

FH FLEISCHER-HANDWERK

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



FOOD

Wildes aus dem Wald

PRODUKTION

Richtig schlachten

FLEISCHER MIT ERFOLG

Metzgerei Kramer, Hüfingen

HOMANN

Foodservice

SNACK STAR 2013

Danke allen Teilnehmern!



Die HOMANN **SNACK STARS 2013** stehen fest:

1. Preis

TONY'S TOAST

Martina Weiser & Tony Weikelt
Berufliches Schulzentrum für
Ernährung und Hauswirtschaft, Bautzen



2. Preis

SALAMI-CUPCAKE

Catharina Politz
Fleischereifachgeschäft Sjuts, Sande



3. Preis

FEUERTASCHE

Verena Nöthen &
Kevin Frankreiter
Metzgerei Mülhausen, Ettringen



Die Preisverleihung fand im Rahmen des Deutschen Fleischer-Verbandstages in Augsburg statt. Siegerrezepte und weitere Informationen unter www.homann.de/foodservice/snackstar



Zur Förderung des Fleischernachwuchses mit freundlicher Unterstützung



AUFBRUCHSSTIMMUNG

Ein frische Brise weht durch's deutsche Fleischerhandwerk! Die Ideen einer neuen Generation junger, engagierter Fleischer- und Metzgermeister tragen zunehmend Früchte und finden auch überregional sowie im Kollegenkreis Beachtung. Auch deren Leistungsbeurteilung und persönlichem Einsatz ist es zu verdanken, dass das schon oft totgesagte und von Preiskämpfen mit dem Lebensmitteleinzelhandel stark gebeutelte Fleischerhandwerk auch 2012 eine konstante Umsatzentwicklung erzielte – trotz der Schließung von über 1.000 Betrieben. Im Schnitt steigerte jeder Betrieb seinen Umsatz um knapp 4 %, und auch die Beschäftigungssituation ist laut aktuellem Geschäftsbericht des Deutschen Fleischer-Verbandes stabil. Das heißt aber nicht, dass alles in Butter ist: Damit das deutsche Fleischerhandwerk auch in Zukunft echt, klar und unverwechselbar bleibt, sind noch viel mehr „echte Typen“ dieser neuen Unternehmergegeneration nötig.

Viele Metzgermeister der neuen Generation leisten aufgrund einer Idee oder persönlichen Überzeugung Pionierarbeit – vielleicht sogar wie ihre Väter oder Lehrmeister es einst mit anderen Ideen taten. Auch deren Verdienst

ist aller Ehren wert. Da ist etwa Steffen Schütze aus Freising, der seine „Schlemmerbox“ zunächst vor der eigenen Metzgerei aufstellte, um daraus rund um die Uhr frische Fleisch- und Wurstwaren zu verkaufen. Heute sind drei weitere dieser Boxen bundesweit im Einsatz. Für ein besseres Image und die Ausbildung engagieren sich z. B. der Landsberger OM Michael Moser, der unter anderem mit seinen Azubis mehrfach auf Ausbildungsmessen präsent war oder OM Joachim Lederer aus Weil am Rhein, der nicht nur eine eigene Eventlocation betreibt, sondern auch lernschwachen Jugendlichen eine Chance für eine erfolgreiche Berufsausbildung gibt. Auf Emotionen setzte der OM der Innung Frankfurt-Darmstadt-Offenbach, Thomas Reichert, in diesem Jahr mit dem „1. Frankfurter Würstchen-Casting“ sowie als Gastgeber des Deutschen Fleischer-Verbandstages 2014. Für starke regionale Strukturen setzten sich etwa Moritz Häfele mit der seit 2011 erfolgreichen Markthalle Winnenden ein sowie der OM der Innung ArberLand, Stefan Einsle, der als Mitinitiator der Wahl der „1. Bayerischen Weißwurstkönigin“ für Aufmerksamkeit sorgte. Aber auch die beiden DFV-Vize Georg Schlagbauer und Michael Durst haben durch ihre Zielstrebigkeit Dinge angestoßen,



Marco Theimer
Chefredakteur

die erfolgversprechend sind und auch in Zukunft unbedingt unterstützt werden sollten.

Das sind nur einige Beispiele für die frische Brise und die Themen der Zukunft, die das Fleischerhandwerk hierzulande bewegen und prägen werden – nicht zu vergessen die Chancen, welche die sozialen Medien und der Online-Bereich bieten. Das finde ich extrem spannend und möchte Sie, liebe Leser, ab sofort als Chefredakteur auf dem Weg in die Zukunft begleiten. Vielleicht gelingt es mir einige meiner Erfahrungen als Chefredakteur gastronomischer Fachmagazine auch Ihrer Branche zur Verfügung zu stellen und gemeinsam dafür zu sorgen, dass die frische Brise noch eine Weile anhält und weiterhin Früchte trägt.

GEWUSST WIE CATERING UND PARTYSERVICE

39€*

SIE WOLLEN ZUM JAHRESENDE IHRE KASSEN MIT PROFESSIONELLEN CATERINGS UND PARTYSERVICE-ANGEBOTEN KLINGELN LASSEN? DANN HOLEN SIE SICH ANREGUNGEN UND IDEEN FÜR DIE UMSATZSTÄRKSTE ZEIT DES JAHRES IN UNSEREM NEUEN BUCH. AUF 230 SEITEN FINDEN SIE:

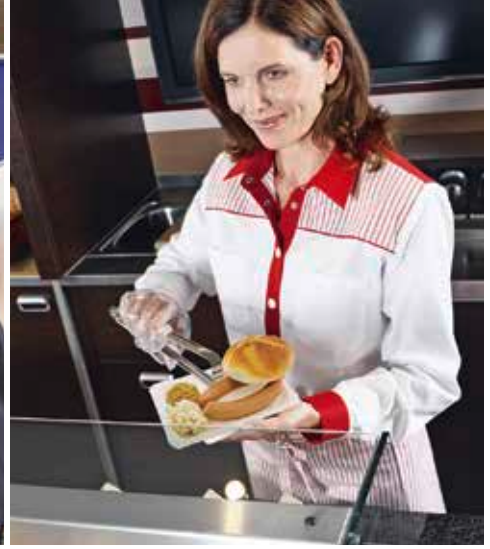
- PRAXISNAHE CHECKLISTEN + KALKULATIONSHILFEN
- KREATIVE REZEPTIDEEN
- EXPERTENTIPPS
- EFFIZIENTE KÜCHENTECHNIK
- BEWÄHRTE ERFOLGSKONZEPTE
- DEKO-ERLEBNISWELTEN

SICHERN SIE SICH BEREITS JETZT UNSER NEUES BUCH FÜR EIN ERFOLGREICHES GESCHÄFT MIT CATERINGS & PARTYSERVICE. **ERSCHEINUNGSTERMIN: DEZEMBER 2013**



BESTELLEN SIE HIER ISBN 978-3-928709-18-7
www.gastroinfoportal.de/fachbuecher
 B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
 Augustenstraße 10 • 80333 München

* inkl. MwSt. und Versandkosten innerhalb Deutschlands. Versand ins Ausland zzgl. 11,79 € Versandkosten.



FLEISCHER MIT ERFOLG

- Stuttgart:
Kurt Matthes,
Immer am Puls der Zeit..... 26
- Berlin:
Roland Burkart,
Der Tradition verpflichtet28
- Weil am Rhein:
Joachim Lederer
Beim Marathon-Metzger.... 30
- Hüfingen:
Udo Kramer,
Schwarzwälder Original 32
- Rochlitz:
Wilfried Hänchen,
Ein echtes Stück Sachsen. 34

BRANCHENBLICK:

- Aktuelles aus der Branche 6
- Interview: Markus Ferber 9
- Austausch in Koblenz..... 10
- Deutscher Fleischer-Verbandstag.... 18

AUS- UND WEITERBILDUNG:

- Michael Köttler, Niederwinkling:
Auf einem guten Weg 11
- Blätter zur Berufsbildung: Steaks 13
- Trendsalon Bedientheke..... 15
- Gewinner Homann Snack Star 2013. 16

FOOD:

- Wildes aus dem Wald.....20
- Der Koch als Kunde24

FIRMENPORTRAIT:

- Ehlert: Mit System zum Genuss37

BERUFSKLEIDUNG:

- Eine saubere Sache.....38

LADENGESTALTUNG:

- Aufmerksamkeit erzeugen 40
- Metzgerei Ehehalt:
Laden mit Konzept..... 43

INTERVIEW:

- Dirk Ludwig: Der Kreative 44

PRODUKTION:

- Richtig schlachten 46

RUBRIKEN:

- Kollegenbörse36
- Neu auf dem Markt 53
- Gesucht & Gefunden.....55
- Impressum.....58

Kleine

Köstlichkeiten große Wirkung!



- mehr als 300 Seiten mit Rezepten, Tipps, Ideen und Vorschlägen für Catering und Partyservice
- 270 Rezepte von einfach und schnell bis exotisch und ausgefallen
- in einem hochwertigen Ordner mit herausnehmbaren Innenseiten
- Unentbehrlich für alle, die gerne Gäste verwöhnen wollen.

138 €

Einfach ausfüllen

und per Post oder Fax an: (02103) 20 42 04

Ja, ich bestelle zur umgehenden Lieferung
_____ Exemplar(e) „Kleine Köstlichkeiten“
zum Preis von **138 €** pro Exemplar inkl. MwSt., inkl. Versand.

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Fachbuchversand
Max-Volmer-Straße 28
40724 Hilden



oder Sie besuchen einfach unseren Internet-Shop:
www.blmedien.de

Preis inkl. MwSt. frei Haus innerhalb Deutschlands. Auslandsbestellungen: Preis wie vor, unverzollt und unbesteuerter, Übersee zzgl. Versandkosten. Preisänderungen vorbehalten. Widerrufsrecht für Endverbraucher: Die Bestellung kann innerhalb von zwei Wochen ohne Angabe von Gründen in Textform (z. B. Brief, Fax, E-Mail) oder durch Rücksendung der Ware widerrufen werden. Die Frist beginnt frühestens mit Erhalt dieser Belehrung. Zur Wahrung der Widerrufsfrist genügt die rechtzeitige Absendung der Ware an die B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG

Name/Vorname

Firma

Straße/Nr.

PLZ/Ort

Telefonnummer

Datum/Firmenstempel und Unterschrift



GS Schleiftechnik & Waagen Kompetenz unter einem Dach

Nach einjähriger Bauzeit zog GS Schleiftechnik & Waagen im Mai in Höchststadt a.d. Aisch in ein neues Gebäude, das Büro, Ausstellungsräume und Werkstatt vereint. Mit einer Gesamtfläche von 400 m² hat das Unternehmen nun alle Möglichkeiten, den Maschinenbau, die Entwicklung und den Vertrieb für Messerschleifmaschinen weiter auszubauen. Gleiches gilt für den Handel und den Service von Waagen, Etikettier- und Kassensystemen, Schneidemaschinen, vollautomatischen Schneidemaschinen, Fleischwölfen, Vakuumiergeräten, Software, Theken-TV, Messerschleifmaschinen und Verbrauchsmaterial. Seit 2012 werden zudem Messerschleiflehrgänge angeboten. 1980 durch Werner Geiselsöder gegründet, übernahm Michael Geiselsöder 1989 nicht nur den Handel mit Lebensmittelmaschinen, vor allem Waagensystemen, sondern erweiterte das Geschäft 1996 mit der Herstellung von Messerschleifmaschinen. Seit 2010 bestehen die Mitgliedschaft in der Foodsystem eG sowie die Premium-Partnerschaft mit Mettler Toledo. www.gs-de.eu



NürnbergMesse Evenord ein Erfolg

Vom 12. bis 13. Oktober fand die Evenord, Fachausstellung für das Fleischerhandwerk, in Halle 3 des Messezentrums Nürnberg statt – und zog danach ein positives Resümee. Auf der Messe informierten sich an zwei Tagen mehr als 6.100 Fachbesucher aus der Fleischbranche, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung und Hotellerie (2012: 6.035) bei 175 Ausstellern über die neuesten Entwicklungen in den Bereichen Rohstoffe, Arbeitsgeräte, Ladenbau, Dekoration und Service. Die Fachausstellung, die in diesem Jahr ihr 45-jähriges Bestehen feierte, war erneut eine Vernetzungsplattform für die überwiegend aus Nordbayern sowie den angrenzenden Bundesländern angereisten Fachbesucher. Im kommenden Jahr findet die Evenord am 11. und 12. Oktober statt. www.nuernbergmesse.de/evenord

MARKENSCHAUFENSTER

KRAMER

**LADENBAU
KÜHLRAUMBAU**

www.kramer-freiburg.com

BRUNOX
Lubri-Food

High-Tec Allrounder für die Lebensmittelindustrie NSF H1 registriert

Schmierung • Korrosionsschutz • Wartung

BRUNOX AG, BRUNOX GmbH,
CH-8732 Neuhaus/SG, DE-85001 Ingolstadt

Tel.: +41(0)55 28580-80 Tel.: 0541 961 29-04
Fax: +41(0)55 28580-81 Fax: 0541 961 29-13

SBW-Fachvorträge für Fleischerfachgeschäfte.
„Aus der Praxis - für die Praxis.“

Für Innungen, Fleischerverbände und den Fachhandel!

Termine sichern für 2014! Buchen Sie jetzt!!

Telefon 06758/328 941

SBW
FACHBERATUNG FÜR FLEISCHER

www.sbw-beratung.de

CLIPTECHNIK
DEUTSCHLAND GMBH

Qualität durch Erfahrung - Quality by Experience

Maschinenbau
Made in Germany

Clips - Schlaufen - Garne - Etiketten - etc.

