur noch angerichtet werden. www.goedeken.de



Exotisch-würzige Note

Mit der breiten Palette der Vantasia Schlemmer-Öle von Van Hees ist es ganz einfach, für jedes anstehende EM-Spiel genau die Bratwürste anzubieten, die dem typischen Geschmack der einzelnen Länder entsprechen.

Ein besonderes Highlight kommt dabei mit dem neuen Vantasia Schlemmer-Öl Tikka Masala oGAF ins Spiel: Mit seinen orientalischen Gewürzen verleiht das rote Würzöl jedem Gericht eine exotisch-würzige Note. Ein weiterer Vorteil ist seine langanhaltende frische Optik in der Theke.

www.van-hees.com



BBQ für Entdecker

BBQ ist ein Lebensgefühl! Anspruchsvolle Genießer wollen Neues entdecken und zur BBQ-Party raffinierte Gaumenfreuden auf-tischen. Dabei hilft Beck Gewürze und Additive auch in dieser Grillsaison mit exquisiten Grill-Würzmischungen und Marinaden sowie vielfach bewährten Tipps für die verkaufstarke Präsentation des Angebotes. Die Beck-Fachberater („Becksperten“) zeigen wie Rind, Schwein, Geflügel, Fisch und Gemüse mit wenig Aufwand zu exotischen Gaumen-Sensationen werden und wie man sie verführerisch in der Theke anrichtet.

Gerne lässt man am Grill den letzten Urlaub Revue passieren, z. B. mit orientalischen oder asiatischen Köstlichkeiten. Das „Beck-Kompendium“ hält 40 ausge-tüftelte Gewürzmischungen und über 30 Grillmarinaden bereit – von der hawaiianisch angehauchten SoftFix Marinade „Waikiki“ bis hin zum Curry-Gewürzsalz Indisch.

www.beck-gewuerze.de



... macht den Unterschied



Gute fleischlose Alternativen begeistern die steigende Zahl an Flexi- und Vegetariern und dürfen auf keiner Speisekarte fehlen. Die neuen veganen Grillido Burger-Pattys auf Basis von Erbsenprotein kommen ohne aller-

genhaltige Zutaten aus und das Nährwertprofil steht dem Original in nichts nach. Fein abgeschmeckt mit schwarzem Knoblauch und Steinsalz lassen sie sich in verschiedenen Garstufen zubereiten. Unser Tipp: Veganer Burger mit Avocado und Mango-Chutney. Diese Kreation ist unkompliziert in der Zubereitung und schmeckt herrlich frisch, fast schon nach Urlaub auf dem Teller. Hier geht es zum Rezept: www.grillido-foodservice.de

Süß und scharf

Die Tabasco Sweet & Spicy Sauce verfeinert unterschiedliche Gerichte – von Asia-Kreationen bis hin zu Streetfood Klassikern wie Burger, Wraps und Co. – und besticht durch ihre fruchtig-süßen Akzente mit Nuancen von Ingwer, Birne und Knoblauch und wird mit der klassischen Tabasco Sauce abgerundet. Deren fruchtig-milde Schärfe setzt dem Umami-Touch von Asiatischem, vom Stir Fry über die Sushi Bowl bis zum koreanischen Pfannkuchen, einen süßlichen und spannenden Kontrast entgegen.

Mit der feinen Dosieröffnung und samtigen Konsistenz sieht das Finish nicht nur gut aus, sondern schmeckt nach Street-food Festival. Die Neuheit ist auch pur der perfekte Dip für Gemüse, Süßkartoffel Wedges und Co. www.tabasco.de



Neuer Trend: Grillkäse

Das Grillen von Gemüse und vegetarischen Optionen wird immer beliebter. Laut einer Studie von POSpulse zeichnete sich die Beliebtheit des Grilltalers bereits im letzten Jahr ab. Mit 51,53 % landet der Grilltaler auf der Beliebtheitsskala knapp hinter Gemüse (59,46 %) und vor Fleischersatzprodukten (17,40 %). Mit dem Pfannen-

und Grilltaler Tasty Grill in den Sorten Original und Sweet Chili reagiert Old Amsterdam auf die Kundenbedürfnisse und bereichert die kommende Grillsaison mit einem rotationsstarken Produkt. Außen schön kross, innen cremig weich wird der Old Amsterdam Tasty Grill damit zum Must-have bei jedem BBQ und im Regal. www.oldamsterdam.de



EIN FEST FÜR DIE SINNE

Warum sind Burger so beliebt? Sieben anhaltende Trends rund um das variable Snack-Konzept helfen dieses Phänomen zu erklären.



Verbraucher essen seltener außer Haus – dadurch entsteht im Umkehrschluss eine höhere Erwartung an das kulinarische Erlebnis, das entweder zuhause oder als Imbiss unterwegs zelebriert wird. Hier spielen beim Burger Abwechslungsreichtum und die Qualität der Zutaten die entscheidende Rolle. Egal ob Beef, Chicken, vegetarisch oder vegan: Geschmack und Biss müssen überzeugen.

Burger haben sich vom klassischen Fast-Food-Image und „Nebenbei-Verzehr“ verabschiedet und fest etabliert. Und ein bewussterer Fleischkonsum lässt die Nachfrage nach pflanzlichen Alternativen sowie nach transparenten Fleischprodukten nach wie vor steigen.

„Die Rinder für das Fleisch wurden in Deutschland geboren, aufgezogen, gemästet, geschlachtet und verarbeitet – Stichwort 5xD“, erklärt Peter Strunz, Geschäftsführer Tönnies Artland Foodservice. „Mit dem Ultimate 5-Burger untermauern wir unsere Ambitionen, nachhaltig Lebensmittel zu produzieren und Tierwohl weiter voranzutreiben. Es ist zugleich ein klares Bekenntnis zur heimischen Landwirtschaft. Die Resonanz bei den Kunden ist bislang äußerst positiv. Darüber hinaus planen wir die Umstellung unseres Crunchy Chicken Burgers auf die Kriterien der Masthuhn-Initiative“.

Das US-Unternehmen OSI reagiert mit veganen Produkten der Marke Foodworks wie dem Ch!cken Style Cornflakes Burger und dem Veggie Burger, ein vegetarisches Patty aus buntem, stückigem Gemüse mit Käse und knuspriger Panade. Der „Superburger“ ist eine Kombination aus 51 % hochwertigem Rindfleisch, ergänzt mit Erbsenprotein. Dazu kommen Beef Burger aus Rindfleisch unterschiedlicher Qualitätsstufen und Verwolfungen – der Angus Burger etwa zu 100 % aus zertifiziertem Rindfleisch mit Herkunftsnachweis – und Burger auf Chicken-Basis sowie ein Lachsburger.

Trend 1: Fusion-Küche

Die Fusion-Küche kombiniert kulinarische Traditionen und Geschmacksrichtungen. Sie inspiriert mit asiatischen, mexikanischen oder mediterranen Elementen. Dazu passen die Rindfleischburger von Hülshorst mit 75 % oder 90 % Rindfleisch – natürlich gewürzt und ohne Zusatzstoffe oder künstliche Aromen (100, 130 oder 170 g pro Stück), einzeln aus dem Tiefkühlfach entnehmbar. Auf klassischem Sesambrotchen, Laugen- oder sogar süßem Rosinenbrotchen? Mit ländertypischer Sauce und Toppings werden sie zu einem Genusserebnis aus aller Welt. Pikant gewürzt sind das Rinderhacksteak Hacienda à 150 oder 180 g aus frischem Rindfleisch, mit rus-



Der Bavaria Burger von Hanna

tikalen Grillstreifen, ohne Fett auf Teflon gebraten und einzeln schockgefrostet, ebenso das Geflügel-Big Rib aus Geflügelhackfleisch oder der Big Rib aus Schweinefleisch aus eigener Zerlegung.

Für alle, die es würziger mögen und im Burger einen Hauch Urlaubsfeeling suchen, empfiehlt Verdino Green Foods seine veganen Produkte auf Basis von Weizen-, Ackerbohnen- und Erbsenprotein. Mexikanische Lebensfreude kommt auf die Patties mit Verdino Cheddar Cheese Sauce, Verdino Chili sin Carne sowie knusprige Jalapeños.

Während der Plant-Based Cheeseburger der Marke seine pflanzliche Schmelzfüllung bei jedem Biss freisetzt, toppen ihn oder den Chicken Crispy Burger Paprika-Nachos und Avocado-Limetten-Dressing. Das Unfished White Fillet ergänzt vegane Joghurt-Dill-Limetten-Sauce und frische Gurkenscheiben: für maximalen maritimen Geschmack.

Trend 2: Exotik

Aufregende Aromen und ausgefallene Gewürze aus aller Welt spielen bereits in vielen Burger-Kreationen eine Rolle. „Burger zeichnen sich durch überraschende Geschmackskombinationen aus, altbekannte Regeln fliegen gänzlich über Bord“, findet Alexander Rohrberg, Culinary Fachberater bei Unilever Food Solutions & Langnese.