Fon: +49 (0) 3521 718361

www.cliptechnik.de

Mewa Hygiene-Ratgeber

Die Broschüre „Hygienisch sauber“ von Mewa hilft auch Fleischereien dabei, Mitarbeiter bezüglich ihrer Berufs- und Arbeitskleidung zu unterweisen, und gibt Tipps, wie diese dauerhaft hygienisch sauber bleibt. Sie informiert z. B. über die Einbindung der Kleidung in ein HACCP-Konzept, klärt über rechtliche Vorgaben auf und beantwortet die Frage, welche Kleidung in welchen Bereichen zu tragen ist. Hilfreich sind auch Tipps, wie man ein Team von Mitarbeitern dazu bringt, die Kleidung auch wie unterwiesen zu tragen. Den informativen Helfer gibt es unter: www.mewa.de/kontakt/infomaterial



H. & E. Reinert Westfälische Privat-Fleischerei Stipendien für Metzgernachwuchs

Die Privat-Fleischerei Reinert vergab auf der „anuga“ in Köln Stipendien an drei Metzger-Nachwuchskräfte für ihre Meisterausbildung in Höhe von insgesamt 12.000 €. Robert Gruchow, Robert Luschei und Wiebke Welter erhielten die Urkunden für ihre Stipendien vom geschäftsführenden Gesellschafter Hans-Ewald Reinert persönlich. Mit dieser Förderung engagiert sich das Familienunternehmen für den Branchennachwuchs im Fleischerhandwerk. www.reinert.de



Vinzenzmurr Bestleistung geehrt

Die Münchener Traditionsmetzgerei Vinzenzmurr wurde von der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft (DLG) zum 26. Mal mit dem „Preis der Besten“ gekürt. Die Auszeichnung erhalten Betriebe, die über 15 Jahre konstant herausragende Leistungen erreichen. Die von der Metzgerei selbst hergestellten Fleisch- und Wurstprodukte wurden jährlich geprüft und mit Gold ausgezeichnet. www.vinzenzmurr.de

Fotos: GS Schleiftechnik & Waagen, NürnbergMesse/Bischof & Broel, H. & E. Reinert Westfälische Privat-Fleischerei, Vinzenzmurr, Mewa, Textit+Service



Otto Gourmet

BBQ-Event in Heinsberg

Zum zweiten Mal trafen sich Fans des amerikanischen BBQ bei Otto Gourmet in Heinsberg zum Jurorenkurs, um mit den Experten der KCBS (Kansas City Barbecue Society) ihrer Leidenschaft für das Barbecue zu frönen. Während des Metzgerkurses wurde Fleisch nach klassischen US-BBQ-Schnitten zerlegt und anschließend von den Teilnehmern gegrillt und gesmoked. Die neuen Juroren dürfen nun nach den Richtlinien der KCBS weltweit an allen KCBS-Wettbewerben das Fleisch der Teilnehmer beurteilen. www.otto-gourmet.de

Deutscher Fleischerverband

DFV-Ehrenzeichen in Gold



Auf dem 123. Deutschen Fleischer-Verbandstag am 21. Oktober 2013 in Augsburg wurden drei Ehrenlandesinigungsmeister mit dem DFV-Ehrenzeichen in Gold für ihr langjähriges Engagement geehrt: Peter Greiner (LIV Thüringen, m.), Bernd Schwarze (LIV Niedersachsen-Bremen, r.) und Alfons Kratz

(LIV Saarland), der die Auszeichnung aber nicht persönlich entgegennehmen konnte. Die Übergabe der Ehrenzeichen und Urkunden nahm DFV-Präsident Heinz-Werner Süß (l.) vor.

SÜFFA 2014

Branchentreff in Stuttgart

Zum 21. Mal treffen sich Entscheider aus allen Bereichen der Fleischbranche vom 28. bis 30. September 2014 auf der Landesmesse Stuttgart zur „Süffa“. Das Themenspektrum reicht von der Schlachttechnik und Produktionsmaschinen über Feinkost und Handelswaren bis zu Fleisch- und Wurstspezialitäten, Ladenausstattung oder Dienstleistungen. www.sueffa.de

Ponnath Die Meistermetzger

Spende für Flutopfer

Ponnath Die Meistermetzger übergab dem Bündnis „Aktion Deutschland hilft“ einen Scheck über 30.000 € und setzte sich damit für die Betroffenen des Hochwassers im Sommer 2013 ein. Das Unternehmen hatte im Juli und August 1 ct des Erlöses jeder verkauften Aktionspackung gesammelt und den Spendenbetrag von 26.163 € entsprechend aufgestockt. www.ponnath.de



Metzgerei Geier, Biebergemünd

Preisgekrönte Website

Fleisch und Wurstwaren Thomas Geier hat für seinen Internetauftritt den IMA Award in der Kategorie „Nahrung/Getränke“ erhalten. Die Düsseldorfer Internetagentur Euroweb, die den Internetauftritt des Metzgers gestaltet hat, hatte die Website beim Wettbewerb eingereicht. Ziel der Seite ist es, Frische und Qualität des Fleisch- und Wurstsortiments attraktiv im Internet zu präsentieren. Infos über das Team, täglich wechselnde Spezialitäten und das Partyservice-

Angebot werden dabei groß geschrieben. „Wir haben lange und intensiv an der Website gearbeitet, um unser Geschäft und unsere Angebote rund um Fleisch und Wurst attraktiv im Internet zu präsentieren“, freute sich Thomas Geier. www.geier-biebergemuend.de



MARKENSCHAUFENSTER

Kühlfahrzeuge

Direkt vom Hersteller
Kühlaufbauten & Kühlanhänger

KRESS

KRESS Fahrzeugbau GmbH
Daimlerstr.7, D-74909 Meckesheim

Tel. 06226-9263-0
Fax 06226-9263-29

info@kress.eu
www.kress.eu



- * K 2 Die beste Messerschleifmaschine
- * für Handwerk und Industrie
- * In Sekunden ein Scharfes Messer

Telefon: 0700 - 2468 1234
+49(0)9193 - 50 18 696
web: www.gs-de.eu
mail: info@gs-de.eu



Fritz Gempel
marketing works

www.gempel.de



Fritz Gempel hat 20 Jahre Erfahrung in der Unternehmensberatung im Fleischerhandwerk

„Meine Beratungsarbeit hat zwei Ziele:

1. Es muss den Mitarbeitern Spaß machen, im Geschäft meines Kunden zu arbeiten.
2. Es muss den Kunden Spaß machen, in diesem Geschäft einzukaufen“.

(Fritz Gempel, Unternehmensberater)

Höfener Straße 10
90763 Fürth
0911 766 008 90
fritz.gempel@gempel.de

ANDERS UND BESSER SEIN

Zu einer gemeinsamen Versammlung kamen im September die Innungen Dinkelsbühl-Feuchtwangen und Ansbach zusammen.



Diskutierten mit ihrem Mitgliedern das Fleischmarketing der Zukunft (v. r. n. l.): OM Karl-Heinz Holch, OM Bernd Mack und die Vorstandsmitglieder August Gary und Bernhard Neukam.

Ein Anliegen vom Ansbacher OM Karl-Heinz Holch ist es, die bäuerlichen Lieferanten mit ins Boot holen, um Fleisch vom Metzger erfolgreicher zu vermarkten.

Einigkeit bestand grundsätzlich bei der Aussage, dass die Fleischkenner und -liebhaber mehr werden. Das beweise auch, dass man „mit Steak heute angeben kann, wie früher nur mit einem Auto oder Urlaub“ (Bernd Mack) und der Metzger „mit Dry Aged Beef neue Kunden mit hoher Kaufkraft locken“ kann (Karl-Heinz Holch). In dieser Entwicklung erkannten die Obermeister die Chance für eine höhere Wertschöpfung. Mit beispielhaften Ladenverkaufspreisen für Fleischspezialitäten aus seinem Geschäft in Dinkelsbühl machte Bernd Mack seinen Kollegen Mut, für regionale Qualität und handwerkliche Verarbeitung einen angemessenen Mehrpreis zu verlangen. Diese Marketinglinie wurde von den rund 30 Teilnehmern für richtig befunden, man dürfe aber zugleich „den einfachen Mann“ nicht vergessen.

AKTION UND KOOPERATION

Der zweite Teil der Diskussion ging darum, wie die beiden Innungen diese Vorteile erfolgreich zu den Verbrauchern transportieren können. Als Möglichkeiten wurden sowohl die Schaltung von PR-Anzeigen als auch die Gründung eines eigenen Vereins gesehen, dessen Aufgabe die Information über „ehrliches Essen vom Metzger“ sei. Wie ernst es die mittelfränkischen Metzger damit meinen, zeigten Diskussionsbeiträge, die forderten, dass „Versprechen auch kontrolliert werden müssten, auch die von uns selbst. Und das kostet dann auch Geld“. In jedem Fall wollen die beiden Innungen die heimischen Landwirte mit im Boot haben. „Wir haben mit unseren Bauern zuverlässige Lieferanten, die wollen wir nicht austauschen. Wenn wir künftig etwas anders und besser machen, dann machen wir das am besten mit unseren Bauern“, betonte Karl-Heinz Holch. Deshalb wird die Diskussion auch in einigen Wochen mit einem Vertreter des Bayerischen Bauernverbandes fortgesetzt. *Fritz Gempel*

Zu dieser Versammlung hatten die Verantwortlichen einen Referenten eingeladen, der selbst aus der Stadt stammt: Der Unternehmensberater Fritz Gempel sprach über das Thema „Fleisch vom Metzger muss anders und besser sein, als das Fleisch von irgendwoher“. In seinem rund 30-minütigen Vortrag spannte er einen weiten Bogen: So werde wegen der steigenden Weltbevölkerung und dem zunehmenden Anteil von Fleischessern auf der Erde das Lebensmittel Fleisch automatisch immer teurer werden. Daher dürften die Fleischer die anstehenden Preiserhöhungen nicht verschlafen. Die wichtigsten langfristig wirkenden Konsumententrends lauteten Gesundheit und Ökologie: „Die älter werdende Gesellschaft wird einen immer stärkeren Wunsch haben, Genuss mit Gesundheit zu verbinden. Und die erkennbar wachsenden ökologischen Pro-

bleme werden den Wunsch verstärken, sich über Lebensmittel ein Stück ‚gesunde Natur‘ zu kaufen“, betonte der Unternehmensberater.

FLEISCHERMARKETING

Der Vortrag war die inhaltliche Basis für eine etwa zweistündige Strategiediskussion über Fleischermarketing im Handwerk. Die beiden Obermeister verstanden es, als Diskussionsleiter alle Meinungen – auch konträr zueinander stehende – einzubinden. Konträre Meinungen gab es etwa zu der Frage, ob alles in der Fleischtheke immer vertretbar sein müsse. Die Fleischer-Unternehmerin Sonja Trumpp aus Schillingsfürst schilderte aus ihrem Betrieb, wie sie ihre Kunden immer mehr zu Fleischliebhabern erzogen habe, die wüssten, dass es vom fränkischen Milchkalb oder vom heimischen Lamm einfach nicht immer alles geben könne.

„MEISTERBRIEF BEIBEHALTEN“

Markus Ferber, Sprecher des Parlamentskreises Mittelstand im Europaparlament kämpft in Brüssel für den Erhalt des Meisterbriefs.



Die EU-Staaten sollten Zugangsbeschränkungen abbauen, empfiehlt die EU-Kommission in einer Mitteilung und fordert die Anzahl der reglementierten Berufe in der EU zu überprüfen. Laut EU-Kommission stellt die hohe Zahl dieser Berufe eine Barriere für den Binnenmarkt dar und sei so nicht gerechtfertigt. Während es z. B. in Polen rund 300 reglementierte Berufe gibt, sind es in Deutschland ca. 100. Davon zählen 41 Berufe zur Handwerksordnung.

Kürzlich stellte die EU-Kommission den Meisterbrief infrage. Wie ist Ihre Meinung dazu?

Es ist eindeutig ein falsches Signal an den Mittelstand, die Anzahl reglementierter Berufe in

der EU einzuschränken. Die Kommission be-teuert zwar, dass es lediglich um eine Überprüfung geht, aber meine Befürchtung ist, dass damit die Qualität der deutschen Ausbildungsberufe in Gefahr sein könnte und die Zukunft des Meisterbriefes für die unternehmerische Selbstständigkeit ungewiss wäre. Deshalb werde ich der Kommission genau auf die Finger schauen.

Warum sollte der Meisterbrief auf jeden Fall beibehalten werden?

Ein geregelter Berufs- und Unternehmerzugang ist unverzichtbar. Der deutsche Meisterbrief ist ein Qualitätssiegel. Geringere Hürden würden zwar vielleicht die Mobilität von Ar-

beitnehmern in der EU erhöhen, aber die Qualität bleibt auf der Strecke. Und das schadet uns langfristig im globalen Wettbewerb.

Wie werden Sie sich für den Erhalt des Meisterbriefs einsetzen?

Es gibt genügend gute Gründe, um den Zugang zu manchen Berufen zu beschränken, wie etwa den Verbraucherschutz. Deshalb sollten wir unser Modell offensiv verkaufen, gerade für Südeuropa. Überall, wo es gilt, einen Mittelstand aufzubauen, ist das duale System mit dem Meisterbrief als Befähigungsnachweis ein Positiv-Beispiel.

Vielen Dank für das Gespräch!

mth

Foto: privat

**Exklusiv für
Innungs-Mitglieder!**

FleischereiPilot

Ein Gemeinschaftsprojekt mit dem
Deutschen Fleischer-Verband



**Werden Sie mobil –
mit der neuen Smartphone-App
für Fleischereien!**

Präsentieren Sie Ihr Fleischer-Fachgeschäft mobil auf iPhone und Android-Smartphone. Mit Ihrem Eintrag und dem eigenen Firmenprofil im FleischereiPilot finden die Verbraucher Ihr Fachgeschäft sowie Ihre aktuellen Informationen und Angebote jederzeit und von überall.



Informieren Sie sich jetzt, wie der FleischereiPilot optimal für Ihre mobile Werbung und Kundeninformation eingesetzt werden kann: www.fleischereipilot.de oder telefonisch unter **02103/204700**.



B&L NewMedia

B&L NewMedia GmbH
Max-Volmer-Straße 28 · 40724 Hilden
Fon: 0 21 03 / 204 700 · Fax: 0 21 03 / 204 770
www.blnewmedia.de · info@blnewmedia.de

AUSTAUSCH IN KOBLENZ

Rund 30 Obermeister und Delegierte des Fleischerverbandes Rheinland-Rhein Hessen trafen sich in Koblenz zu ihrer Tagung, um wichtige Themen des Handwerks zu erörtern und über den Etat abzustimmen.



Dabei standen besonders die Referate der Fachbeiräte im Mittelpunkt des Geschehens. „Knackpunkt-Themen“ wie Berufsausbildung, Werbung und Beiträge führten bei den Anwesenden teilweise zu heftigen Reaktionen. Landesinnungsmeister Markus Krumb wies die Delegierten z. B. darauf hin, dass die Hygieneschulung der Berufsgenossenschaft unbedingt wahrgenommen werden sollte – nicht nur, weil es einen Preisnachlass beim Beitrag gäbe. Auch der anstehende Sachkundenachweis für das Schlachten wurde diskutiert. Wer diese Schulungen abhalten soll, ist aber derzeit noch unklar. Probleme könnte es geben, wenn Veterinäre das tun sollten. „Wie kann jemand eine Schulung abhalten, der noch nie selbst geschlachtet hat“, lautete eine Frage aus dem Auditorium. Markus Krumb hält es für die beste Lösung, diese Prüfung gleich beim Abschluss der Ausbildung abzulegen. „Zur Zeit reicht es noch aus, wenn es im Zeugnis steht“, so der Landesinnungsmeister.

„APROPOS AUSBILDUNG“

Mit diesem Thema trat Landeslehrlingswart Manfred Schmitt vor die Obermeister und Delegierten und appellierte, beim Kundenmanagement für ein ganzheitliches Konzept zu sorgen. Dabei ist auch die neue, seit 1. Januar 2013 in Kraft getretene, Prüfungsverordnung zu beachten. „Bei den Reformen zur Weiterbildung sollen sich alle Berufe wiederfinden“, betonte Manfred Schmitt: „Es kann nicht in

unserem Interesse sein, beim Verkauf im Laden die Verantwortung anderen zu überlassen.“ Die Nachwuchswerbung stand im Mittelpunkt des Vortrages „Wir müssen uns selber bewegen!“. Vom Abholen des Auszubildenden bis zur Anmeldung beim Leistungswettbewerb wurden Vorschläge zum Anreiz vorgeschlagen und erörtert. „Wenn wir nicht als moderne Dienstleister rüberkommen, werden wir die Jugend nicht ansprechen“, unterstrich auch der stv. Landesinnungsmeister Peter Klassen. Danach wies Kai Leonhardt, Mitglied im Fachbeirat Werbung und Öffentlichkeitsarbeit des

DFV, darauf hin, dass der fast 300.000 € teure TV-Spot Ende des Jahres ausläuft. Für ihn ist das sehr bedauerlich, denn er hält eine Gemeinschaftswerbung für dringend nötig. Seiner Auffassung nach sollte kein Geld unnötig in kleine Projekte verplant werden. „Die Gemeinschaftswerbung darf nicht sterben“, so das Fachbeiratsmitglied. Trotz der Erhöhung des Beitrages – die unter anderem aufgrund des Mitgliederschwundes nötig ist – sowie der Neukonzeption der freiwilligen Selbstkontrolle wurde der Etat für 2014 am Ende der Tagung beschlossen.

Peter Frank

ZIVILCOURAGE AN DER WURSTTHEKE



Fritz Gempel

GASTKOMMENTAR

„Wo kommen wir denn in Deutschland noch hin, wenn ich mir jetzt schon von einer Schwarzen die Wurst aufschneiden lassen muss“, ereiferte sich eine Kundin beim „Platzmetzger“ Kühle in Weißenhorn über eine farbige Fleischereifachverkäuferin. Chefin Kerstin Kühle prüfte, ob ein Bedienfehler vorlag und zeigte der Kundin die Grenzen auf: „Dann sind wir wohl nicht das richtige Geschäft für Sie“. Von ähnlichen Geschichten kann auch der baden-württembergische Landesinnungsmeister Kurt Matthes berichten. Seine aus Ghana stammende Verkäuferin Lydia war sprachlich und kulturell in Deutschland bereits fest integriert als sie bei ihm eine Lehre begann. Auf etwa 1 % aller Kunden schätzt Kurt Matthes diejenigen, die an der Hautfarbe Anstoß genommen haben. Auch der Landesinnungsmeister bewies Courage: Als sich ein Kunde einmal darüber belustigte, dass die Mitarbeiterin „wohl zu lange im Backofen war“, machte er klar, dass er solche Witze nicht schätzt. Der Kunde kam nicht mehr. Aber die Mitarbeiter hatten erfahren: „Unser Chef steht hinter uns“. Bravo, Frau Kühle! Bravo, Herr Matthes. Die Welt ist bunt und vielfältig – das darf sie auch in Fleischerfachgeschäften sein.



AUF EINEM GUTEN WEG

Der Straubinger Meisterpreis war für Michael Kötterl eine weitere Auszeichnung: Mit einer glatten 2 bei der Meisterprüfung ist der Jungmeister aus der Metzgerei Kammerl ein Garant für eine erfolgreiche Zukunft.

Die Zukunft des deutschen Fleischerhandwerks kann mit jungen Metzgern wie Michael Kötterl ruhig kommen. Der 23-Jährige belegte aufgrund seiner guten Leistungen beim Straubinger Meisterpreis – ausgeschrieben von der Kreishandwerkerschaft Straubing-Bogen und der Sparkasse Straubing-Bogen – für das Handwerk den 2. Platz. Dieser Preis geht an Meister nach der Handwerksordnung, Betriebswirte im Handwerk und Energieberater bzw. Gebäudeenergieberater im Handwerk, die im Kalenderjahr die besten Abschlussprüfungen aufweisen. Die Teilnahmebedingung ist eine Durchschnittsnote von mind. 2,49. Erfahren von dieser Auszeichnung hat der erfolgreiche Jungmeister durch einen Brief vom Geschäftsführer der Kreishandwerkerschaft Straubing, Andreas Mühlbauer – und freute sich sehr über diesen Erfolg. „Dieses gute Ergebnis verdanke ich natürlich meinem Arbeitgeber, der mich von Anfang an bei allem mitarbeiten ließ, sodass ich bisher eine Menge gelernt habe. Aber auch während der Schulzeit habe ich viel nebenher gelernt, um meine gute Note von 2,0 zu erzielen“, berichtet er. Bei der Festveranstaltung zur Urkundenübergabe waren auch prominente Festredner anwesend – Bürgermeister, Stadtrat und Bundestagsabgeordnete – um den Preis entsprechend zu würdigen. Für diese gute Note erhielt er bereits den Meisterpreis der Bayerischen Staatsregierung.

STARKE FAMILIENBANDE

Bereits seit 2005, dem Beginn seiner Ausbildung, arbeitet Michael Kötterl bei seinem Onkel Lothar Kammerl, Besitzer der Metzgerei Kammerl in Niederwinkling. Da noch zwei weitere Onkel den Metzgerberuf ergriffen ha-

ben, kann man bei Michael Kötterl zu Recht von einer „familiären Vorbelastung“ sprechen. Dennoch hat er in seiner Kindheit nie in einer Metzgerei gearbeitet. Erst mit Beginn der Ausbildung lernte er das Handwerk kennen – und lieben. „Es ist ein toller Beruf, denn er ist sehr abwechslungsreich.“ Die Wurstproduktion und dabei speziell das Kuttern machen dem 23-Jährigen besonders viel Spaß. Über seine Zukunft hat er sich noch keine Gedanken gemacht. Vorerst möchte er in der Metzgerei Kammerl bleiben. Ob er den Schritt in die Selbstständigkeit wagen wird, ist nicht sicher. Bezüglich der Zukunft des Metzgerhandwerks hat er eine klare Vorstellung. „Kleine Betriebe werden es schwer haben, sich gegen die Großen und die Industrie zu behaupten.“ Aber er ist sicher, dass es das Handwerk immer geben wird: „Denn nur wir können Qualität bieten!“ www.metzgerei-kammerl.de



Was erwarten Deutschlands Kunden von ihrem Fleischer?

WIR HABEN DIE ANTWORTEN!

Ist Ihrem Kunden die Fleischqualität, der Preis oder die Beratung wichtiger?

Erwartet er Wild, Fisch oder Straußenfleisch in der Theke?

Möchte er sein Schnitzel aus der Heißen Theke mit nach Hause nehmen?

Diese und viele weitere Fragen beantworten wir Ihnen brandheiß in den nächsten Wochen.

Freuen Sie sich auf die kommenden Ausgaben unseres Fachmagazins

FLEISCHER-HANDWERK

Damit nicht genug:

* Während eines festlichen Abends erhalten Deutschlands beliebteste Metzger ihre wohlverdiente Auszeichnung.



- Deutschlands GRÖSSTE Marktforschung ausschließlich für das Fleischerhandwerk!
- Ihre Kunden und die Leser von „genießen und reisen“ sowie „Lukullus“ und „LukullusTV“ haben sich den 107 Fragen gestellt, den Fleischer ihres Vertrauens genannt und diesem Punkte gegeben.





Achtung: Das Bild stammt vom Workshop „Trendsalon Bedienteheke“. Das direkte Auflegen von Schildern und ist im Tagesgeschäft VERBOTEN.

Ein Steak – das ist Fleisch in seiner schönsten Form. Das Beraten an der Steak-Theke verlangt großes Fachwissen. Denn: Der Genusswert des Steaks ist von Alter, Rasse und Geschlecht der Tiere sowie von Auswahl, Zuschnitt und Reifung des Fleischteilstücks abhängig.

STEAKS ERFOLGREICH VERKAUFEN

Ein Steak kommt generell vom Rind. Wird Fleisch von anderen Tierarten als Steak angeboten, muss es gekennzeichnet werden („Schweinesteak“, „Steak aus der Lammkeule“ u. a.).

Das Filet

Das zarteste Teilstück für Steaks ist das Filet. Hier gilt der Grundsatz „Filet ist immer zart“: selbst wenn es einmal nicht ganz so lange gereift ist oder von einem männlichen Tier ohne erkennbare Fettfasern stammt. Doch warum ist gerade das Filet so zart? Dazu ein Blick auf die Rinderhälfte: Das Filet liegt innen und es ist rundum vollständig geschützt. Im Gegensatz zu Beinen, Hals oder Schultern wird es für die Bewegung nur wenig in Anspruch genommen. So bilden sich auch kaum Sehnen. Nur: Beide Filets eines Rindes wiegen 1 % des Lebendgewichts des Tieres. Rinderfilet ist also knapp und daher teuer.

Tipp zum Zuschneiden: Entfernen Sie die Silberhaut (Vlies) erst beim Verkauf, dann trocknet das Fleisch weniger aus und wird an der Oberfläche nicht so schnell dunkel.

Roastbeef, Hochrippe und Hüfte

Diese drei Teilstücke ergeben mengenmäßig die größte Ausbeute an Steaks. Im Vergleich zum Rinderfilet erfordern sie aber eine größere Sorgfalt und Mühe bei der Reifung und der Feinzerlegung.

Tipp zum Abschneiden der Steaks: Eine kleinere dicke Scheibe gibt eher ein saftiges und zartes Steak als eine dünne Scheibe. Filet, Roastbeef, Hochrippe und Hüfte werden an der Theke unter verschiedenen Namen nachgefragt, die der Kunde z. B. aus Kochbüchern kennt. Es ist gut, diese zu kennen und den Teilstücken zuordnen zu können:

Rinderfilet

- Chateaubriand (Filetsteak für zwei Personen, wiegt ca. 400 g)
- Tournedos (etwas kleinere, dicke Scheiben aus der dünneren Hälfte des Filets)
- Filet Mignon (kleine Scheiben aus dünnem Endstück des Filets)
- Filetgulasch (Würfel aus der Filetspitze oder dem Filetkopf)
- Filetgeschmetzeltes (Streifen aus der Filetspitze geschnitten)

Roastbeef

- Rumpsteak, Rostbraten, Rinderrücken
- T-Bone (Roastbeef mit Knochen und kleinem Anteil Rinderfilet, 500 bis 1.000 g)
- Porterhouse (Roastbeef mit Knochen und großem Anteil Rinderfilet 700 bis 1.000 g)

Hohe Rippe

- Rib Eye (nach dem Fettagge in der Mitte der Hohen Rippe benannt)
- Carré (die Hohe Rippe als ganzes Bratenstück mit Rippenknochen, ohne Wirbelsäule). Die Scheibe davon ist das Hochrippenkotelett.
- Entrecôte (übersetzt „Zwischenrippe“), hier erwarten manche Kunden auch ein Entrecôte vom Roastbeef. Oft wird das Entrecôte auch als doppeltes Steak für zwei Personen geschnitten.

Weitere Teilstücke für Steaks

Die weiteren Teilstücke aus dem Rind, die für Steaks geeignet sind, sind kleiner als die genannten Klassiker. Da aber Fleisch, das als Steak verkauft werden kann, einen höheren Preis erreicht und Steakfleisch stets eher knapp ist, lohnt sich eine entsprechende Fleisch-Feinzerlegung.

Hier eine Auswahl:

- **Schlosssteak:** Steak aus dem kleinen tellerförmigen Fleisch, das auf dem Rinderschlossknochen oben aufliegt (ein Stück ist ein Steak)
- **Schaufelsteak:** Steak vom Schaufeldeckel, entvliest
- **Flanksteak oder Bavette:** Steak aus dem dickfasrigen, zarten hinteren Lappen, befreit von aufliegenden Häuten und Sehnen
- **Kugeldeckelsteak:** der Deckel auf Dicker und Flacher Nuss
- **Oberschalenkugel:** kugelförmiges Teilstück im vorderen Teil der Oberschale
- **Rinderhalssteak:** durch Feinzerlegung des Rinderhalses entlang der Fleischvliese entstehen unterschiedlich zarte Teilstücke. Steaks erfolgreich zu verkaufen erfordert es, sie auch braten zu können – also einfach selbst ausprobieren. Die zwei wichtigsten Regeln lauten: ungesalzen und ungewürzt heiß anbraten und im Ofen bei 120 bis 150°C garen.

Fritz Gempel





WISSENS-CHECK TRAINING:

Know-how bei Steaks

Die Aufgabe besteht darin, die folgenden Fragen zu lösen und die Antworten in kurzen Stichworten zu notieren.



Welche vier dieser sechs Fleischteilstücke sind für Steaks nicht oder weniger geeignet?