Der Delikatessenspezialist Wolfram Berge präsentiert vielseitig einsetzbare Grill & Dip Saucen, hergestellt im Oberbergischen Nümbrecht / NRW, ohne Farb- & Konservierungsstoffe oder Geschmacksverstärker. Jede Sorte sticht mit individuell schimmerndem Etikett hervor. Neu sind „Wild Paprika – chili-süß“, die Knoblauchsauce Fancy Garlic und BBQ Chef aus Tomaten und regionalen Pflaumen mit Hickory-Rauch-Note. Zudem erhältlich sind Spicy Mango, Pineapple, Fruity Curry, feurig-scharfer Burn Out, Sweet Mustard und Black Pepper.

Trend 3: Smashed Burger

Smashed Burger ist eine US-Spezialität, die mittels Zerdrücken die volle Palette knuspriger Röstaromen

„Wir sind von der Überzeugung angetrieben, dass wir mit unseren Produkten tierisches Fleisch zukünftig im Hinblick auf Geschmack, Nachhaltigkeit, Gesundheit, Effizienz und Preis übertreffen werden“

Michael Wagner,
Planted

des Rindfleisch-Patties freisetzt. Anstatt sie vor dem Braten oder Grillen vorsichtig in Form zu pressen, wird ein sehr dünnes Beef-Patty (mit mind. 30 % Fettanteil) direkt auf den heißen Grill oder in die Pfanne gepresst. Für diese Zubereitungsart braucht es Grillstein, Gusseisenpfanne oder Feuerplatte sowie eine Grillspachtel, um die dünnen Gebilde auf den Grill zu pressen und zu wenden.

Mit dem veganen Burger-Mix von Greenforce lassen sich auch pflanzliche Patties „smashen“. Das Pulver mit Wasser mischen, kurz (ohne Kühlphase) quellen lassen, ein rundes Patty formen und auf die leicht geölte Grillfläche drücken. Das Patty lässt sich leicht von der Grillfläche lösen und steht in Sachen Kruste und Würze in nichts nach. Für den B2C-Bereich gibt es von Greenforce verschiedene vegane Frikadellen.

Trend 4: DIY-Burger

Ein weiterer Trend sind personalisierte DIY-Burger, bei denen Kunden ihre eigenen Zutaten – gerne lokal und saisonal – wählen.

„Für den Retail steht der Launch unserer Marke Mahlzeit an“, kündigt Simone Luckmann, Leiterin Marketing und Produktentwicklung bei Hanna Feinkost, an. „Durch ein eigens erarbeitetes Verfahren und Optimierungen im Produktionsprozess gelingt es, das reine Hähnchen-Brustfilet, das wir für unsere Pattys verarbeiten, lediglich grob zu zerkleinern. Hierdurch haben die geformten Bur-



1

1 | Super Burger mit Grillgemüse von Osi Foodworks

2 | Der Greenforce Burger

3 | Avocado-Chicken-Burger von Lantmännern Unibake

4 | Burger von Rügenwalder

5 | Bunte Burgerbuns von Wolf ButterBack

6 | Der Burger von Hülshorst



2



3



4



5



6

gerpattys einen sehr authentischen Biss und schmecken einfach super. Perfekt für die Burgerparty zu hause.“ Das Unternehmen arbeitet kontinuierlich an neuen Ideen wie innovativen Panaden oder hybriden Ansätzen aus Fleisch und Gemüse.

Eine Neuheit außerhalb der Burger-Line eignet sich für kreative Burgerrezepte: Die gegarten, leicht ovalen Hähnchen-Köfte mit feiner, orientalischer Würzung bieten eine tolle Basis für 1.000 und eine Burgeridee.

Trend 5: Besondere Buns

Der Better Bun Sesam von Schulstad Bakery Solutions liefert verbesserte Nährwerte, einen optimierten CO₂-Fußabdruck und schmeckt dabei wie das

„Burger zeichnen sich durch überraschende Geschmacks-kombinationen aus.“

Alexander Rohrberg
Unilever

original. Beim Rösten entsteht eine ansprechende Karamellisierung trotz Verzicht auf Zucker und Zuckerersatzstoffen. Der reduzierte Salzgehalt und der erhöhte Ballaststoffanteil von 3 % machen das Brötchen reichhaltiger. Es enthält weder Konservierungsstoffe, Farbstoffe noch Aromen.

Das Produkt von Lantmännern Unibake mit der Trendgröße von 4,5 Inch gibt es auch als Better Bun Black and White mit einem Topping aus schwarzem und weißem Sesam. Die Buns halten Saucen und Flüssigkeiten zuverlässig.

Die farbenfrohen Gemüse-Burger-Buns der Marke Diversi Foods, einer Schwesterfirma von Wolf ButterBack, stechen aus der Masse heraus. Die Farben der veganen Buns sind rein natürlichen

Ursprungs: Paprika, Rote Beete und Spinat. Über 28 % Gemüsepuree macht sie saftig und aromatisch. Sie enthalten keine deklarationspflichtigen Zusatzstoffe (Clean Label).

Vegane Mini-Gemüse-Buns à 26 g sind im Mix-Karton in den Sorten Kürbis, Spinat, Rote Beete und Paprika erhältlich. Bei ihnen beträgt der Anteil an Gemüsepuree je nach Sorte bis zu 17 %. Die vorgeschrittenen Minis müssen 20 Minuten auftauen zum Belegen, ob herzhaft oder als Dessert im Macarons-Style mit süßen Cremes und Früchten.

Trend 6: Pflanzliche Burger

Pflanzliche Patties ähneln Fleisch in Textur und Geschmack mittlerweile verblüffend. „Unsere Burger Patties sind nicht nur eine Mahlzeit, sondern ein kulinarisches Erlebnis“, verkündet Alexandru Jeican, General Manager von Verdino Green Foods Deutschland. „Wir bieten eine breite Palette an Burger-Patties an, die als Protein-Hauptbasis für kreative Burger dienen. Sie sind vielseitig einsetzbar und passen zu klassischen Rezepten sowie zu innovativen Experimenten.“ Auch die Integration von Superfoods wie Quinoa, Chiasamen oder Algen in pflanzliche Patties werde immer beliebter, um den Nährwert zu steigern und zusätzliche gesundheitliche Vorteile zu bieten. Darüber hinaus arbeiten Hersteller wie Verdino an einem höheren Gemüseanteil.

Unilever Food Solutions bietet den veganen Raw NoBeef Burger und als panierte Variante den Crispy NoChicken Burger unter The Vegetarian Butcher an. Ab 2024 sind alle Produkte der Marke zu 100 % pflanzenbasiert.

Außer den genannten gibt es auf dem deutschen Markt derzeit den Beyond Burger aus Erbsenprotein von Beyond Meat.

The Plantly Butcher präsentiert den neuen pflanzlichen Billie Green Grill-Taler mit Kräuter-Marinade.

Die Rügenwalder Mühle hat neben klassischen Frikadellen auch ein veganes Sortiment. Zudem sind die veganen Burger nach Art eines Rinderpatties, auf Basis von Soja, wieder im Handel erhältlich.

Trend 7: Pflanzliche Steaks

Was zwischen zwei Buns passt, lässt der Kreativität freien Lauf. So bieten die Schweizer von The Green Mountain Produkte wie Plant-Based Steaks, Plant-Based Filet Hähnchen-Art, eine vegane Alternative aus Weizen, Soja und Erbse, oder Plant-Based Pfeffer Medaillons, die neben Burger-Patties im Sortiment sind.

Anfang 2023 hat die Innovationsagentur Innosuisse Planted im Rahmen des Swiss Accelerator Programs zwei Millionen Schweizer Franken zugesprochen. Dies beschleunigte die Markteinführung des Steaks auf Fermentationsbasis aus natürlichen Zutaten wie Sojaprotein, Rapsöl, Bohnen- und Reismehl sowie einer speziellen Mischung aus mikrobiellen Kulturen. Fermentation ist einer der vielseitigsten Prozesse der Natur, mit der Fähigkeit Geschmack und Zartheit von Lebensmitteln zu verbessern.

Auf Grundlage einer sogenannten Whole-Muscle-Plattform wächst der Muskel durch Fermentationsprozesse. Das Muskelstück sei vergleichbar mit einem ganzen Lendenstück, was eine vielseitige, nahtlose Integration in bestehende Fleischverarbeitungsprozesse ermögliche.

Die Einführung im Einzelhandel ist für 2024 geplant. „Wir entwickeln strukturiert Fleisch in jeder Größe, Form und Faserstruktur und sind von der Überzeugung angetrieben, dass wir mit unseren Produkten tierisches Fleisch zukünftig im Hinblick auf Geschmack, Nachhaltigkeit, Gesundheit, Effizienz und Preis übertreffen werden“, betont Michael Wagner, Head of Foodservice. Aktuell sind das planted.steak und der planted.chicken Crispy Burger 2.0 exklusiv in der Gastronomie erhältlich.