- Rinderhesse (Beinflfleisch) Rinderbrust
 Rinderhüfte Dicke Schulter
 Hohe Rippe Unterschale



Bei nur einem dieser vier Steak-Gerichte wird ein Steak doppelt dick für zwei Personen geschnitten und erst beim Servieren tranchiert. Wie heißt es?

- Filet Mignon Chateaubriand
 Tournedos Rossini Boeuf Stroganoff



Es gibt eine Reihe kleinerer Steak-Teilstücke, die durch eine besonders feine Zerlegung des Rindes entstehen. Welche drei dieser fünf Fleischteilstücke zählen dazu?

- Steak aus dem Rinderlappen (Bavette, Flanksteak)
 Steak aus der Semerrolle (Unterschalenrolle)
 Steak aus dem Nussdeckel (Kugeldeckel)
 Steak vom Schaufeldeckel
 Steak aus dem ausgelösten hinteren Rinderbein



Fachrechen-Aufgabe:

In einem Fleischereifachgeschäft wird eine neue Rindfleischfeinzerlegung eingeführt. Hinsichtlich der Ausbeute eines Rindes (Schlachtgewicht: 360 kg) ergab das diese Veränderungen:

- 8 kg des Rindes werden nun als Steak zu einem Durchschnittspreis von 21 €/kg verkauft, waren bisher aber Verarbeitungsfleisch, das mit einem Wert von 6,50 €/kg angesetzt wird.
- 11 kg des Rindes werden jetzt als Steaks zu einem Durchschnittspreis von 23 € verkauft, die bisher je zur Hälfte für Rindergulasch (13 €/kg) und Rinderhackfleisch (11 €/kg) verkauft wurden.
- 13 kg des Rindes werden nun als Steak zu einem Durchschnittspreis von 25 €/kg verkauft, die bisher als Teilstücke für Rinderbraten zum Preis von 14 € verkauft wurden.
- Die neue Fleischfeinzerlegung erfordert für das Rind 2,5 Arbeitstunden eines Fleischergesellen zusätzlich (Verrechnungssatz: 32 €/Stunde).

Wie hoch ist der Mehrertrag, der durch die Einführung der neuen Fleischfeinzerlegung erreicht wird?



Was erwarten Deutschlands Kunden von ihrem Fleischer?

WIR HABEN DIE ANTWORTEN!

Ist Ihrem Kunden die Fleischqualität, der Preis oder die Beratung wichtiger?

Erwartet er Wild, Fisch oder Straußenfleisch in der Theke?

Möchte er sein Schnitzel aus der Heißen Theke mit nach Hause nehmen?

Diese und viele weitere Fragen beantworten wir Ihnen brandheiß in den nächsten Wochen.

Freuen Sie sich auf die kommenden Ausgaben unseres Fachmagazins

FLEISCHER-HANDWERK

Damit nicht genug:

* Während eines festlichen Abends erhalten Deutschlands beliebteste Metzger ihre wohlverdiente Auszeichnung.



Die Kunden haben bewertet:
Die beliebtesten Fleischer* Deutschlands sind gefunden!

- Deutschlands GRÖSSTE Marktforschung ausschließlich für das Fleischerhandwerk!
- Ihre Kunden und die Leser von „genießen und reisen“ sowie „Lukullus“ und „LukullusTV“ haben sich den 107 Fragen gestellt, den Fleischer ihres Vertrauens genannt und diesem Punkte gegeben.





Achtung: Das Bild stammt vom Workshop „Trendsalon Bedienteheke“. Das direkte Auflegen von Schildern und ist im Tagesgeschäft VERBOTEN.

Ein Steak – das ist Fleisch in seiner schönsten Form. Das Beraten an der Steak-Theke verlangt großes Fachwissen. Denn: Der Genusswert des Steaks ist von Alter, Rasse und Geschlecht der Tiere sowie von Auswahl, Zuschnitt und Reifung des Fleischteilstücks abhängig.

STEAKS ERFOLGREICH VERKAUFEN

Ein Steak kommt generell vom Rind. Wird Fleisch von anderen Tierarten als Steak angeboten, muss es gekennzeichnet werden („Schweinesteak“, „Steak aus der Lammkeule“ u. a.).

Das Filet

Das zarteste Teilstück für Steaks ist das Filet. Hier gilt der Grundsatz „Filet ist immer zart“: selbst wenn es einmal nicht ganz so lange gereift ist oder von einem männlichen Tier ohne erkennbare Fettfasern stammt. Doch warum ist gerade das Filet so zart? Dazu ein Blick auf die Rinderhälfte: Das Filet liegt innen und es ist rundum vollständig geschützt. Im Gegensatz zu Beinen, Hals oder Schultern wird es für die Bewegung nur wenig in Anspruch genommen. So bilden sich auch kaum Sehnen. Nur: Beide Filets eines Rindes wiegen 1 % des Lebendgewichts des Tieres. Rinderfilet ist also knapp und daher teuer.

Tipp zum Zuschneiden: Entfernen Sie die Silberhaut (Vlies) erst beim Verkauf, dann trocknet das Fleisch weniger aus und wird an der Oberfläche nicht so schnell dunkel.

Roastbeef, Hochrippe und Hüfte

Diese drei Teilstücke ergeben mengenmäßig die größte Ausbeute an Steaks. Im Vergleich zum Rinderfilet erfordern sie aber eine größere Sorgfalt und Mühe bei der Reifung und der Feinzerlegung.

Tipp zum Abschneiden der Steaks: Eine kleinere dicke Scheibe gibt eher ein saftiges und zartes Steak als eine dünne Scheibe. Filet, Roastbeef, Hochrippe und Hüfte werden an der Theke unter verschiedenen Namen nachgefragt, die der Kunde z. B. aus Kochbüchern kennt. Es ist gut, diese zu kennen und den Teilstücken zuordnen zu können:

Rinderfilet

- Chateaubriand (Filetsteak für zwei Personen, wiegt ca. 400 g)
- Tournedos (etwas kleinere, dicke Scheiben aus der dünneren Hälfte des Filets)
- Filet Mignon (kleine Scheiben aus dünnem Endstück des Filets)
- Filetgulasch (Würfel aus der Filetspitze oder dem Filetkopf)
- Filetgeschmetzeltes (Streifen aus der Filetspitze geschnitten)

Roastbeef

- Rumpsteak, Rostbraten, Rinderrücken
- T-Bone (Roastbeef mit Knochen und kleinem Anteil Rinderfilet, 500 bis 1.000 g)
- Porterhouse (Roastbeef mit Knochen und großem Anteil Rinderfilet 700 bis 1.000 g)

Hohe Rippe

- Rib Eye (nach dem Fettagge in der Mitte der Hohen Rippe benannt)
- Carré (die Hohe Rippe als ganzes Bratenstück mit Rippenknochen, ohne Wirbelsäule). Die Scheibe davon ist das Hochrippenkotelett.
- Entrecôte (übersetzt „Zwischenrippe“), hier erwarten manche Kunden auch ein Entrecôte vom Roastbeef. Oft wird das Entrecôte auch als doppeltes Steak für zwei Personen geschnitten.

Weitere Teilstücke für Steaks

Die weiteren Teilstücke aus dem Rind, die für Steaks geeignet sind, sind kleiner als die genannten Klassiker. Da aber Fleisch, das als Steak verkauft werden kann, einen höheren Preis erreicht und Steakfleisch stets eher knapp ist, lohnt sich eine entsprechende Fleisch-Feinzerlegung.

Hier eine Auswahl:

- Schlossteak: Steak aus dem kleinen tellerförmigen Fleisch, das auf dem Rinderschlossknochen oben aufliegt (ein Stück ist ein Steak)
- Schaufelsteak: Steak vom Schaufeldeckel, entvliedt
- Flanksteak oder Bavette: Steak aus dem dickfasrigen, zarten hinteren Lappen, befreit von aufliegenden Häuten und Sehnen
- Kugeldeckelsteak: der Deckel auf Dicker und Flacher Nuss
- Oberschalenkugel: kugelförmiges Teilstück im vorderen Teil der Oberschale
- Rinderhalssteak: durch Feinzerlegung des Rinderhalses entlang der Fleischvliese entstehen unterschiedlich zarte Teilstücke. Steaks erfolgreich zu verkaufen erfordert es, sie auch braten zu können – also einfach selbst ausprobieren. Die zwei wichtigsten Regeln lauten: ungesalzen und ungewürzt heiß anbraten und im Ofen bei 120 bis 150°C garen.

Fritz Gempel





WISSENS-CHECK TRAINING:

Know-how bei Steaks

Die Aufgabe besteht darin, die folgenden Fragen zu lösen und die Antworten in kurzen Stichworten zu notieren.



Welche vier dieser sechs Fleischteilstücke sind für Steaks nicht oder weniger geeignet?

- Rinderhesse (Beinflfleisch) Rinderbrust
- Rinderhüfte Dicke Schulter
- Hohe Rippe Unterschale



Bei nur einem dieser vier Steak-Gerichte wird ein Steak doppelt dick für zwei Personen geschnitten und erst beim Servieren tranchiert. Wie heißt es?

- Filet Mignon Chateaubriand
- Tournedos Rossini Boeuf Stroganoff



Es gibt eine Reihe kleinerer Steak-Teilstücke, die durch eine besonders feine Zerlegung des Rindes entstehen. Welche drei dieser fünf Fleischteilstücke zählen dazu?

- Steak aus dem Rinderlappen (Bavette, Flanksteak)
- Steak aus der Semerrolle (Unterschalenrolle)
- Steak aus dem Nussdeckel (Kugeldeckel)
- Steak vom Schaufeldeckel
- Steak aus dem ausgelösten hinteren Rinderbein



Fachrechen-Aufgabe:

In einem Fleischereifachgeschäft wird eine neue Rindfleischfeinzerlegung eingeführt. Hinsichtlich der Ausbeute eines Rindes (Schlachtgewicht: 360 kg) ergab das diese Veränderungen:

- 8 kg des Rindes werden nun als Steak zu einem Durchschnittspreis von 21 €/kg verkauft, waren bisher aber Verarbeitungsfleisch, das mit einem Wert von 6,50 €/kg angesetzt wird.
- 11 kg des Rindes werden jetzt als Steaks zu einem Durchschnittspreis von 23 € verkauft, die bisher je zur Hälfte für Rindergulasch (13 €/kg) und Rinderhackfleisch (11 €/kg) verkauft wurden.
- 13 kg des Rindes werden nun als Steak zu einem Durchschnittspreis von 25 €/kg verkauft, die bisher als Teilstücke für Rinderbraten zum Preis von 14 € verkauft wurden.
- Die neue Fleischfeinzerlegung erfordert für das Rind 2,5 Arbeitstunden eines Fleischergesellen zusätzlich (Verrechnungssatz: 32 €/Stunde).

Wie hoch ist der Mehrertrag, der durch die Einführung der neuen Fleischfeinzerlegung erreicht wird?



Zum 123. Deutschen Fleischer-Verbandstag trafen sich am 20. und 21. Oktober 2013 hunderte Delegierte aus allen 15 Landesinnungsverbänden im Kongress am Park in Augsburg. Einer der Höhepunkte war die Rede der neuen bayerischen Wirtschaftsministerin Ilse Aigner.

Bereits am Vorabend des Verbandstages begrüßte der Obermeister der gastgebenden Innung Augsburg, Xaver Rittel, die Gäste am Veranstaltungsort mit Augsburger und bayrischen Spezialitäten aus dem Metzgerhandwerk. Viele Delegierte und ihre Partnerinnen nutzten diese Gelegenheit zum Austausch unter Kollegen.

Der eigentliche Verbandstag startete am 20. Oktober 2013 mit der Matinee am Vormittag. Nach Grußworten von Xaver Rittel, dem Augsburger Bürgermeister Jürgen Weber und dem Präsidenten der Handwerkskammer für Schwaben Jürgen Schmid, folgte die Rede von

DFV-Präsident Heinz-Werner Süss, der betonte, dass das deutsche Fleischerhandwerk eine besondere Stellung bei der Versorgung mit gesunden und genussreichen Lebensmitteln einnimmt: handwerkliche Tradition, meisterliche Qualifikation und Regionalität seien schon seit jeher Wirklichkeit.

„Wir bieten sachkundige Beratung und klare Information, wo andere nur bunte Siegel auf Verpackungen kleben“, sagte er und untermauerte damit das diesjährige Motto des Verbandstages „Echt – klar – unverwechselbar“. Zudem betonte er, dass das Fleischerhandwerk auch wichtige gesamtgesellschaftliche

Aufgaben übernimmt: Arbeits- und Ausbildungsplätze zur Verfügung zu stellen, zur sozialen Stabilisierung beizutragen, die Wohnqualität in Städten und Gemeinden zu bereichern und einen wichtigen Teil zur Erhaltung der bäuerlichen Landwirtschaft beizutragen. „Das Fleischerhandwerk ist ein unverzichtbarer Teil einer funktionierenden Gesellschaft“, sagte er. Damit dass so bleibe forderte er die neue bayerische Wirtschaftsministerin Ilse Aigner dazu auf, etwa ganze regionale Wirtschaftskreisläufe zu fördern sowie die Förder- und innerstädtische Strukturpolitik neu auszurichten.

Mit Spannung erwarteten die Anwesenden danach die Rede Ilse Aigners, die gleich zu Beginn betonte: „Handwerksbetriebe sind die Basis der Wirtschaft und unverzichtbar. Trotzdem gilt es, sich den Herausforderungen der Zukunft zu stellen“. Sie unterstrich, sich mit aller Kraft für die Belange des Handwerks, z. B. die Erhaltung des Meisterbrief oder den Fach-

ECHT, KLAR,
UNVERWECHSELBAR





Wurden geehrt: Stefan Wenisch (2.v.r) und Philipp Kubitzka (3.v.r.)



Obermeister Xaver Rittel



DFV-Präsident Heinz-Werner Süss

kräftemangel, einzusetzen. „Aus großer Überzeugung werden Sie mich an Ihrer Seite haben, wenn es darum geht, dieses Privileg zu schützen“, versprach die Ministerin. Danach ehrte sie gemeinsam mit Heinz-Werner Süss die beiden Sieger des Bundesleistungswettbewerbes 2012, Stefan Wenisch (Fleischer) und Philipp Kubitzka (Fleischereifachverkäufer). Nach der Mittagspause wurden die Sieger des diesjährigen „Rudolf-Kunze-PR-Preises“ ausgezeichnet: Dazu zählen die Fleischerinnung Hanau (Bestes Gesamtkonzept), die Fleischer-Innung Frankfurt-Darmstadt-Offenbach (Beste Einzelaktion: 1. Frankfurter Würstchen Casting) sowie die Fleischerreien Lederer (s. auch Reportage S. 30) aus Weil am Rhein, E. F. Geier aus Lüdenscheid sowie M. Max aus Hof. Zudem wurden die besten Ideen zur Nachwuchsgewinnung im Fleischerhandwerk mit dem Azubi-Preis der Gilde-Stiftung ausgezeichnet: Erster wurde die Gewerbliche Schule Bad Mergentheim, den 2. Platz errang die Stadtschlachterei Claußen aus Husum und den 3. Platz belegten die „Aixtra-Fleischer“ aus Aachen. Am Nachmittag hatten die Teilnehmer außerdem ausreichend Möglichkeiten die Fleischerschule Augs-

burg zu besuchen und sich über deren Leistungen zu informieren. Auch dieses Angebot wurde sehr gut angenommen.

MITGLIEDERVERSAMMLUNG

Der zweite Tag stand im Zeichen der Mitgliederversammlung, in der u. a. die Berichte des DFV-Präsidiums, die Vorlage der Jahresrechnung 2012 und deren Genehmigung, die Vorlage des Haushaltsplanes 2012 und dessen Genehmigung sowie Ergänzungswahlen zum Gesamtvorstand auf dem Plan standen. DFV-Vize Michael Durst stellte etwa die Strategien für eine neue Gemeinschaftswerbung vor, die nicht nur auf TV-Werbung basiert, sondern auch Aktionen wie eine Nachwuchskampagne mit der Jugendfeuerwehr, die Erstellung von Basis-Werbematerialien sowie den Ausbau von Online-Aktivitäten beinhaltet. DFV-Vize Georg Schlagbauer setzte sich für den eingeschlagenen Weg des „Drei-Säulen-Modells“ ein, das sich bisher bewährt habe. „Zudem sollen weitere Einnahmequellen forciert werden. Der Sonderbeitrag wurde attraktiv angelegt und so werden bereits in diesem Jahr zusätzliche Zinserträge ausgezahlt“, betonte er. Nach der Genehmigung des Haushaltsplanes 2014 stimmte

eine Mehrheit der Delegierten einer Erhöhung des Beitrags für 2014 um rund 7 % zu. Danach lud der Obermeister der Innung Frankfurt-Darmstadt-Offenbach, Thomas Reichert, alle mit einem emotionalen Auftritt zum nächsten Verbandstag in die Mainme-

tropole ein. Der Augsburger Verbandstag schloss mit einem gemütlichen Beisammensein in der Erlebnisgastronomie von Hasenbräu in der „Kälberhalle“. Der 124. Deutsche Fleischer-Verbandstag findet am 19./20. Oktober 2014 in Frankfurt am Main statt. *mtH*

Fotos: Theimer

Reinigen + Waschen mit Produkten von

Seeger

D-72336 Balingen
Tel. +49 7433 960-0
Fax +49 7433 960-150
www.seeger-sauber.de

Seeger-Produkte erhalten Sie im Fleischereibedarfs-Großhandel





WILDES AUS DEM WALD

Vor allem während der kalten Jahreszeit bietet ein breites Wildsortiment zusätzliche Profilierungschancen gegenüber vielen Wettbewerbern in der Fleischbranche. Deshalb ist eine gute Vorbereitung auf die Jagdsaison ein Muss.

Bisher führen nur relativ wenige Fachgeschäfte frisches Wildbret. Und dass, obwohl Fleischerfachgeschäfte ideale Voraussetzungen haben, um sich den Zusatzumsatz in der Herbst- und Weihnachtszeit zu sichern. Daher sollte man die Gunst der Stunde nutzen und sich frühzeitig mit dem Thema Wild beschäftigen. Denn: Echte Wildfans fiebern dem Beginn der Jagdsaison ungeduldig entgegen. Sie nehmen das Frische-Angebot gerne an und sorgen so für Zusatzumsatz an der Fleischtheke.

Generell kommen ab dem Herbst immer öfter Reh, Hase und Wildschwein auf den Tisch. Der Feinschmecker liebt klassische Gerichte wie Rehbraten oder Wildragout, lässt sich aber auch gerne mit einem raffiniert zubereiteten Rehkotelett verwöhnen. Wildgerichte entwickeln schon während der Zubereitung ihren eigenen Duft und typischen Geschmack. Das bedeutet aber nicht, dass die Zubereitung einer Rehkeule oder eines Wildschweinbratens besondere Kochkünste verlangt – ganz im Gegenteil. Wildfleisch lässt sich leicht nach einem bewährten Rezept für einen Rinder- oder Schweinebraten zubereiten und schmeckt trotzdem anders. Wird es zusätzlich mit Wacholderbeeren, Nelken und Lorbeerblättern abgeschmeckt, ist die Gau-

menfreude perfekt. Grundsätzlich ist nur zu beachten, dass Wild nie roh verzehrt werden darf. Das gilt für Carpaccio ebenso wie für rohes Hack vom Wild. Der Grund: Im Wildfleisch können sich Erreger unterschiedlichster Art befinden, die nur durch Erhitzen abgetötet werden. Außerdem darf die Gallenblase nie verwendet werden. Sie muss vorsichtig von der Leber entfernt werden, da das ganze Gericht sonst bitter und ungenießbar wird. Ob Reh, Hirsch oder Hase – Wildfleisch ist ein naturgegebenes Lebensmittel, das viele Vorzüge hat. Das Fleisch selbst ist überwiegend fettarm und reich an Nährstoffen, und so auch aus ernährungsphysiologischer Sicht zu empfehlen. Befürchtungen über angeblich hohe Strahlenbelastung bei Wild sind in der Regel unbegründet. Denn: Wildfleisch darf nur vermarktet werden, wenn die radioaktive Belastung unter dem Grenzwert von 600 Becquerel/kg liegt. Tatsächlich liegt der Wert in der Regel sogar unter 100. Das wird streng kontrolliert.

AUF QUALITÄT ACHTEN

Insgesamt gibt es für Wild eine ganze Reihe von Vorschriften, die der jeweilige Anbieter beachten muss, damit der Verbraucher einwandfreies Wildfleisch erhält. Unter Wildbrethygiene sind alle Maßnahmen und Vorschriften zu verstehen, die der Qualitätserhaltung des Fleisches dienen. Wildbret darf nicht in den Handel ge-

bracht werden, wenn das Fleisch bedenklich für den Menschen sein könnte. Die Trichinenschau bei Wildschwein ist vorgeschrieben. Wer Wildbret ohne amtliche Untersuchung in den Handel bringt, macht sich strafbar. Grundsätzlich ist der Revierinhaber und Jäger für das Wildbret verantwortlich. Damit Wildgerichte zum Genuss werden, muss bereits der Jäger, der das Wild erlegt hat, einen wichtigen Beitrag leisten. Ein sauberer Schuss ist eine Voraussetzung für eine gute Fleischreifung. Zudem sollte der Schuss keine wertvollen Teile wie Keule oder Rücken zerstört haben. Sobald wie möglich nach dem Erlegen wird „aufgebrochen“, d. h. der Jäger öffnet die Bauchdecke des Tieres und entnimmt alle Innereien. Dann kann der Wildkörper auskühlen. Die Organe werden auf auffällige Veränderungen hin in Augenschein genommen. Alle durch die Schusseinwirkung beeinträchtigten Teile sollten ent-

fernt werden. Nur Fleisch von gesunden Tieren darf in den Verkehr gebracht werden.

Aus dem Wald wird das Wild unverzüglich in einen separat dafür vorgesehenen Kühlraum transportiert. Dort wird der Wildkörper so schnell wie möglich auf + 7°C heruntergekühlt. In der Regel verfügen die Forstämter, Jagdpächter und Wildhändler über gut ausgestattete Wildkammern, in denen das Wild sachgemäß bis zum Abholen durch den Fleischer gelagert werden kann. In der gekühlten Wildkammer sollte das Wild drei bis vier Tage abhängen. In diesem Zeitraum wird im Wild, genauso wie bei allen anderen Tieren, Glykogen, die muskeleigene Energiereserve, abgebaut und in Milchsäure umgewandelt. Auf das Abhängen des Wildbrets sollte auf keinen Fall verzichtet werden, denn dadurch wird das Fleisch zart und der Kunde kann seinen Festtagsbraten wirklich genießen. *Astrid Schmitt*

Fotos: © photocrew-Fotolia.com, privat

evenord
Service. So frisch wie unsere Produkte.

Ihr kompetenter Partner für Metzgerei- und Gastronomiebedarf

Wir bieten Ihnen

- ein dichtes Filialnetz (8 x in Bayern, 2 x in Thüringen)
- persönliche Betreuung telefonisch oder direkt vor Ort
- namhafte Lieferanten mit einem Höchstmaß an Qualität
- über 20.000 Stammartikel
- faire Preise - keine Lockvogelangebote
- zuverlässige Frischdienstbelieferung
- Technischer Service für Fleischereimaschinen und Kühltechnik
- Planung, Technik und Einrichtung von Läden



Evenord eG · Schlachthofstraße 10 · 90439 Nürnberg
 Tel: 0911-92619-0 · Fax: 0911-286017 · www.evenord.de

Glossar zum Thema Wild:

Abhängen: Das Reifen vom frischen Wildfleisch für drei bis vier Tage bei +7°C. Durch die Eiweißumwandlung wird das Fleisch mürbe.

Aufbruch/ aufbrechen: Öffnen des Wildkörpers und Entnahme der Innereien. Leber, Herz, Niere, Zunge erhält der Jäger. Sie müssen frisch verbraucht werden und sind daher nicht im Wildhandel erhältlich. Das Aufbrechen geschieht unmittelbar nach dem Erlegen des Wildes.

Bardieren: Moderne und schnellere Arbeitsmethode als das Spicken. Man belegt und umwickelt das Wild oder das Wildgeflügel mit dünnen Speckscheiben (evtl. mit einem Faden befestigen). Der Speckmantel verhindert das Austrocknen beim Braten. Der Saftverlust ist geringer als beim Spicken (Lardieren), da keine Fleischfasern zerstört werden.

Bauchlappen: Die Bauchlappen sind die an die Rippen anschließenden Teile der Innenhaut, die sich sehr gut für Rouladen eignen.

Blatt: Schulter

Decke: Fell von Hirsch und Reh (Jägersprache)

Dressieren: Fleischstücke oder Geflügel mit Garn umwickeln. Bei Wildgeflügel wird das Austrocknen von Körperteilen wie Flügel oder Keulen verhindert.

Farce: Füllung, Fleischteig für Pasteten und Puddings

Feist: Das im Wildkörper eingelagerte Fett; wird meist entfernt.

Gallenblase: Darf nie verwendet werden und muss vorsichtig von der Leber entfernt werden, da sonst das ganze Gericht bitter und ungenießbar wird.

Gescheide: Innereien von Wild

Geschlinge: Därme

Hautgout: Strenger Wildgeruch bzw. Geschmack bei Wild, der durch die Zersetzung des Fleischeiweißes bei zu langem bzw. zu warmem Abhängen entsteht. Es handelt nicht um den typischen Wildgeschmack, wie gerne behauptet wird, sondern um einen beginnenden Fäulnisprozess.

Lardieren: Spicken. Gleicht die Fettarmut des Wildfleisches aus. In Streifen geschnittener Speck wird mit einer Specknadel durch die Oberfläche gezogen. Heute spickt man nicht mehr, sondern bardiert (Umlegen eines Speckmantels).

Pastete: In Teig gebackene Fleischfarce

Pfeffer: Ragout von Reh, Hirsch, Wildschwein oder anderem Wildbret

Rauschzeit: Paarungszeit der Wildschweine, liegt zwischen November und Januar

Schalenwild: Wildschwein, Reh, Rot-, Dam-, Gams- und Muffelwild (Klauen in Schalenform).

Schlegel: Keule

Schwarte: Haut mit Haaren (Borsten) des Wildschweins

Schonzeit: Zeit, in der das Jagen von bestimmten Tieren gesetzlich verboten ist.

Schwarzwild: Wildschwein

Terrine: Pastete ohne Teigkruste, im Wasserbad in einer Pastetenform oder im Steinguttopf gegart

Tranchieren: Zerlegen von Braten oder Geflügel

Verhitzen: Wird Wild nicht rechtzeitig nach dem Erlegen aufgebrochen oder ein Stück Wild bei hohen Außentemperaturen nicht gleich nach dem Schuss gefunden, tritt eine Verhitzung ein. Das Wildbret ist genussuntauglich und darf nicht in den Handel gebracht werden.

Wildbret: Fleisch von Wildtieren

Wildbrethygiene: Darunter sind alle Maßnahmen und Vorschriften zu verstehen, die der Qualitätserhaltung des Fleisches dienen. Wildbret darf nicht in den Handel gebracht werden, wenn das Fleisch bedenklieh zum Genuss für den Menschen sein könnte. Die Trichinenschau bei Wildschwein ist vorgeschrieben. Wer Wildbret ohne amtliche Untersuchung in den Handel bringt, macht sich strafbar.

TIPPS VOM FACHMANN

Nachfolgend gibt Dr. Wolfgang Lutz vom Deutschen Fleischer-Verband einige praktische Tipps zum Umgang mit Wild im Fleischerfachgeschäft.

Auf welche Hygieneregeln ist zu achten, wenn man frisches Wild anbieten möchte?

Das Wichtigste ist, dass man nur Wild von vertrauenswürdigen Jägern und nur einwandfreie Stücke in Top-Qualität annimmt. Bei der Jagd müssen die hygienischen Grundregeln eingehalten werden, d. h. sauber aufbrechen und ausweiden, rasch auskühlen, keine Berührung der Decke mit dem Fleisch und keine Zerlegung im Wald oder „irgendwo“.

Welche Ausstattung benötigt eine Fleischerei um frisches Wildbret zu zerwirken?