Verena Wagner

PLANT-BASED CHEESY BURGER



Zutaten: (für 1 Burger)

Verdino Plant-Based Cheeseburger, Verdino Cheddar Flavour Plant-Based Slices, Burgerbrötchen, Tomaten, Rote Zwiebeln, Salat; Hausgemachte Tomaten-Preiselbeersauce: 2 Tassen frische gewürfelte Tomaten, ½ Tasse Preiselbeermarmelade, 2 gehackte Knoblauchzehen, 1 fein gehackte Zwiebel, 2 EL Olivenöl, 1 TL getrocknetes Basilikum, Salz und Pfeffer nach Geschmack

Zubereitung:

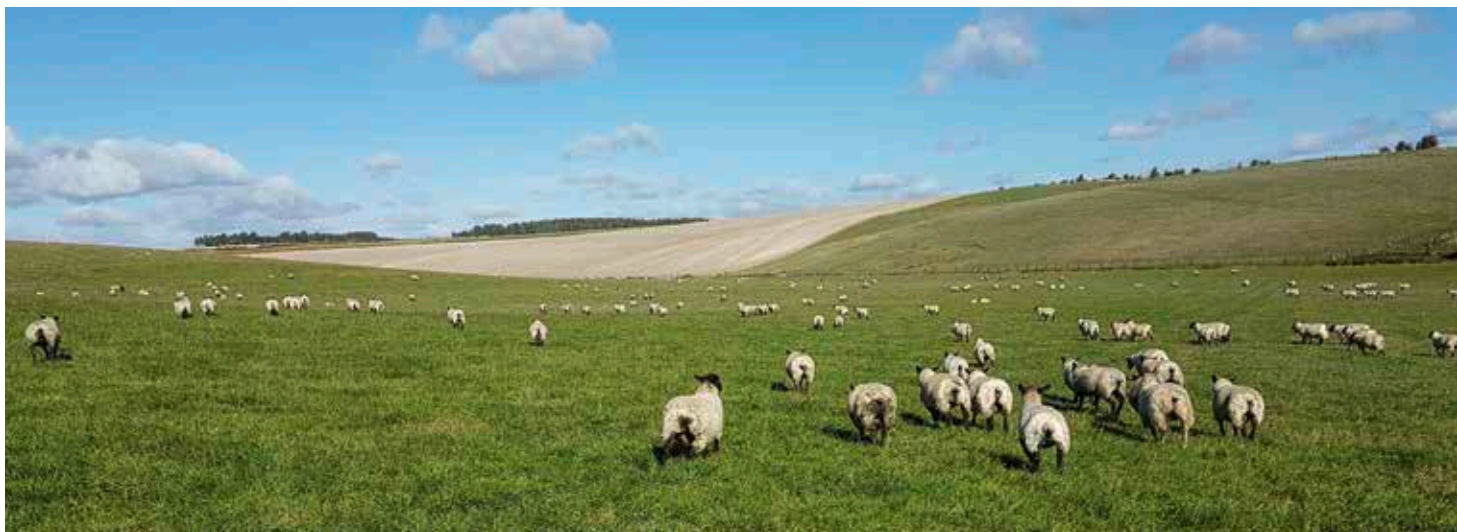
Erhitzen Sie das Olivenöl in einer Pfanne bei mittlerer Hitze. Geben Sie die gehackten Zwiebeln und Knoblauchzehen hinzu und braten Sie sie glasig an. Fügen Sie die gewürfelten Tomaten hinzu und lassen Sie sie für etwa 5-7 Minuten köcheln, bis sie weich werden. Rühren Sie die Preiselbeermarmelade unter die Tomatenmischung, bis sie gleichmäßig verteilt ist. Reduzieren Sie die Hitze und lassen Sie die Sauce für weitere 5 Minuten köcheln, bis sie leicht eingedickt ist. Nehmen Sie die Pfanne vom Herd und würzen Sie die Sauce mit Basilikum, Salz und Pfeffer nach Geschmack.

Die Plant-Based Cheeseburger in einer Pfanne oder auf dem Grill braten, bis sie goldbraun sind. Den veganen Käse auf die Patties legen und schmelzen lassen. Die Burgerbrötchen aufschneiden und leicht tosten. Die Patties auf die untere Hälfte der Brötchen legen und mit Tomatenscheiben, rote Zwiebeln Ringen, Salat und der selbstgemachten Sauce garnieren. Die obere Hälfte der Brötchen darauf legen und servieren.

EUROPÄISCHES LAMM

Michael Keller erklärt, warum Lamm eine unterschätzte Fleisch-Delikatesse ist.





Lammfleisch sollte das Sortiment nicht nur rund um Ostern bereichern, sondern dauerhaft. Lammfleisch ist vielseitig in der Zubereitung und überzeugt durch seinen dezenten, feinen Eigengeschmack, der das ganze Jahr über Freude bereitet. Dies gilt insbesondere für Europäisches Weide Lammfleisch.

Die weltweit größten Anbieter für Lammfleisch sind Neuseeland und Australien. Diese Länder liefern über spezialisierte Importeure ein riesiges Tiefkühl-Sortiment an Lammzuschnitten in den deutschen Markt. Manchmal wird die Ware auch frisch als Flugware angeboten.

Viel besser ist allerdings frisches Weide-Lammfleisch aus Deutschland und von den Spezialisten der Lammproduktion in Europa. Der Grund, warum Deutschland überhaupt importieren muss, liegt an dem geringen Selbstversorgungsgrad für Lamm, der aktuell laut der Agrarmarkt Informations Gesellschaft bei knapp 40 % liegt, das bedeutet 60 % des Lammfleischs kommt aus dem Ausland zu uns. Das ist absolut kein Nachteil, denn gerade die europäischen Lammfleisch Produzenten liefern eine Klasse Qualität, die vorwiegend aus Freilandproduktion im Herdenverbund kommt.

Britisches und französisches Lammfleisch

Auf den britischen Inseln wird deutlich mehr Lammfleisch als bei uns verzehrt. Entsprechend groß ist das Angebot – egal ob aus England, Wales, Irland oder Schottland. Neben den riesigen Weideflächen nutzt man hier alte Rassen, die sich besonders für die Fleischproduktion eignen. Darunter so bekannte Rassen wie das Hampshire-Down, das Suffolk Schaf, das Leicesterschaf, das Shetland-Schaf oder das Dorset-Fleischschaf, welches den Schwerpunkt der Produktion ausmacht. Einkreuzt wird mit anderen Schaffleisch Rassen, darunter kann auch das niederländische Texel Schaf als männlicher Erbgut Träger sein.

In Frankreich werden spezielle Schafrassen –

▲ In England findet man Rassen wie das Dorset-Fleischschaf, das Suffolk oder Shetland-Schaf



► Limousin, das Landes de Bretagne, das Mérinos d'Arles oder das Charolais sind die Rassen, die in Frankreich zu finden sind.



beispielsweise das Limousin, das Landes de Bretagne, das Mérinos d'Arles oder das Charolais – mit dem Label-Rouge-Siegel angeboten. Dahinter verbirgt sich Spitzenqualität mit einer zart schmelzenden Fettstruktur, dazu kommt eine ausgedehnte Muskulatur, die das spezielle Fleischschaf erkennen lässt. An den Rassennamen, sowohl von den britischen Inseln als auch aus Frankreich kann man immer die regionale Herkunft ableiten.

Dieses europäische, regional produzierte Lammfleisch trägt das Siegel g.g.A. – geschützte geographische Angabe

Reinrassiges aus Island

Seit einigen Jahren kommt eine besondere Qualität aus Island. Vikingyr bietet weltweit das einzige Lammfleisch, das reinrassig angeboten wird. Dies ist eine außergewöhnliche Qualität, die ausschließlich von der Firma R&S dem Handel angeboten wird. Was das Vikingyr Lamm so besonders macht ist in seiner traditionsreichen Geschichte zu finden, die auf 1.000 Jahre Reinrassigkeit zurückreicht, bei der Tierwohl und Nachhaltigkeit im Fokus stehen. Lebenslange Weidehaltung, 100 Prozent pflanzliche Ernährung, kein Einsatz von Gentechnik, der Verzicht auf Antibiotika sowie die Verwertung „From Nose to Tail“ sind einige Beispiele dafür.

▲ **Schafe aus Island werden hierzulande unter der Marke Vikingyr angeboten**

Somit sind die heutigen ca. 500.000 Vikingyr Schafe auf Island genetisch identisch mit den Tieren, die im Jahr 874 auf die Insel kamen – die Reinzucht ist bis heute verbrieft und jedem Tier stehen theoretisch 1 ha Platz zur Verfügung. Diese Aspekte sind einzigartig auf der Welt. Die Haltung der Tiere hat sich in all den Jahren kaum verändert. Die Tiere von Vikingyr leben in reiner Muttertierhaltung im Hochland und Gebirge der Insel und ernähren sich ausschließlich von Beeren, Kräutern und Gräsern und sind dem rauen Klima auf Island bestens angepasst.

Von Wölfen und Schafen

Die Nachfrage in Deutschland nach qualitativem Lammfleisch steigt, dagegen sinkt allerdings das Angebot an regional produziertem Lammfleisch. Aufgrund der immer weiterwachsenden Wolfpopulation geben viele Schäfer ihre Produktion nach mehreren Wolfsangriffen, denen sie teilweise machtlos gegenüberstehen, auf und lassen ihre Herden schlachten. Deshalb ist die größte Herausforderung für Schäferereien und schafhaltende Betriebe der Herdenschutz. Bei den von Wölfen in Deutschland 2022 getöteten oder verletzten Nutztieren handelte

es sich zu 89 Prozent um Schafe und Ziegen. Fachleute sind sich einig, dass es einen 100prozentigen Herdenschutz nicht geben kann. Wolfsabweisende Zäune weiterzuentwickeln und Herdenschutzhunde in die Schafherden zu integrieren ist jedoch für die ganze Branche zukunftsentscheidend.