Wenn ein Metzger Wild in der Decke angeliefert bekommt, muss er das Tier getrennt kühlen und lagern. Das kann für manchen Betrieb schwierig sein. Es gibt aber auch Jäger, die das Tier ohne Decke anliefern. Ansonsten hat jeder Fleischereibetrieb die nötigen Voraussetzungen. Die allgemeinen Hygienevorschriften sind für Rot-, Weiß- und Wildfleisch gleich. Nur die Temperaturvorschriften sind unterschiedlich.

Müssen die Mitarbeiter, die frisches Wild zerwirken, zerteilen oder verkaufen etwas besonderes beachten?

Auch hier gelten die Hygienevorschriften, die in Metzgereien allgemein üblich sind. Eine saubere, einwandfreie Berufskleidung ist Grundvoraussetzung. Natürlich muss die Berührung von Decke und Fleisch vermieden werden. Wichtig ist auch, dass nur die besten Stücke in den Verkauf gelangen und dass das Fleisch sehr sorgfältig zupariert wird.

Welchen Tipp geben Sie Fleischereifachgeschäften, die frisches Wildbret verkaufen möchten?

Nach dem Motto „Nur Qualität verkauft sich gut“ empfehle ich die Teilstücke möglichst küchenerfertig herzurichten und etwas Besonderes zu bieten. Dazu gehören die passende Größe, vielleicht auch eine kreative Würzung oder Marinade, z. B. mit Thymian, Pflaumen, Datteln, Feigen oder Orangen. Wichtig sind Tipps bzw. eine Anleitung für die Zubereitung, denn nicht jeder Kunde ist ein Wildspezialist.

Vielen Dank für das Gespräch.



Foto: privat

HACKFLEISCH



im Trend

Es lohnt sich, Hackfleischgerichte conveniencegerecht und servierfertig anzubieten. Hier sind drei leckere Spezialitäten, die sich sowohl über die warme Theke, den Imbiss, den Partyservice und die Bedienungstheke mit hoher Wertschöpfung verkaufen lassen:



HACKFLEISCH-BOLOGNESE:

mit Nudeln und Parmesan.

CHILI CON CARNE:

Das würzige Fleischgericht mit Kidney-Bohnen, Mais und Chillies gerissen



HACKFLEISCH-NUDEL-AUFLAUF:

abgerundet mit Champignons, Paprika, Käse gerieben und würzige Sauce Bolognese.

Alle drei Gerichte lassen sich mit **BOLOGNESE-FIX ITALIA**, Art. Nr. 5997 0, zeitsparend und schnell herstellen.

Geschmack: Paprika, Tomate, Pfeffer, Knoblauch, Thymian, Oregano, Basilikum und andere frische Mittelmeerkräuter.

Die **gebrauchsfertige Convenience-Komplett-Würzung mit Bindung** bietet

- ✓ höchste Wirtschaftlichkeit,
- ✓ zeitsparende Herstellung und
- ✓ einfache Handhabung.

Mobile Ideenquelle für aktive Unternehmer im Metzgerhandwerk:

Wir bieten mehr als Gewürze:

- ✓ Seminare
- ✓ Rezepturen
- ✓ Unterstützung und Pflege Ihres Markenauftrittes

Geben Sie folgende URL in Ihr Smartphone ein:

<http://www.hagesuedmobil.de>



Weitere Informationen können über den zuständigen Gewürzberater, das Internet www.hagesued.de,

www.facebook.com/HagesudInterspaceGewurzwerkeGmbHCoKg

per E-Mail info@hagesued.de oder auch kostenfrei direkt bei

HAGESÜD INTERSPICE, Gewürzwerke GmbH & Co. KG, Abteilung Marketing,

Saarstraße 39, 71282 Hemmingen, Tel.: 07150 / 942 680, Fax: 07150 / 942 880 angefordert werden.



DER KOCH ALS KUNDE

Gastronomen kaufen große Mengen Fleisch. Wer sie als dauerhafte Abnehmer gewinnen möchte, muss eine konstant hohe Qualität bei schneller Verfügbarkeit und Lieferung gewährleisten können.

Wer damit liebäugelt, sich das Gastgewerbe als zusätzliche Zielgruppe zu erschließen oder sich zu spezialisieren, sollte einige Grundsätze beachten. „Der wesentliche Unterschied ist, dass zum größten Teil auf Bestellung gearbeitet wird, im Gegensatz zur Auslage in traditionellen Metzgereien“, erklärt Hans Reutegger, Unternehmensleiter von Mérat, einem Berner Metzger-Unternehmen, das sich in den letzten 20 Jahren als Spezialfleischerei für Gastronomen mit Filialen in der Schweiz etabliert hat. Beim Endverbraucher ist der persönliche Kontakt an der Theke das wichtigste Verkaufsinstrument, denn hier kann er die Waren begutachten und im Beratungsgespräch aussuchen. Gastro-

nomen bestellen hingegen vor allem per Fax und Telefon. Beim Münchner Metzger Magnus Bauch, der sowohl ein Ladengeschäft als auch einen Großhandel betreibt, machen dies 75 %. Rudi Hischa, einer der beiden Betriebsleiter von Magnus Bauch erklärt: „Wir unterhalten zu unseren Gastronomiekunden engen Kontakt

und besuchen sie regelmäßig in ihren Betrieben, weil wir einen großen Wert auf gute Kundenbindung nicht nur bei Endverbrauchern, sondern auch in der Gastronomie legen.“

ERFOLGREICH SPEZIALISIERT

Auch bei Mérat bestellen 70 % der 4.000 aktiven Kunden telefonisch, 5 % nutzen den Online-Service und 25 % B2B-Systeme via SAP und Apps. Die Bestellgrößen liegen zwischen 30 und 500 kg, täglich verkauft Mérat 30 bis 40 t Fleischwaren. Im Außendienst besuchen die Mitarbeiter die Gastronomen und/oder Köche in periodischen Abständen, um neue Produkte vorzustellen, aber auch um mit den Köchen gemeinsam kreative Spei-



sekarten zu gestalten. „Für mich sind Köche Food-Künstler“, findet Hans Reutegger, der die Gastronomie als Beziehungsgeschäft beschreibt. Daher seien gute Verkäufer unbedingt wichtig für den Erfolg in dieser Branche. „Wer sich diesen Markt erschließen möchte, muss es sich zur Aufgabe machen, seine Kunden gut zu kennen und zu spüren, was diese brauchen“, rät er. Zudem sei es wichtig, sich ein eigenes Profil aufzubauen, z. B. durch Regionalität oder bestimmte Spezialitäten. Seine Gastro-Metzgerei bietet etwa ein „Panorama der vielfältigen Schweizer Küche“, z. B. mit Bündner Spezialitäten unter der Eigenmarke Flurina, an. Die Bandbreite reicht von zeitgebundenen Hammer-Aktionen, Fisch-Hits und Top-Angeboten über Frischfleisch und gesundheitsbewusstes „Wellmeat“ bis hin zu hochwertigen Sortimentslinien wie Donald Russell Irish Beef oder Swiss Gourmet Grand Cru. Damit spricht Mérat verschiedene Niveaus gastronomischer Betriebe an. Für die Edellinien garantiert der Betrieb 100 % Transparenz, von der Aufzucht bis auf den Teller: Auf jedem Teilstück sind der Lieferant, die Region und die Reifezeit für den Kunden ersichtlich. Der Koch weiß, welches Steak er empfiehlt, aus welcher Region und von welchem Bauern es stammt. Für die Produkte kann der Gastronom zudem einen speziellen Reifeschrank für sein Lokal erwerben. Das Fleisch reift darin bei 2°C und 80 % Luftfeuchtigkeit. So kann der Gast sein Fleischstück selbst aussuchen.

WICHTIGE KONSTANTEN

Um Gastronomen als dauerhafte Kunden an sich zu binden, braucht es aber nicht nur ein kluges Marketing: Wichtig ist es auch bei großen Abnahmemengen, eine unverändert hohe Qualität garantieren zu können. Der Nachschub muss sichergestellt sein, auch dann, wenn er schnell verlangt wird. Der Alltag im Gastgewerbe sieht oft so aus, dass dort kurzfristig Reservierungen, auch mal für 50 oder mehr Personen eingehen. Rudi Hischa weist auf mögliche Schwankungen in den Bestellmen-



gen hin – je nach Jahreszeit und Reservierungen.

Rasche Lieferfähigkeit, kurze Vertriebswege, Pünktlichkeit und Vollständigkeit sowie eine konstante Qualität seien ausschlaggebend für eine erfolgreiche Partnerschaft.

Ähnlich sieht das auch Josef Huber aus Kitzbühel, dessen Kundenstamm zu 50 % aus Hotel- und Gastronomiebetrieben besteht. Er rät Newcomern in diesem Segment: „Auf Qualität achten und sich nicht selbst prostituieren. Die Billigschiene zu fahren, geht leicht in die Hose.“

Selbst wenn die Nachfrage nach Niedrigpreisware auch unter Gastronomen vorhanden ist. Wenn diesem jedoch die Gäste wegbleiben, kauft er nicht wieder. Die Metzgerei Huber setzt auf Regionalität. Zu ihren Spezialitäten zählen neben den Schinken heimisches Kalbfleisch, Jungtiere und Rinder. Die Vertriebsmitarbeiter besuchen die Kunden regelmäßig. Mindestens einmal pro Woche nehmen sie zumindest telefonisch Kontakt mit ihnen auf. Bei Bestellungen bis abends garantiert der Metzger die Lieferung bis 10 Uhr des Folgetages. „Falls der Koch etwas vergessen hat, darf er schon mal etwas nachordern, und wir kommen dann noch einmal am selben Tag“, berichtet Josef Huber: „Solange das nicht zur Gewohnheit wird“. Auch bei Mérat und Magnus Bauch bekommen Gastronomen, die in der Nacht auf den Anrufbeantworter sprechen, am nächsten Vormittag noch ihre Lieferung. Neben Schnelligkeit legen auch die Schweizer Gastronomen Wert auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. „Um darüber entscheiden zu können, ob dieser Vertriebsweg für einen Metzger der Richtige ist, muss der Kollege sich eine genaue Kalkulation erschließen, da dieser Bereich den Einkauf sehr preisorientiert gestaltet und zudem erhöhte Kosten in Bezug auf Lieferung und Betreuung entstehen“, rät Rudi Hischa. F. König

Foto: Metzgerei Huber

Der WebShop für die Lebensmittelbranche

ehlert **online**

Alles was der Profi braucht!

Därme



Naturdärme vom Rind, Schwein und Schaf. Kunstdärme in vielen Kalibern, Farben und Drucken.

Verpackung



Verpackungsideen für Industrie, Handel und Gastronomie. Top-Qualität für die Lebensmittelbranche.

Reinigung



Reinigungs- und Desinfektionsmittel, Reinigungstechnik, Personalhygiene, Hygienepapier ...

Gewürze



Erlesene Gewürze, Kräuter, Mischungen und Spezialitäten für Wurst- und Fleischwaren.

Berufsbekleidung



Branchengerechte Berufs- und Schutzkleidung: sicher, hygienisch und funktional.

Fleischereibedarf



Für jeden Einsatz das richtige Werkzeug z.B. Messer, Stähle und Werkzeuge in Top-Qualität.



Bestellung bis 13.00 Uhr: Versand am selben Tag.

eXtra schnell
eXtra professionell
www.ehlert-express.de



Immer am Puls der Zeit

Kurt Matthes hat viele Ämter inne: Landesinnungsmeister, ehrenamtlicher Vorstand der Mega und Vertreter im DFV. Daneben findet er aber genügend Zeit, um seine Metzgerei in Stuttgart nicht nur zu führen, sondern stets zeitgemäß zu halten.



Mit der Zeit gehen“ lautet das Motto von Kurt Matthes, Landesinnungsmeister von Baden-Württemberg und „nebenbei“ Inhaber einer Metzgerei. Die WebApp der „Feinschmeckerei“ ist dafür nur ein Beispiel. Damit können Kunden unkompliziert und mobil von überall aus das Tages- oder Wahlessen der Metzgerei per Smartphone bestellen. Begonnen hat die Karriere von Kurt Matthes aber ganz klassisch. 1972 absolvierte der heute 65-Jährige seine Meisterprüfung in Frankfurt, bevor er fünf Jahre später den Betrieb seines Vaters Paul übernahm. Damit war seine Ausbildung aber noch nicht abgeschlossen. Denn: Regelmäßige Abendkurse und Seminare, z. B. an der Handwerkskammer, sind für ihn selbstverständlich.

Beim Metzgermeister beließ es Kurt Matthes jedoch nicht. 2002 wurde er zum Obermeister der Innung Stuttgart gewählt. „Das geschah mehr aus der Not heraus. Denn ich wollte jemandem einen Gefallen tun“, berichtet er. Zuerst gehörte zur Innung nur die Stadt Stuttgart. Nach und nach erhöhte sich die Mitgliederzahl aber durch Fusionierungen bis die Innung 2006 eine Mitgliederzahl von 180 erreichte. Doch damit nicht genug: 2006 kamen die Funktion des Landesinnungsmeisters von Baden-Württemberg, die des ehrenamtlichen Vorstands der Mega und Vertreter im DFV hinzu. Die Stelle des Landesinnungsmeisters wird er noch bis 2016 innehaben, dann aber nicht mehr für eine weitere Amtszeit antreten. „Zu diesem Zeitpunkt werde ich bald 70 sein. Dann ist es an der Zeit, dass sich die nächste Generation einbringt und ihre Ideen umsetzen kann“, begründet der aktive Metzgermeister. „Die Besetzung dieser Ämter ist natürlich nur mit einer Familie und Mitarbeitern möglich, die einem den Rücken freihalten“, erklärt Kurt Matthes. Die Bewältigung dieser Ämter bereitet ihm jedoch Freude. „Denn so treffe ich viele erfolgreiche Kollegen“, betont er.

SOZIALES ENGAGEMENT

Vor einigen Jahren begann die Metzgerei damit, Schulen in der Umgebung mit Speisen zu beliefern. „Wir haben sehr klein angefangen – mit fünf Essen am Tag, sozusagen als Spende. Heute sind wir bei 160 Essen täglich, die an Schulen in Plieningen gehen. Damit ist aber kein großes Geld zu verdienen“, berichtet Kurt Matthes. Da die Metzgerei nur liefert, fällt nur ein Umsatzsteuersatz von 7 % an. Zuge-

ERFOLGSFAKTOREN

- Immer mit der Zeit gehen (z. B. eigene WebApp, Frischfischtheke)
- Großes soziales Engagement
- Vielfältige Frischetheke
- Aktionen für Kinder und Schüler

KONZEPT

METZGEREI MATTHES – STUTTGART

Metzgerei mit einem umfangreichen Feinkostsortiment und Heißer Theke. Großes soziales Engagement durch „Essen auf Rädern“ für jahrelange Kunden; Kontakt zu Kindern und junger Zielgruppe durch „Tage der offenen Türe“ sowie Schulverpflegung.

stellt werden die Speisen erst nach 12:45 Uhr – nach dem Hauptgeschäft. Über die Speisepflegung bestimmt der Metzgermeister, die Schulen können aber Wünsche äußern. Kontakt zu den „Kleinen“ nimmt Kurt Matthes auch durch Veranstaltungen in seiner Metzgerei auf. Nachwuchswerbung beginnt für ihn schon in den Kinderschuhen. Daher veranstaltet er einmal jährlich einen „Tag der offenen Tür“, an denen seine Tochter Andrea die fachliche Leitung übernimmt. Sie ist, wie ihr Vater und Großvater, auch Metzgermeisterin und arbeitet im Betrieb mit. Ebenfalls einmal im Jahr öffnet sich die Metzgertüre für Schulklassen. „So können schon die Kleinen lernen, wie abwechslungsreich unser Beruf ist“, betont Kurt Matthes. Doch auch an die Senioren denkt der aktive Metzgermeister. Zusätzlich zur Schulverpflegung gibt es eine sogenannte „Rentnertour“. Zwölf bis 15 Personen werden dabei beim Prinzip „Essen auf Rädern“ nach einem

PROFI-PARTNER

- **Füller:** Handtmann
- **Gartechnik:** Wiesheu, Rational, Convotherm
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kochkessel:** Maurer Atmos
- **Kutter:** Seydelmann
- **Pökelinjektor:** Rühle
- **Scherbeneiserzeuger:** Maja-Maschinenfabrik
- **Speckschneider:** Treif
- **Spültechnik:** Winterhalter
- **Transportfahrzeuge:** Mercedes Benz, Citroen
- **Wägesystem:** Bizerba
- **Reinigungs-equipment:** Seeger

Wochenplan mit Speisen beliefert. „Auch das gehört für mich zum sozialen Engagement und ist ein Dankeschön an die jahrelange Treue dieser Kunden“, erklärt Kurt Matthes.

HAUPTGESCHÄFT LADEN

Neben dem Zusatzgeschäft Schulverpflegung betreibt die Metzgerei bereits seit dem Jahr 1986 einen kleinen Partyservice. Das Hauptgeschäft ist aber der Ladenverkauf. 85 % der Produkte produziert die Metzgerei selbst. Rohwürste z. B. bezieht er jedoch von Kollegen, da die Metzgerei über keine eigenen Reiferäume verfügt. „Wichtig ist mir dabei, dass ich die Ware bei Kollegen kaufe, die meine Philosophie teilen“, betont Kurt Matthes. Das Fleisch bekommt er von einem Bauern, den er schon lange kennt. „Diese enge Beziehung wissen meine Kunden zu schätzen“, unterstreicht er. Die Verkaufshits sind Fleischkäse und Maultaschen. Aber auch die Angebote aus der Feinkosttheke sind bei den Kunden sehr beliebt, da die Theke sehr umfang- und ideenreich bestückt ist. „Wir machen alles selbst und natürlich frisch. Dafür habe ich zwei Mitarbeiter in der Feinkostküche, die nur für Salate und Desserts zuständig sind.“ In der Warmküche wird für die Heiße Theke produziert. Mittags gibt es ein Stammessen mit zwölf bis 15 Wahlkomponenten. Erst alle drei bis vier Wochen wiederholt sich das Angebot. 60 % der mitgenommenen Speisen werden vorbestellt, z. B. per Internet, Fax oder per App.

GESCHÄFT IM WANDEL

Seit 1996 wird der Laden ständig modernisiert. Es begann mit dem Umbau der Wurstproduktion. Im April 2000 folgte das Geschäft – es wurde komplett modernisiert und mit einer neuen Frischfischtheke zur „Feinschmeckerei“ ausgebaut. 2012 erhielten die Räume ein Facelifting. Aber auch die Produktionsmaschinen werden natürlich regelmäßig erneuert – in den letzten Monaten wurden dafür rund 30.000 €€ aufgewendet. Ebenfalls auf dem „neuesten Stand“ hält Kurt Matthes seine 20 Mitarbeiter. Ein- bis zweimal im Jahr gibt es eine Betriebsversammlung, z. B. zu den Themen Werbung oder Berufsbildung. „Ganz wichtig ist aber auch, dass wir jeden Tag an unseren Schwachstellen arbeiten. „Nur so können wir besser werden und sind für die Zukunft gut aufgestellt“, resümiert Kurt Matthes. *lis*
www.feinschmeckerei-matthes.de



Der Tradition verpflichtet

Seine „Alt-Berliner Fleischerei Burkart und Söhne“ eröffnete Roland Burkart Anfang des Jahres, die Tradition der Fleischerei jedoch reicht bis ins Jahr 1912 zurück.

Vor der Fleischerei sitzen die Kunden auf Bierbänken, trinken Kaffee und essen belegte Brötchen. Man kennt sich und duzt sich. Berliner Gemütlichkeit inmitten eines Wohngebietes in Berlin-Britz. Roland

Burkart, der die Fleischerei seit dem 1. Januar 2013 führt, fühlt sich der langen Tradition des Geschäftes verpflichtet: „Schon immer wurde hier nach Altberliner Art Wurst hergestellt“, sagt er: „Echte Handwerkskunst mit Naturge-

würzen, das ist auch für uns der richtige Weg.“ Der „f-Markenbetrieb“, wie er seine Fleischerei in Anlehnung an das rote „f“ des Fleischerfachgeschäftes nennt, stehe außerdem für die hohe Qualität seiner Produkte.

Der Fleischermeister fand „seine“ Fleischerei mit Hilfe der Innung. Der gebürtige Kölner, der als Junge mit seinen Eltern 1966 nach Berlin kam, dort Fleischer und später Fleischermeister wurde, wollte sich mit einer eigenen Fleischerei einen Traum erfüllen. Der 52-Jährige hat zwei Söhne. Der Jüngere lernt im dritten Ausbildungsjahr Fleischer im Geschäft seines Vaters und der Ältere plant dort den Einstieg als Verkäufer. „Das wäre eine ideale Kombination“, freut sich Roland Burkart und sagt augenzwinkernd: „Und schön wäre es auch, wenn es die Fleischerei dann eben nicht nur 100 Jahre sondern auch 150 Jahre geben würde.“ Altberliner Charakter sollen hier nicht nur die Wurstspezialitäten haben. Als eine der ersten Investitionen modernisierte Roland Burkart



Fotos: Siewers

ERFOLGSFAKTOREN

- **Altbewährter Standort**
- **Handwerkliche Tradition als Leitsatz**
- **Auf die Kundschaft zugeschnittenes Imbissangebot**
- **Familiäre Atmosphäre**
- **Stammkunden wurden nach Inhaberwechsel gehalten**

KONZEPT

FLEISCHEREI BURKART & SÖHNE – BERLIN

Angestammte Fleischerei in Wohngebiet mit Schwerpunkt auf Imbissbetrieb und Produktion nach traditionellen Maßstäben. Hoher Anteil an Stammgästen.

den Laden: Fliesen in weiß und dunkelblau an den Wänden sowie ein angedeutetes „Ziegeldach“ über der Theke sollen das Ambiente einer traditionellen Fleischerei unterstreichen. Auch die Heiße Theke im linken Ladenteil wurde neu eingerichtet. „In den Ladenausbaue habe ich etwa 45.000 € investiert“, verrät er und ergänzt: „Zur Zeit bauen wir im Keller, dort modernisieren wir den Zerlegeraum, die Sanitäräume und das Büro. Der Produktionsraum ist dann als nächstes dran. Wir haben noch viel vor, aber das muss auch erst erarbeitet werden.“ Neben dem Fleisch- und Wurstangebot, das zu 80 % aus seiner Produktion kommt, sind der Imbiss und das Mittagsgeschäft wichtige Säulen für Roland Burkart. „Das Mittags- und Imbissangebot läuft recht gut. Es macht fast zwei Drittel unseres Umsatzes aus“, betont er. Neben den belegten Brötchen werden hier Imbissklassiker wie Buletten, Schnitzel, auch mal Prager Schinken und Rippchen angeboten. Mittags gibt es täglich ein Gericht. „Zukünftig wollen wir gerade bei den Beilagen noch mehr variieren und eine größere Auswahl anbieten, vielleicht auch ein zweites Hauptgericht. Wir testen noch, was am besten bei unseren Kunden ankommt“, sagt er. Außerdem beliefert er täglich zwei Imbissbetriebe, z. B. mit seinen Buletten, „echt handgeformt“, wie er sagt, Spießchen und eingelegetem Rind- und Schweinefleisch.

GUTER LEHRBETRIEB

Sein Team besteht aus drei Lehrlingen, einem Gesellen und zwei Verkäuferinnen. Seine Ehefrau hilft stundenweise am Nachmittag mit. „Wir zerlegen wöchentlich etwa drei oder vier Halbe, manchmal auch Viertel“, sagt Roland



Burkart. „Das hängt auch von den Lehrlingen und ihrer Schule ab. Sie sollen ja sowohl die Grob- als auch die Feinerlegung üben und lernen.“ Die gute Ausbildung im Fleischerhandwerk ist ihm ein besonderes Anliegen. Seine Lehrlinge dürften auch gern mal experimentieren. Er selbst liebt das auch – sehr erfolgreich. Seine „Erdbeer-Sahne-Trüffel-Bratwurst“ wurde von der Fleischerinnung Berlin mit Gold geehrt.

Den Anteil an Stammkunden schätzt der Fleischermeister auf 70 %. „Handwerker, die zufällig hier halten, kommen oftmals wieder. Unser Kundenstamm wächst“, freut er sich. Seine Fleischerei hat ab 7 Uhr geöffnet, im Sommer sogar ab 6 Uhr. Für türkischstämmige Kunden oder andere Kunden, die Schweinefleisch ablehnen, produziert er Halal- und Koscher-Ware. „Zwar kommt kein Hadschi oder Rabbi zu uns zur Abnahme – aber ich kaufe das Fleisch vom türkischen Händler oder mit speziellen Nachweisen vom Großmarkt und produziere dann nach anerkannten Rezepten,

z. B. Pastrami oder Geflügelaufschnitt.“ Das erkennen seine Kunden an. Ohnehin ist ihm das Kundengespräch sehr wichtig, denn nicht nur die Produkte, sondern auch der Service machen den Unterschied zur Supermarktkette aus. „Manchmal sind wir hier auch ein Seel-sorgeamt“, sagt er schmunzelnd, aber das ist für ihn in Ordnung.

Heike Sievers

www.traditionsfleischerei.de

PROFI-PARTNER

- **Backofen:** Unox
- **Bandsäge:** Rewebo
- **Gewürze:** Kahler, Raps, Pommerania
- **Kasse:** Casio
- **Kaffeemaschine:** Rhea Vendors, Bravilor Bonamat
- **Kutter:** Kilia
- **Heiße Theke:** Eloma
- **Wägetechnik:** Bizerba
- **Vakuuiergerät:** Röscher
- **Zusatzgeschäft:** BESH, Salomon

Beim Marathon-Metzger

Fleischermeister, Obermeister der Innung Lörrach, erster „Betriebswirt des Handwerks“ in Baden-Württemberg, „Handwerksunternehmer des Jahres 2012“ und Marathonläufer – all' das ist Joachim „Joggi“ Lederer aus Weil am Rhein. Der 51-Jährige ist wahrlich ein „Fleischer mit Erfolg“.

Mit vier Mitarbeitern machte sich Joachim Lederer 1991 selbstständig, heute beschäftigt er in seiner Metzgerei im Dreiländereck Deutschland-Frankreich-Schweiz 24. „Mein Kapital sind meine Mitarbeiter und mein tolles Geschäft. Alles was wir haben und was wir sind, haben wir uns erarbeitet. Meine Mitarbeiter sind im Schnitt 17 Jahre bei uns“, betont er. Und er hat noch mehr Superlative zu bieten: bis zu 120 Catering- bzw. Partyservice-Aufträge im Jahr, 1,5 Mio. € Jahresumsatz, stets zweistellige Zuwachsraten in den letzten Jahren, 20 verschiedene Salate, Verkauf von 800 bis 1.000 belegten Brötchen pro Tag und ca. 200 warmen Mittagessen aus der Heißen Theke. Pro Jahr werden rund 3 t Kartoffelgratin benötigt, das er zukaft. „Als Ausgleich laufe ich zwei Marathon- und vier Halbmarathonläufe im Jahr, 2013 war meine 27. Laufsaison“, berichtet der selbstbewusste Metzgermeister, der gerne Vorbild für seine Mitarbeiter ist: „Nur so kann ich diese auch motivieren und ihnen zeigen, was möglich ist, wenn man nur will. Außerdem ist mir der persönliche Kontakt sehr wichtig. Jede Woche nehme ich mir Zeit für ein Gespräch mit jedem Mitarbeiter“. Vor acht Jahren baute er seine heutige Metzgerei, in der auch eine Bäckereifiliale zur Untermiete angesiedelt ist. Dort verarbeitet er mit vier Metzgermeistern mindestens zehn Schweine und einen Ochsen pro Woche. Hinzu kommt die Rohware für die anstehenden Veranstaltungen. Diese kommt aus der Landwirtschaft seines Bruders sowie in Teilstücken angeliefert aus dem „Qualivo“-Sortiment des Bonndorfer Schinkenherstellers Adler, das u. a. für kurze Transportwege, gentechnikfreie Futtermittel

und Tierhaltung auf Stroh steht. „Wer gute Ware hat, kann auch gute Produkte verkaufen“, lautet seine einfache Devise.