Oft sind die regionalen Lammfleisch Programme in einer regionalen Vermarktungsorganisation einbezogen, die den Verkauf unterstützt. Das kann man sich zunutze machen, denn passende Infobroschüren, Verkostungen oder die Möglichkeit, sich die Produktionen vor Ort anzuschauen, bieten den Endkunden einen Mehrwert.

Neben dem Württemberger oder Bayrischem Lamm sind die Salzwiesenlämmer oder Heidschnucken im Norden, das Eifeler Urlamm im Westen oder die Rhönschafe in der Mitte Deutschlands besonders begehrt. Als Lammfleisch gilt ein Schlachtagter zwischen 150-365 Tagen. Je jünger die Tiere geschlachtet werden, desto milder ist der feine Lammgeschmack, was ja der natürlichen Logik entspricht. Es werden sowohl Lammböcke als auch weibliche Lämmer geschlachtet. Das Fleisch von weiblichen Lämmern ist immer etwas zarter, etwas weicher, es ist feiner gefasert und sie sind ca. 10 % leichter als die gleichaltrigen, männlichen Lämmer. Das Ausschlachtgewicht ganzer Lämmer liegt idealerweise bei 18-25 kg – das sind Lebendgewichte von 38-52 kg.

Insgesamt spricht man bei der Produktion von Lammfleisch, also in der Schafweidehaltung, von Landschaftspflegern. Schafherden schützen die Deiche an den Küsten, indem sie die Grasnarbe kurzhalten und den Boden durch ihre Tritte verdichten. Sie helfen der Lüneburger Heide sich vor Verbuschung zu schützen, da sie junge Pflanzentriebe von Büschen fressen und diese somit keine Chance haben sich zu entwickeln. Das gilt im Übrigen auch für die schwäbische Alb, um nur ein paar Beispiele zu nennen.

In der Theke

Lamm sollte das ganze Jahr über in der Theke angeboten werden, es ergänzt das Fleischangebot ungemindert. Dazu kommt, dass es von allen Bevölkerungsschichten verzehrt werden kann. Mit einem Pro Kopf Verzehr von ca. 650-700 g Lamm- bzw. Schaffleisch gibt es noch einiges an Potenzial, was es zu heben gilt. Gerade jetzt in der Hauptsaison der Grillzeit kann man vieles für den Grill anbieten. Durch die natürliche Fettstruktur, welches Lammfleisch in sich trägt, bleibt es auch bei längerer Garzeit zart und saftig.

Egal ob man Steaks aus der Keule, dem Rücken oder dem Nacken anbietet, alle diese Muskeln sind zum Kurzbraten geeignet und somit auch Grilltauglich. Bratwurst von z. B. Schulterfleisch bereichert das Sortiment und kommt ja oft mit mildem, aber auch geräuchertem Paprika und Chilliflocken für die Schärfe in ihrer typischen Paprikafarbe gefüllt im Lammsaitling als Merguez in die Theken – das ist Nordafrikanische Lebensfreude für zu Hause.



Lammspieße aus entsehten Muskelteilen von Keule und Schulter oder durchwachsen vom Nacken mit frischem Gemüse wie Paprika, Zwiebeln oder Zucchini, passend gewürzt oder mariniert, bringen Abwechslung in die Theke. Die Haxen, Vorderläufe oder Rippen im Dutch Ofen auf dem Grill, gehen genauso wie im Winter im Schmortopf. Also zeigen sie mehr Mut auch mit Lamm in der Theke!

ÜBER DEN AUTOR



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



ROTWURST

Im dritten Teil unserer Wurst-Portrait-Serie stellen wir die Rotwurst vor.



Was gehört in die Wurst?

Neben der namensgebenden Grundzutat enthält die Rot- oder Blutwurst Speck, Schweinebacken und -masken, Zwiebeln und verschiedene Gewürze wie Majoran, Piment und Nelken. Die Zutaten werden geschnitten, gewürzt und in Därme gefüllt. Anschließend werden sie bei Temperaturen zwischen 75 und 80 Grad Celsius gebrüht bzw. gekocht und kalt oder heiß geräuchert. Die Wurst ist übrigens ein hochwertiger Eisenlieferant und enthält außerdem Vitamin B12 und die Mineralstoffe Kalzium und Magnesium.

Wie wird sie „verpackt“?

Traditionell werden Rotwürste in Naturdarm, der ältesten Lebensmittelverpackung der Welt, abgefüllt. Besonders gut zur Geltung kommt die Blutwurst zum Beispiel in Krausen (s. Abbildung), Mägen, Fettenden oder Schweinekappen.

Wie erkennt man gute Qualität?

Eine gute Rotwurst besticht durch ein schönes klares Schnittbild und einen seidigen Glanz beim Aufschneiden.

Wie schmeckt sie am besten?

Rot- oder Blutwurst ist in vielen Ländern eine Spezialität. Die Spanier lieben ihre „Morcilla“ süß mit Honig und Mandeln, auf den britischen Inseln ist „Black Pudding“ mit Hafer eine beliebte Variante. Allein in Deutschland gibt es zahlreiche regionale Varianten: Mit Leberwurst auf deftigen Schlachtplatten, erwärmt und mit Zwiebelringen als „Kölscher Kaviar“ oder als „Himmel und Erde“ mit Äpfeln und Kartoffelpüree.

Wer hat sie erfunden?

Die Rotwurst, auch Blutwurst genannt, gilt als die älteste Wurstsorte der Welt. Bereits in der griechischen Sagenwelt und im Römischen Reich spielte sie eine Rolle. Im Mittelalter entstanden zahlreiche Rezepturen. Schon damals schätzte man fast alle Teile des Schlachttieres als wertvoll und verarbeitete sie zu Lebensmitteln. Mit dem wachsenden Bewusstsein für Nachhaltigkeit ist das sogenannte „Nose-to-tail-Prinzip“ heute aktueller denn je und die Rotwurst erlebt eine wahre Renaissance.

Fun Fact

Mortagne-au-Perche in der französischen Normandie ist die Hauptstadt der „Boudin Noir“ – der Blutwurst. Hier veranstaltet die „Confrérie des Chevaliers de la Boudin Noir“ jedes Jahr einen legendären Wettbewerb, bei dem über 500 Blutwürste aus Europa und Übersee verkostet und bewertet werden. Eine große Ehre für eine Spezialität, die bei Genießern aus aller Welt hoch im Kurs steht.

Mehr Infos gibt es unter www.naturdarm.de.

DÄNEMARK SETZT MASSSTÄBE



Die dänische Regierung legt die Grundlage für das erste nationale Tierschutzabkommen. Für den Schweinesektor haben die Politiker sieben Bereiche definiert.

Beim Tierschutz nimmt Dänemark in der Europäischen Union eine Vorreiterrolle ein. Anfang Februar hat die dänische Regierung gemeinsam mit sechs Parteien eine politische Vereinbarung getroffen und damit die Grundlage für das erste Tierschutzabkommen des Landes gelegt. „Tiere müssen angemessen behandelt werden, wenn sie in menschlicher Obhut sind. Leider haben wir in den letzten Jahren Beispiele für das Gegenteil gesehen. Deshalb bin ich sehr stolz darauf, dass die Regierung einen umfassenden Vorschlag für ein Abkommen zur Verbesserung des Tierschutzes sowohl für Tiere in Ställen als auch für Tiere bei den Menschen zu Hause vorgelegt hat“, sagt Landwirtschaftsminister Jacob Jensen.

Für den dänischen Schweinesektor haben die Politiker sieben Bereiche definiert, in denen man in Sachen Tierschutz weiter vorankommen will. Das sind: wissenschaftliche Untersuchungen zur Steigerung der Ferkelüberlebensrate, gesetzliche Vorgaben zur Freilaufhaltung von Sauen im Ferkelbereich sowie entsprechende Vorgaben was die Beregnung von Schweineställen angeht und mehr Ferkel mit intaktem Ringelschwanz, also weniger Schwänze ku-



„Wir brauchen ein europäisches Tierschutzabkommen, das EU-weit einheitliche Anforderungen stellt.“

Erik Larsen, Dänischer Fachverband der Land- & Ernährungswirtschaft

pieren. Weitere Bereiche sind: die Steigerung der Überlebensrate von Sauen, eine Ferkelkastration männlicher Tiere mit Betäubung sowie eine verpflichtende Schulung von Mitarbeitern in Sauenhaltenden Betrieben rund um das Thema Tierschutz.

Die Wettbewerbsfähigkeit sicherstellen

„Mit einer breiten politischen Einigung über die Zukunft des Tierschutzes in der dänischen Schweinehaltung erhalten wir Planungssicherheit und einen langfristigen Rahmen“, erklärt Erik Larsen, Vorsitzender für den Schweinesektor im Dänischen Fachverband der Land- & Ernährungswirtschaft. Die dänischen Schweineerzeuger haben in Sachen Tierwohl bereits die Weichen richtig gestellt. So hat sich die Branche unter anderem das Ziel gesetzt, die Zahl der Schweine mit ganzen Schwänzen in den kommenden Jahren zu verdoppeln. Es geht aber auch darum, eine langfristige Wettbewerbsfähigkeit des Schweinesektors sicherzustellen. „Wir brauchen ein europäisches Tierschutzabkommen, das EU-weit einheitliche Anforderungen stellt. Dänemark hat jetzt den Schritt nach vorne gemacht“, betont Erik Larsen.

MULTITALENTE

Multifunktionale horizontale Gar-
technik ist nicht mehr aus Profiküchen
wegzudenken. Ein Marktüberblick.



1

1 | Bedienfeld von
Ambach



2

2 | Touchscreen
beim Convotherm
Flexx pro



3

3 | Metatherm von
Elro

4 | Precipan von
Hobart



4

5 | Reinigungslanze
beim MKN FlexiChef

6 | Autolift beim
iVario Pro von
Rational

7 | Kippbratpfanne
von Phoenix



5



6



7

Kochen, Braten, Schmoren, Sautieren, Dämpfen, Pochieren, Frittieren, Druckgaren, Niedertemperaturgaren, Delta-T-Garen, Grillen – sogenannte Multifunktionsgargeräte, die innovative Weiterentwicklung des traditionellen Kippers, sind wahre Multitalente. So haben sie längst ihren Platz neben dem Kombidämpfer in Großküchen behauptet und werden bei der Planung vermehrt auf Kosten einstiger Klassiker wie Kessel und Fritteuse vorgesehen. Moderne Micro-Kitchens setzen gar nur noch auf Kombidämpfer und multifunktionale Gargeräte. Grund genug für einen Marktüberblick der aktuell gängigsten Alleskönner.

Von 17 bis 200 Litern

Das von der Kapazität her kleinste multifunktionale Gargerät kommt aus dem Hause Rational. Der iVario 2 XS ist mit 2x17 Liter Fassungsvermögen erhältlich und punktet entsprechend auch mit dem geringsten Anschlusswert am Markt von 14 kW. Je nach Hersteller sind im Portfolio zwei (Hobart, Phoenix), drei (Ambach), vier (Rational), fünf (MKN) sowie sechs (Elro, Convothem) Gerätegrößen erhältlich. Die gängigste Variante umfasst rund 150 Liter und ist im Portfolio jedes der genannten Hersteller außer Phoenix. Mit einer Kapazität von 200 Litern ist der Convothem flexx pro 201 die größte Variante. Die MetaTherm-Kochsysteme von Elro punkten im Vergleich mit sehr geringen Anschlusswerten. So kommt das 150-l-Modell mit 23,5 kW aus (vgl. Tabelle Seite 26).

Was können die Tiegel?

Besonderheiten in puncto Beheizung weisen die Geräte von drei Herstellern auf: So können die Tiegelböden des Precipan von Hobart, des FlexiChef von MKN und des iVario Pro von Rational in mehrere Heizzonen eingeteilt und mit unterschiedlichen Temperaturen betrieben werden. Im iVario Pro können die Zonen sogar in Größe, Position und Form individuell gestaltet werden.

Um die Tiegelböden möglichst robust zu konstruieren, hat jeder Hersteller sein eigenes Erfolgsrezept. „Dank einer verschleißfesten, 3 mm dicken Chrom-Nickel-Stahl-Schicht, ist der Tiegel des FlexiChef besonders robust. Durch den darunterliegenden 12 mm dicken Stahl wird die Wärme besonders gut gespeichert, die zuvor durch eine 15 mm dicke, flächenbündige Aluminiumplatte gleichmäßig verteilt wird“, konkretisiert Thore Wolf, Produktmanager von MKN. Hobart setzt beim Precipan auf einen 15 mm dicken Hochleistungsboden mit kratzfesten Dickschicht-Isolierung und wärmeleitfähiger Speziallegierung für schnelles Aufheizen und gleichmäßige Hitzeverteilung. Bei Elro spricht man von einem robusten Mehrschicht-Wärmeleitboden mit hoher Wärmespeicherfähigkeit. Die Modelle IQ850 und IQ900 von Ambach verfügen über Duplex-Compoundplatten, die eine gleichmäßige Wärmeverteilung bis in die Ecken gewährleisten. Die multifunktionalen Kippbratpfannen FEP 650 und FEP

„Als einziges Tiegelgerät lässt sich der FlexiChef in nur zwei Minuten automatisch zwischenreinigen.“

Thore Wolf, MKN

950 von Phoenix punkten mit Duplex-Antihaft, einem Vier-Schicht-Verbundwerkstoff mit patentiertem Anbrennschutz. Und die Flexx pro-Modelle von Convothem verfügen über einen kratzfesten Edelstahl-Tiegelboden. Michaela Jedelhauser von Rational betont: „Der reaktionsfreudige, kratz feste Tiegelboden des iVario Pro ist optimal auf die extremen Temperaturschwankungen und die physischen Beanspruchungen ausgelegt, damit es nicht zu Verformungen und ungleichmäßiger Energieverteilung kommt.“

Damit die Alleskönner möglichst schnell auf Temperatur sind, verbirgt sich in ihnen oft ausgeklügelte Heiztechnologie. Im iVario Pro von Rational sind etwa patentierte Keramik-Heizelemente verbaut, die in weniger als zweieinhalb Minuten gleichmäßig den gesamten Tiegelboden auf 200°C aufheizen. Bei Phoenix sorgt eine Schnellaufheizfunktion dafür, dass sich die multifunktionale Kippbratpfanne innerhalb von viereinhalb Minuten eine Temperatur von 230°C erreicht. Die Modelle Flexx pro von Convothem verfügen über eine JPX 17 Flächenheizung mit Dickschicht-Heizkörpern, welche die Temperatur auf der ganzen Fläche gleichmäßig verteilen. Hier verspricht der Hersteller, dass das Vorheizen des Bodens von Raumtemperatur auf 180°C in drei Minuten geschieht.

Meist sind die Tiegel (doppelwandig) isoliert oder können optional mit einer speziellen Verkleidung und Hitzeschutz ausgestattet werden. Die Kippbratpfannen von Phoenix weisen zum Beispiel serienmäßige doppelwandige Deckel auf, die für hohe Energieeffizienz sorgen.

Ausgenommen das MetaTherm-Kochsystem von Elro sind alle genannten Multifunktionsgeräte kippbar. Bei den Elro-Kochsystemen kann der Kunde wählen zwischen nicht kippbarer und motorisch oder manuell kippbarer Variante. Das Multifunktionsgerät Precipan von Hobart lässt sich sogar auf bis zu 90 Grad elektrisch kippen. Beim Convothem Flexx pro erfolgt das Kippen zweistufig elektromechanisch.

Die Entleerung der Geräte erfolgt größtenteils über einen in den Tiegelboden integrierten Wasserablauf. Beim FlexiChef von MKN ist das Bodenablassventil motorisiert und programmierbar, um die vollständige Entleerung zu erleichtern. Die multifunktionalen Kippbratpfannen von Phoenix müssen durch Kippen entleert werden. Der Inhalt der MetaTherm-Kochsysteme von Elro lässt sich durch Kippen und/oder den optionalen externen Auslaufhahn ablassen.

Besonderheit bei Ambach und Phoenix: Die Tiegel können in herstellereigene Gerätezeilen oder -blöcke integriert werden, bei Phoenix auch in Anlagen mit durchgehender Oberplatte. Beide Hersteller setzen zudem, ebenso wie Elro, auf ein hochgesetztes Bedienpanel; das von Ambach ist individuell höhenverstellbar.

Schnell, schneller, Druckgaren

Besonders schnelle Produktionszeiten lassen sich mithilfe der Druckgarteknik erzielen, welche alle

ÜBERBLICK MULTIFUNKTIONALE GARGERÄTE

Hersteller	Multifunktionsgargerät	Nutzvolumen (Liter)	Anschlusswert (kW)	Reinigung	Druckgaren
Ambach	IQ850/IQ900	IQ850: 35 IQ900: 84/128	22,4/27,6/41,4	Handbrause und halbautomatisches Reinigungssystem	ja, IQ900 serienmäßig
Convotherm	Flexx pro	2x29/2x49/2x79/ 100/150/200	22,5/27,5/36,9/ 24,6/36,9/49,2	integrierte Rollhandbrause	optional
Elro	MetaTherm	40/60/70/100/110/150	15,1/23,5/15,1/15,1/ 23,5/23,5	kann mit Hochdruckreiniger erfolgen	optional
Hobart	Precipan	105/151	28,2/42,3 (High Power)	Integrierte Sprühpistole mit Rückholautomatik, geführtes Reinigungsprogramm für die manuelle Reinigung	optional
MKN	FlexiChef	50/75/100/150/ kombinierbar	14,7/22,4/34/34	automatische Reinigung über einen 360° rotierenden Reinigungskopf	optional
Phoeniks	FEP 650 / FEP 950	53/83 Liter	18,15/27,15	integrierte Schlauchbrause, 2 halbautomatische Reinigungsprogramme	nein
Rational	iVario Pro	2x17/2x25/ 100/150 Liter	14/21/27/41	integrierte Handbrause	optional

genannten Hersteller außer Phoeniks in ihren Multifunktionsgargeräten bieten. Optional erhältlich ist die Funktion für den iVario Pro von Rational ebenso wie für das Precipan von Hobart. Auch das Feature ReadyXpress zum Highspeed-Garen für den FlexiChef ist optional. MKN verspricht dem Anwender dadurch beispielsweise beim Kochen von Rindergulasch eine Zeitersparnis von bis 65 Prozent (ca. 52 Minuten im FlexiChef) im Vergleich zum klassischen Kochen (ca. 150 Minuten), aber auch schnellere Ergebnisse als beim klassischen Druckgaren (ca. 96 Minuten). Wer serienmäßig druckgaren möchte, wählt bei Ambach die leistungsstärkeren IQ900-Modelle mit einer Druckgarefunktion bis 0,45 bar. Bei der Convotherm flexx pro Serie haben die großen Modelle 101 P und 151 P eine Druckgarefunktion.

Die längste Erfahrung in der Druckgartechnik weist Elro auf. Kein Wunder, dass die seit 90 Jahren etablierte Technologie laut Geschäftsführer Robert Brokelmann das beliebteste Feature der Elro-Geräte ist. Für den MetaTherm ist Druckgaren per integriertem Dampferzeuger eine optionale Ausstattung. Wer besonders schnell und schonend druckgaren möchte, kann darüber hinaus die patentierte Highspeed Druckerzeugung per externem Dampferzeuger konfigurieren lassen. Sie ermöglicht es, dass bereits beim Start des Druckgarens gesättigter Heißdampf in den Garraum eingebracht wird. So baut sich in nur wenigen Sekunden ein Druck von 0,34 bar im Garraum auf – ein besonderer Mehrwert für sensible Speisen. „Dank des einzigartigen, aktiv gekühlten Deckels wird der Druck in nur wenigen Sekunden abgebaut – her-

Die Qual der Wahl: Die am Markt erhältlichen multifunktionalen Gargeräte haben viele Gemeinsamkeiten.

kömmliche Geräte benötigen bis zu 15 Minuten“, stellt Robert Brokelmann den USP heraus.

Reinigung

Die Reinigung ist bei den meisten Geräten noch immer Handarbeit. Die Modelle von Ambach, Convotherm, Hobart, Phoeniks und Rational verfügen über eine integrierte Handbrause. Bei Hobart kann die manuelle Reinigung dabei durch ein Programm geführt werden, eine umlaufende Rinne leitet das Reinigungswasser zu 90 Prozent kontrolliert ab. Auch die Geräte von Ambach verfügen über ein halbautomatisches Reinigungssystem, bei Phoeniks sind zwei halbautomatische Reinigungsprogramme hinterlegt.

Einzigartig in puncto Reinigung ist der FlexiChef von MKN mit seinem rotierenden Reinigungskopf. Da dieser rundum rotiert (360°) und mit 160 bar Wasserdruck arbeitet, sei keine Chemie nötig. Die Elro-Kochsysteme dagegen können gar mit einem Hochdruckreiniger gereinigt werden. „Als einziger Hersteller bietet Elro die Spritzschutzklasse IPx6 und IPx9. Dies ist die höchste Wasserschutzklasse und übertrifft jegliche Hygienestandards“, konkretisiert Robert Brokelmann.

Einweisung und Schulung

Eine kostenlose Einweisung und Schulung bietet i.d.R. jeder Hersteller, je nach Vertriebsstruktur durchgeführt vom Fachhandel und/oder dem eigenen Vertrieb bzw. einem Verkäufer/Techniker. Rational sticht durch ein vielfältiges Schulungsprogramm hervor. Mit der Inhouse Academy kommen die Spezialisten in die Küche der Kunden. Ergänzend gibt es die Betriebsbegleitung vor Ort. **Claudia Kirchner**

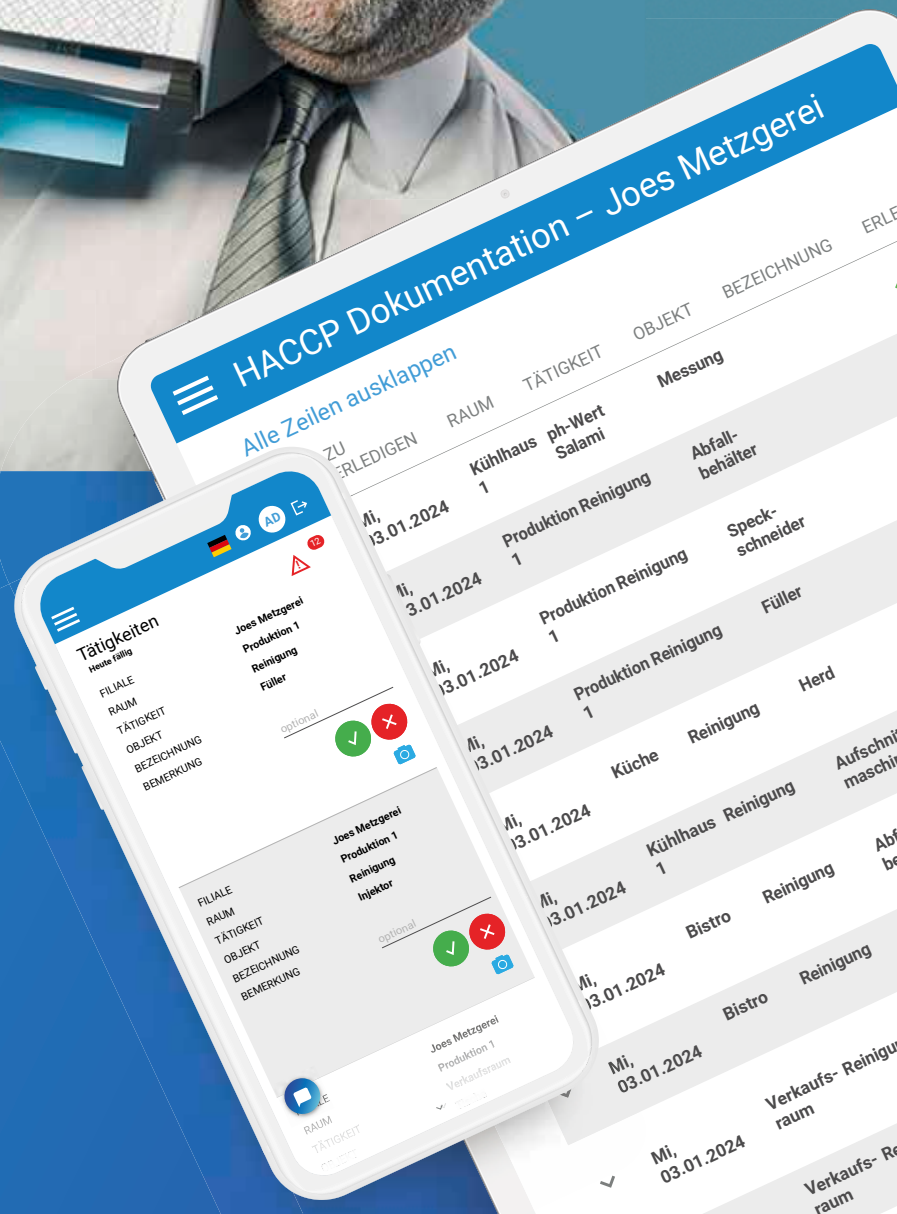


Erschlägt Sie die tägliche HACCP-Dokumentation?

Mit der HACCP APP erledigt sie sich fast wie von selbst.



**Jetzt
kostenfrei
testen!**



KAMPF DEN KEIMEN

Für hygienisch reines Geschirr ist eine saubere Spülmaschine entscheidend. Vernachlässigt man deren Reinigung, kann sie sich als echte „Keimschleuder“ entpuppen.

Es gibt Nahrung durch Speisereste, Feuchtigkeit und Wärme“, erklärt Armin Wenge, Geschäftsführer Delphi Lebensmittelsicherheit. Kein Wunder also, dass bei Untersuchungen regelmäßig (Hefe-)Pilze und Bakterien nachgewiesen werden. Gefährlich ist das vor allem für die Gruppe der YOPI (young, old, pregnant, immunosuppressed), da dies zu Infektionen führen kann.

Dabei stellt nicht nur der häufig vorkommende Rotschimmel ein Gesundheitsrisiko dar, sondern auch Kalk, wie Jörg Forderer, Leiter Produktschulung Deutschland bei Winterhalter, verdeutlicht: „Kalkablagerungen sind Nistplätze für Keime oder Schimmelpilze. Der Innenraum der Maschine ist mit Kalkablagerungen nicht mehr hygienisch sicher.“

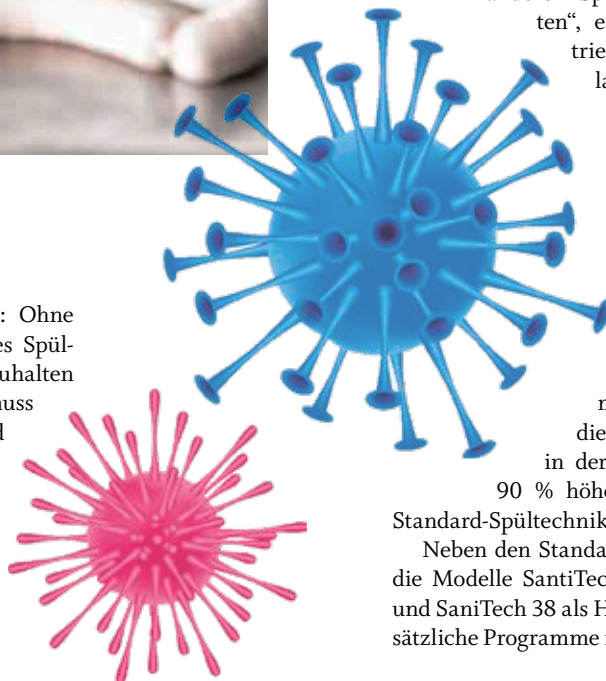
Thermodesinfektion

Doch erstmal zum Spülgut: „Die Anzahl der Keime und Bakterien verdoppelt sich auf einem Teller oder anderem Spülgut innerhalb von 20 Minuten“, erklärt Tobias Harmuth, Vertriebsleiter von Colged Deutschland und ergänzt: „Jede Verringerung der Keim- und Bakterienbelastung ist ein sehr wichtiger Schritt. Diesen Schritt bieten wir mit unseren neuen Geräten.“ Denn neu im Portfolio sind die Spülmaschinen der Serie Colged SaniTech 36 und Colged SaniTech 38, die durch spezielle Programme mit Thermodesinfektion die Hygiene auf ein hohes Level in der Geschirrspültechnik setzen: 90 % höhere Keimabtötung gegenüber Standard-Spültechnik im SaniTech-Modus.

Neben den Standard-Spülprogrammen verfügen die Modelle SaniTech 36 als Untertischmaschine und SaniTech 38 als Haubenmaschine über zwei zusätzliche Programme mit thermischer Desinfektion.

Eine Grundregel beim Spülen lautet: Ohne eine saubere Maschine kein sauberes Spülergebnis. Um Hygienestandards einzuhalten und sauberes Spülgut zu erhalten, muss das Spülpersonal selbst Hand anlegen und die Spülmaschine regelmäßig reinigen. Viele Handgriffe werden zwar bereits von Selbstreinigungsprogrammen abgenommen – eine manuelle Reinigung ersetzen diese aber nicht.

„In Spülmaschinen herrschen perfekte Lebensbedingungen für Mikroorganismen.



Bei diesen Programmen wird mit einer Spültemperatur von 75°C und einer Nachspültemperatur von 90°C gearbeitet. Die Zeiten werden dabei mit den Temperaturen in Relation gesetzt und automatisch angepasst.

Hand in Hand

Damit das Spülgut nicht zum Gesundheitsrisiko wird, müssen mechanische und manuelle Reinigung für eine hygienisch saubere Maschine Hand in Hand gehen. Selbstreinigungsprogramme etwa bieten den Vorteil, dass sie das bereits in der Maschine befindliche Wasser bestmöglich nutzen, wie Johann Wagner, Produktmanager bei Meiko, hervorhebt. Zudem werden Bereiche gereinigt, die bei einer manuellen Reinigung übergangen werden oder nur sehr schwer zu erreichen sind.

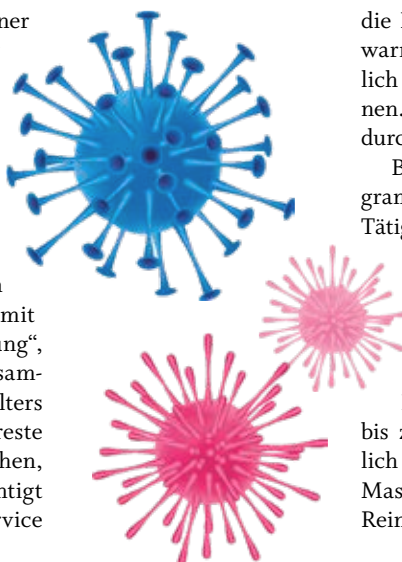
Die Selbstreinigungsfunktion hat jedoch ihre Grenzen – dann ist das Personal gefragt: „Je nach Maschinentyp sind folgende Teile der Maschine täglich zu reinigen: eingesetzte Körbe, Siebe aller Art – und davon gibt es viele – Wasch- und Klarspüldüsen, Schwimmer der Tankfüllung und natürlich das Maschinengehäuse von außen wie innen mit all seinen Türen und der Unterbauverkleidung“, zählt Armin Wenge auf. „Besondere Aufmerksamkeit sollte auch dem täglichen Reinigen des Filters gewidmet werden, da sich hier schnell Speisereste absetzen, wodurch nicht nur Gerüche entstehen, sondern auch das Spülergebnis beeinträchtigt wird“, weiß Markus Bau, Director Food Service bei Hobart.

Werden diese Reinigungsschritte eingehalten, ist hygienisch sauberes Geschirr garantiert. Positiver Nebeneffekt: Mit der regelmäßigen Reinigung verlängert sich auch die Lebensdauer der Maschine.

„Verfügen Gewerbegeschirrspüler über Maschinenreinigungsprogramme, sollten diese regelmäßig genutzt werden – unter Beachtung der richtigen Dosierung eines Reinigungsmittels mit Bleichkomponente“, erklärt Diana Klapper, Anwendungstechnikerin bei Miele. Das darin enthaltene Oxidationsmittel reduziert organische Ablagerungen und somit auch unerwünschte Mikroorganismen. Ist kein entsprechendes Maschinenreinigungsprogramm vorhanden: ein Spülprogramm mit hoher Temperatur und längerer Haltezeit auswählen und (wenn möglich) einen pulverförmigen Reiniger verwenden.“ Die genau passende Dosierung der verwendeten Prozesschemikalien sei entscheidend. „Zu geringe Konzentrationen erhöhen das Risiko von Ablagerungen im Gerät. Diese Ablagerungen nutzen dann wiederum ungewollte Mikroorganismen als Nährstoffe für ihr Wachstum“, weiß Diana Klapper. In jedem Fall müssen Spülgut und gewähltes Programm zusammenpassen. Sehr stark verschmutztes Spülgut kann nicht sicher bei einem sehr kurzen Spülprogramm mit niedriger Temperatur gereinigt werden. Dann besteht das Risiko, dass sich angelöste Lebensmittelreste im Ablaufsystem der Maschine absetzen und im schlimmsten Fall zu

„Besondere Aufmerksamkeit sollte auch dem täglichen Reinigen des Filters gewidmet werden.“

Markus Bau



Verstopfungen führen, die mikrobielles Wachstum fördern können. „Deshalb gilt: Reste von Tellern und Töpfen gehören in einen Abfallbehälter und nicht in die Spülmaschine“, empfiehlt die Anwendungstechnikerin.

Reinigungsintervall

Wie häufig eine Maschine gereinigt werden muss, ist also abhängig vom Schmutzeintrag. Dieser sollte etwa durch eine vorgeschaltete Geschirrbrause so gering wie möglich sein. Generell empfehlen die Hersteller eine Reinigung mindestens einmal täglich nach Betriebsschluss. „Jede Stunde, die vergeht, lässt Lebensmittelreste verklumpen und fördert die Entstehung eines Biofilms in den Maschinen“, warnt Armin Wenge. Die Biofilme lassen sich letztlich nicht mehr mit der täglichen Reinigung entfernen. Hier sind dann spezielle Reinigungsverfahren durch Fachfirmen notwendig.

Bei Winterhalter führt das Selbstreinigungsprogramm Schritt für Schritt auch durch die manuellen Tätigkeiten. Bei Hobart und Meiko sind alle Bauteile, die das Personal täglich reinigen muss, farblich gekennzeichnet. Für die Reinigung sollten bei Kleinmaschinen, zum Beispiel Hauben- und Untertischmaschinen, bis zu 15 Minuten und bei Großmaschinen, zum Beispiel Band- und Korbtransportmaschinen, bis zu 30 Minuten eingeplant werden. „Eine täglich eingeplante und durchgeführte Reinigung der Maschine sorgt in der Summe für einen minimalen Reinigungsaufwand“, betont Johann Wagner.

Sonderfall: Umkehrosmoseanlage

Steht eine Spülmaschine für längere Zeit still, hat dies keine negativen Auswirkungen. Durch die hohen Spültemperaturen und die Reiniger ist die Hygienesicherheit immer gewährleistet. Voraussetzung ist jedoch, dass nach Betriebsende eine korrekte Reinigung der Maschine durchgeführt wurde. Eine Ausnahme stellt eine inzwischen häufige Zusatzausstattung dar: die Umkehrosmoseanlage. Die Wasseraufbereitung bzw. -enthärtung ist notwendig, um Kalkablagerungen zu minimieren. „Auch wenn die Spülmaschine nicht in Gebrauch ist, befindet sich immer etwas Wasser in der Osmoseanlage. Dieses Wasser steht still und wird so zum idealen Nährboden für Bakterien“, erklärt Markus Bau. Dauert der Stillstand länger als vier Wochen, empfiehlt Winterhalter daher, die Membranen der Maschine zu konservieren.

Fehlerquellen

Die Reinigung von Spülmaschinen birgt auch Fehlerpotenzial, wobei für Markus Bau der größte Fehler ist, die Maschine zu selten zu reinigen. Ein weiterer häufiger Fehler ist der Einsatz von Haushalts- bzw. Handspülmittel. Ein abschließender Tipp von Markus Bau: „Bakterien lieben feuchte Räume. Deshalb die Tür oder Haube zur Durchlüftung des Spülraums stets offen lassen, wenn die Maschine gereinigt worden ist.“ **Antonia Perzl**



Mehrweg trocknen

Von Anfang an hat Winterhalter in puncto Mehrwegspülen auf eine Systemlösung gesetzt, basierend auf dem effektiven Zusammenspiel von Spülmaschine, Korb und speziell für das Material Kunststoff entwickelter Spülchemie. Nun kommt eine vierte Komponente hinzu: das Trocknungsgerät DMX. Innerhalb von zwei Minuten entfernt dieses den kompletten Wasserfilm auf Bechern, Bowls und Co.; die Restfeuchtigkeit ist so gering, dass es in der Praxis einer vollständigen Trocknung entspricht. Das Mehrweggeschirr kann dann sofort gestapelt und verstaut werden. Erhältlich ist das DMX ergänzend zu den Haubenspülmaschinen der PT-Serie und den Untertischspülmaschinen der UC-Serie. www.winterhalter.de



Behälter effizient reinigen

Auf der Basis der hundertfach bewährten spiracon 200 Behälterwaschanlage begann Kitzinger Maschinenbau damit eine Maschine im Leistungsbereich von 100 Kästen/Stunde zu entwickeln. Im Herbst 2023 erlangte die spiracon 100 Behälterwaschanlage ihre Serienreife. Der elektrische Anschlusswert beträgt 15kW (Anschluss mit 32A CEE-Stecker). Dafür bietet die Maschine eine kraftvolle Waschkumpe, eine elektrische Beheizung für den Tank sowie eine beheizte Nachspülung mit bis zu 85°C. Das Gehäuse ist komplett verschweißt und besteht ausschließlich aus rostfreiem Edelstahl. Der Unterbau ist weitgehend aus 3-mm-Blech gefertigt, dicht verschweißt und daher langlebig. Aufgrund der Serienfertigung verspricht das Unternehmen Interessierten nach eigenen Angaben einen attraktiven Preis. www.kitzinger-gmbh.de



Ressourcen sparen

Fachkräftemangel oder Kostendruck durch gestiegene Energiepreise – um diesen Umständen entgegenzutreten hat der Spültechnikspezialist Meiko einige Lösungen zu bieten. Neben einem speziellen Finanzierungsprogramm entlasten technischen Lösungen Inhaber und Mitarbeiter. So spart etwa das Spülsystem der weiterentwickelten Korbtransportmaschine Upster K im Vergleich zum Vorgängermodell K-M 280 bis zu 21 % Energie und bis zu 38 % Wasser. Sie passt aufgrund der kompakten Maße gut in kleine Küchen. Dort sollte die Aufgabestation BioMaster Flex nicht fehlen – eine nachhaltige, hygienische Lösung für den Umgang mit organischen Küchenabfällen und Speiseresten. Für das Spülen auf kleinster Fläche gibt es den Universalwaschautomaten M-iClean PF-S. Das neue Trocknungssystem M-iClean H Quick-dry macht Kunststoff-Mehrweggeschirr schnell wieder verfügbar. www.meiko-global.com



Spülen und polieren

Manuelles Polieren von Besteck nimmt viel Zeit in Anspruch, gehört mit der neuen Untertischspülmaschine von Hobart aber der Vergangenheit an. Laut Hersteller ist dies die erste Maschine, die beide Funktionen durch ein spezielles Feature in einem Gerät vereint. Vorgestellt wurde die Maschine auf der Intergastra Anfang Februar in Stuttgart. So lassen sich mehr Zeit und Personal in der Küche einsparen und hohen Betriebskosten entgegenwirken. Auch Besteckpoliermaschinen seien dann nicht mehr nötig. Ein weiterer Pluspunkt: In Stoßzeiten ist das Besteck direkt wieder einsetzbar, sodass sich die Mitarbeiter anderen wichtigen Tätigkeiten widmen können. Eine automatische Besteckprogramm Auswahl gewährleistet eine einfache Bedienung. Außerdem enthält die neue Generation weitere Features, die Arbeitserleichterungen bieten. www.hobart.de

Fotos: Kitzinger Maschinenbau, Winterhalter, Meiko, Hobart

Digital und nachhaltig



Rowius, Dienstleister für technische Lösungen im Einzelhandel, präsentierte auf der EuroCIS 2024 moderne KI-Lösungen für den Retail. Avatare und Chatbots wurden

vorgestellt, um das Einkaufserlebnis zu verbessern und die Kundenbindung zu stärken. Auf der Messe wurden unter anderem auch Lösungen für Energiemonitoring, LED-Beleuchtung, Batteriespeicher, PV-Carports und Ladestationen für Elektrofahrzeuge präsentiert. Diese nachhaltigen Konzepte bieten nicht nur ökologische Vorteile, sondern auch finanzielle Einsparungen und ein positives Unternehmensimage. avatar.rowius.de

Weißwurst-Promotion

Seit Mitte Mai hat der ehemals königlich bayrische Hoflieferant, die Fleischwerke Zimmermann, eine zünftige On-Pack-Promotion auf der Zimmermann Weißwurst

300 g sowie Weißwurst mit Senf 351 g. Zu gewinnen gibt es 10 x 1.000 Euro sowie zusätzlich online

die Möglichkeit auf 25 Zimmermann Schmankerl-Party-Pakete. Unter allen Weißwurst Aktionspackungen sind auf der Rückseite des vorderen Aktionsetiketts QR-Codes aufgebracht. Einfach QR-Code scannen und direkt erfahren, ob man 1.000 Euro gewonnen hat.

www.fleischwerke-zimmermann.de



Digital einkaufen

Die ScanBox 2.0 wird mit dem bestehenden Datenstamm der Produkte eines Marktes eingerichtet. Damit fällt kein zusätzlicher Aufwand beim Setup an und die Einkaufswagen lassen sich einfach in den Alltag des Geschäftes integrieren. Durch den intelligenten Algorithmus leistet die ScanBox einen aktiven Anteil bei der Pflege und Aktualisierung der Datensätze. Eine der aktuellen Herausforderungen im Einzelhandel ist die Gewinnung von ausreichend Personal. Mit der ScanBox 2.0 werden Kassenzonen und Personal entlastet. Der Bezahlvorgang kann komplett an der ScanBox direkt vorgenommen werden. Durch das Handstück mit Flexkabel können ohne Probleme auch Etiketten am Regal oder der SB-Theke abgescannt werden. Weder müssen

Umbauten im Geschäft durchgeführt werden, noch ist Fachpersonal erforderlich. www.kbst-gmbh.de



Meilenstein in der Energieeffizienz



AHT führt das neue Kühlregal Borea ein, den direkten Nachfolger der Vento-Serie. Borea sticht durch seine Energieeffizienz

hervor und ist sowohl als Plug-in- als auch als Semi-Plug-in-Einheit erhältlich. Zukünftig plant AHT, die Serie um CO₂-Modelle zu erweitern, um unseren Einsatz für den Umweltschutz zu verstärken. Mit einer um 6 Prozent vergrößerten Gesamtausstellungsfläche im Vergleich zu Vento bietet Borea mehr Platz für Produkte und garantiert dabei eine elegante Präsentation durch LED-Beleuchtung, verfügbar als Kopf-, Vertikal- oder Regalbeleuchtung. In der Borea ist ein hermetisch versiegeltes Kühlsystem, das das Risiko von Leckagen minimiert. www.aht.at

Mehrweg für den Einzelhandel

TareTag bietet Einzelhändlern eine einfache Möglichkeit, ihre Waren in Mehrwegbehältern zu verkaufen und diese online zu verwalten. Sie können eigene Pfandpools erstellen oder bestehende Pools nutzen und diese individuell verfolgen. Alle Behälter oder Stofftaschen werden individuell codiert. Die dafür verwendeten seriellen QR-Codes werden entweder im Produktionsprozess der Mehrwegbehälter eingearbeitet oder nachträglich per

Klebeetikett oder Kunststoffclip wasserfest und unlösbar angebracht. Eine Barcode-Etikettierung ist nicht mehr erforderlich.

www.taretag.com



Bilder: Rowius, Fleischwerke Zimmermann, KBST, AHT, TareTag, Herta

Provence aufs Brot



Rosmarin, Thymian, Lavendel – die Kräuter der sonnenverwöhnten Provence bringt Herta nun zusammen mit einer zarten und hauchdünnen Hähnchenbrust aufs Brot. „In unserem Produkttest waren über 90 Prozent der Konsumenten

von unserer neuen Sorte überzeugt“, berichtet Isabelle Rouvé, Senior Brand Manager bei Herta. Sie fanden die Kombination aus zarter Hähnchenbrust und aromatischen Kräutern besonders lecker. Die Herta Finesse Hähnchenbrust mit Kräutern der Provence ist wie alle Sorten von Herta Finesse von Natur aus proteinreich und fettarm. Begleitet wird der Launch von einem unterstützenden Paket aus Online-Marketingmaßnahmen und Aktivierungen am POS. www.herta.de



WIR SUCHEN DEUTSCHLANDS

**BESTE
FLEISCHTHEKE**

JETZT BEWERBEN!



Um die Bewerbungsunterlagen herunterzuladen gehen Sie auf www.fleischnet.de/bestefleischtheke24 oder scannen Sie den QR-Code! Um sie in gedruckter Form zu erhalten, schreiben Sie an nebenstehende Adresse!

TEILNAHMESCHLUSS: 02.08.2024



Förderer des
Kreativ-Awards:

BORD BIA
IRISH FOOD BOARD



Weitere Infos zum
Wettbewerb



Redaktion Fleisch Marketing
Kreativ Award 2023
B&L MedienGesellschaft
Garmischer Straße 7
80339 München
Tel.: 089 370 60 0
E-Mail: muc@blmedien.de