CONVENIENCE ALS UMSATZBRINGER

400 bis 500 Kunden sind es am Tag, welche die kommunikative, freundliche Atmosphäre und das leckere Essen schätzen. Neben dem klassischen Wurstsortiment befinden sich vor allem vorportionierte Artikel wie marinierte Hähnchenbrüste, panierte Hasenkeulen, verschiedene Spätzle- und Gulaschvarianten oder gefüllte Paprikaschoten in den Kühltheken. „Der Anteil dieser Artikel beträgt ca. 90 %. Die Leute mögen es einfach und das bieten wir ihnen“, sagt Joachim Lederer. Wenige Meter weiter rechts wartet die Heiße Theke täglich von 10:30 bis 18 Uhr mit bis zu 30 verschiedenen Produkten auf. Leberkäse, Schweinshaxen, Schnitzel und Frikadellen gibt's sogar schon ab 6 Uhr früh. Der tägliche Schnitzelbedarf liegt bei mindestens 150 Stück. „Der Kunde entscheidet selbst was er essen möchte. Ob Fleisch mit oder ohne Beilage oder Gemüse oder nur mit Salat. 50 % der Kunden essen im Laden, 50 % nehmen das Essen mit“, sagt der Metzgermeister. Alle Speisen werden von 6 Uhr morgens an in der direkt hinter der Heißen Theke gelegenen professionell ausgestatteten Küche von drei bis vier Mitarbeiterinnen frisch zubereitet. Schnitzel oder Bratkartoffeln werden hingegen auf einer Grillplatte an der Rückwand der Heißen Theke gebrutzelt. Die Preise der Mittagsgerichte liegen zwischen 4 und 6 €, was täglich zu einem Umsatzanteil von 30 bis 40 % führt.

Wer so viel Convenience anbietet, benötigt auch Convenience-Basisprodukte. Daher setzt

Joachim Lederer seit vielen Jahren auf pikante Trockenprodukte der Marke eto von Dr. Oetker Food-Service wie Weiße Soße, Delikatess-Soße zu Braten oder Rahmsauce in Granulatform. „Diese veredeln wir aber immer, z. B. mit Pfeffer oder Pilzen“, so der Metzgermeister. Zudem sind die klassischen Fix-Produkte, feinste Markklößchen sowie die auf der Theke gut platzierten tafelfertigen Suppen der Marke Fleischer – ebenso eine Marke von Dr. Oetker Food-Service – eine zusätzliche Einnahmequelle im Ladengeschäft.

EIGENE EVENT-LOCATION

Eine weitere Einsatzmöglichkeit der eto-Produkte und wichtige Säule der Metzgerei sind die rund 120 Veranstaltungen im Jahr – meist Familien- oder Firmenfeiern mit zwischen 50 und 120 Personen – die im eigenen, 2 km von der Metzgerei entfernt gelegenen Hadidpavillon stattfinden. Der längliche Raum mit Galerie, ausgefeiltem Lichtkonzept und Designerstühlen kann aber auch bis zu 280 Personen fassen. Hinzu kommen rund 100 Außenplätze. „Wir haben im Schnitt zwei Veranstaltungen pro Woche. Bei der Organisation hilft mir meine Ehefrau, die sonst als Krankenschwester arbeitet. Zudem stehen mir dafür bis zu 60 Mitarbeiter auf Abruf zur Verfügung“, sagt Joachim Lederer. Die Speisen dafür werden in der Küche der Metzgerei zubereitet. „Ich setze immer ein bis zwei Mitarbeiter am Tag mehr ein als nötig. So kann ich sehr flexibel auf eventuelle Aufträge reagieren – und wer mich um halb sieben morgens anruft und einen Catering-Auftrag möchte, der achtet nicht auf den Preis“, schmunzelt der clevere Metzgermeister. *mth*

www.metzgerei-lederer.net



**FLEISCHER MIT ERFOLG
WEIL AM RHEIN**



KONZEPT

METZGEREI LEDERER – WEIL AM RHEIN

Metzgerei mit sehr hohem Anteil an warmen Mittagsgeschichten, großem Veranstaltungs- und Partyservice-Geschäft, Schul- und Kita-Verpflegung sowie eigener Event-Location.

ERFOLGSFAKTOREN

- Kundennahe Öffnungszeiten
- Hohe Speisen- und Rohstoffqualität
- Langjährige, motivierte Mitarbeiter
- Starker Umsatz mit warmen Mittagsgeschichten
- Eigene Veranstaltungslocation
- Gutes, funktionierendes Netzwerk

PROFI-PARTNER

- Bandsäge: Bizerba
- Berufskleidung: Geiger, Mewa-Textilservice
- Gewürze: Raps
- Heiße Theke – Speisenausgabe: Rieber
- Kassensystem: Bizerba
- Kombidämpfer: Rational
- Kutter: Seydelmann
- Ladenbau: Eishaar Kälte-Klima-Ladenbau
- Scherbeneiserzeuger: Maja Maschinenfabrik
- Spültechnik: Hobart
- Saucen: eto (Dr. Oetker Food-Service)
- Saucen, Fix-Produkte und Suppen – Zusatzgeschäft: Fleischer (Dr. Oetker Food-Service)
- Wolf: Paul Kolbe FoodTec



Schwarzwälder Original

Modern, traditionsbewusst und erfolgreich führen Udo und Annette Kramer die von Alfred und Verena Kramer 1970 gegründete Metzgerei in Hüfingen am Ostrand des südlichen Schwarzwalds. Seit mehr als 40 Jahren gilt die Vorgabe der Firmengründer: selbst schlachten und produzieren und alles frisch über die Ladentheke verkaufen.

Sofort fällt es einem beim Betreten des Ladens auf: das „Speckständli“ links hinter der Theke. Dort hängen sie – präsent, aber nicht aufdringlich, mit tiefdunklem Äußeren und in unterschiedlichsten Größen: traditionell hergestellte Schwarzwälder Schinken. „Regionaler geht’s nicht. Das Fleisch stammt, wie für alle unsere rund 250 Produkte von Erzeugern aus der Region: 30 Landwirte, mit denen wir zum Teil jahrzehntelang zusammenarbeiten“, betont Udo Kramer, Fleischermeister und Industriekaufmann, seinen hohen Qualitätsanspruch. Ebenso wie seine Frau Annette, Vater Alfred

und zwei seiner Brüder füllt auch der vierfache Familienvater seinen Beruf mit Herz und Verstand aus. Das ist keine Floskel. Überall spürt man die familiäre, persönliche Atmosphäre sowie die große Sachkenntnis, was neben den rund 20 Mitarbeitern auch ca. 2.200 Kunden pro Woche schätzen. „Da wir der einzige Fleischer in Hüfingen sind, kommen viele Kunden aus dem Ort. Darüber hinaus kommen jedoch über 50 % der Kunden aus der Umgebung. Das haben wir uns durch Freundlichkeit und kompetente Beratung, Service und Qualität erarbeitet“, berichtet Udo Kramer. Und so klagt er im 7.000-Einwoh-

ner-Städtchen nicht über schwindendes Klientel, sondern begrüßt tendenziell immer mehr qualitätsbewusste Kunden im Laden. 80 % der Ware wird über die Theke verkauft, 20 % über den Großhandel. Fast 12 m misst die Theke mit einem großen Anteil an Frischfleisch, Halbfertigen für die schnelle Küche, Brüh-, Koch- und Rohwurstwaren, selbst kreierten Feinkostsalaten sowie einer kleinen Käse- und Heißtheke.

QUALITÄT DURCH TECHNIK

Die Schweine werden montags und das Großvieh donnerstags geschlachtet. Die ersten der



KONZEPT

METZGEREI A. KRAMER – HÜFINGEN

Familiengeführte Fleischerei mit wöchentlicher eigener Schlachtung und Herstellung frischer Fleisch- und Wurstwaren, Partyservice ab 30 Personen sowie Heiße-Theke-Angebot. Tiere aus regionaler Landwirtschaft.



wöchentlich etwa 35 Schweine werden sogar schon sonntags abends geliefert. Zudem stehen zwei Rinder pro Woche und alle zwei Wochen ein Kalb auf dem Plan. „Das Schlachthaus liegt gleich hinter dem Haus neben der Produktion, d. h. die Wege für die Tiere sind kurz. Wir produzieren die ganze Woche über. Unsere Kochwurst entsteht aus schlachtwarmem Material, was eine hohe Qualität garantiert“, erklärt Udo Kramer, der an den ersten Wochentagen stets in der Produktion präsent ist – ab Mittwoch Nachmittag im Laden. Schon vor Jahren war die Metzgerei der erste EG-zertifizierte Betrieb im Schwarzwald und daher immer auf dem neuesten Stand der Produktionstechnik. Das ist noch immer so. „Wenn es dem Betrieb gut geht, muss man investieren, um maschinentechnisch auf dem neuesten Stand zu sein. Dann macht auch den Mitarbeitern die Arbeit mehr Freude“, erläutert der Fleischermeister. Neben vielen anderen Maschinen in der Produktion zählen seit vielen Jahren Kutter und Wölfe von K+G Wetter hier zum Standard: ein Misch-Automatenwolf E 130 sowie ein Kutter Cutmix 90 L STL, die beide die tägliche Herstellung der Brüh-, Koch- und Rohwürste erleichtern. Beim Wolf schätzt Udo Kramer vor allem die Durchzugskraft und Leistungsfähigkeit. Beim Kutter hat er sich für die optionale Funktion „CutControl“ entschieden, die dem Mitarbeiter einen produktbezogenen, vorprogrammierten und geführten Arbeitsprozess ermöglicht, z. B. für Lyoner. Aufgrund der positiven Erfahrungen über Jahre hinweg hat Udo Kramer schon das nächste Modell bestellt: ein Cutmix 120 STL mit elektrischer Steuerung und Eigendiagnose-System wird bald den Platz des alten Kutters einnehmen. Zudem schätzt er bei K+G Wetter, neben der zuverlässigen Leistung der Geräte den Service, die praxisnahe Produktentwicklung und den persönlichen Kontakt.

„OHNE ENTWICKLUNG...

...kein Fortschritt“ lautet für die Metzgerei daher nicht nur bei der Produktionstechnik oder bezüglich Energieeinsparung das Motto, sondern auch wenn es darum geht, den Kunden etwas Neues zu bieten. „Wir sind immer offen für Neues“, so Udo Kramer. Ein Beispiel dafür ist die Mitte 2012 eingeführte natürliche Wasseraufbereitung von ElisaEnergiesysteme in einem Zylinder im Keller der Metzgerei. Dort wird das Wasser stark verwirbelt und fließt durch Quarzgestein, das sich wie in einem natürlichen Bachlauf aneinanderreibt. „Das Scherbeneis ist einfach anders,

die Würste bleiben länger frisch und schmecken besser“, sagt er. Seit Frühjahr 2012 kommt zudem nur hochwertiges, unbehandeltes Meersalz aus Sizilien in die Wurst und an den Schinken. Und die Interaktion mit den Kunden? „Die findet z. B. auch per wöchentlichem E-Mail-Newsletter auf freiwilliger Basis oder QR-Code auf dem Verpackungsmaterial statt, der zu den Wochenangeboten auf der Homepage führt“, erklärt der Fleischermeister – damit sich die Kunden schon früh auf Leckerer vom „Speckständli“ oder aus der Theke freuen können. *mth*

www.metzgerei-alfred-kramer.de



ERFOLGSFAKTOREN

- **Herausragender Service und Freundlichkeit**
- **Tägliche Frische und Qualität**
- **Persönliche Präsenz im Betrieb**
- **Geschulte und motivierte Mitarbeiter**
- **Intaktes soziales Gefüge im Betrieb**

PROFI-PARTNER

- **Bandsäge:** Bizerba
- **Berufskleidung:** Mewa Textilservice
- **Füller:** Handmann
- **Gewürze:** Wiberg
- **Ladenbau:** Kramer Ladenbau
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kochkessel:** Asca-Consulting
- **Kombidämpfer:** Wiesheu
- **Kutter:** K+G Wetter
- **Meersalz:** Christl Gewürze
- **Pökelinjektor:** Josef Koch AG
- **Räuchertechnik:** Maurer
- **Scherbeneinerzeuger:** Maja-Maschinenfabrik
- **Schneid- und Zerkleinerungsmaschinen:** Holac Maschinenbau
- **Spültechnik:** Hobart
- **Wägetechnik:** Bizerba
- **Wolf:** K+G Wetter



Ein echtes Stück Sachsen

Auch in Sachsen werden traditionell qualitätsvolle Fleisch- und Wurstwaren hergestellt. So auch bei Rochlitzer Fleisch- und Wurstwaren, das zur Unternehmensgruppe Hänchen gehört. Einkaufen können die Kunden in vier Filialen, regionale Gerichte genießen im Imbiss „Bauernstube“.

Ob Knacker, Blut- und Leberwurst, Salami, Schinken, Roastbeef oder Wild – diese Spezialitäten sind in oder über die beiden Filialen in Rochlitz, eine in Mittweida sowie eine weitere in Geringswalde erhältlich.

Im Februar 2012 wurde Wilfried Hänchen zum Vorstandsvorsitzenden gewählt. Der gelernte Koch, Küchenmeister und umtriebige Unternehmer kaufte die Anteile der Fleischerei und rettete sie somit vor dem Konkurs. Über die

zur Firmengruppe zählende HFB Küchengeräte GmbH vermarktet Wilfried Hänchen, der das Unternehmen zusammen mit seinen Söhnen Mirko und Pascal führt, zudem mehrere von ihm angemeldete Patente auf Küchengeräte. Dazu



Fotos: Polster

gehören Bio-Gargeräte für private Verbraucher sowie Kühl-/Wärmeschränke für Großküchen, die auf Lizenzbasis in Italien hergestellt werden. Die Unternehmensgruppe Hänchen beschäftigt über 400 Mitarbeiter und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von 14 Mio. €. Dabei liegt der Schwerpunkt u. a. im Cateringmarkt. Die Produktion von Fleisch- und Wurstwaren ist dafür eine sinnvolle Basis. Denn: Ein Qualitätsprodukt zeichnet sich nicht nur durch hervorragende Produkteigenschaften aus, sondern schließt auch die Transparenz über die gesamte Erzeugungs- und Verarbeitungskette sowie seine regionale Identität mit ein. Wilfried Hänchen legt großen Wert auf altbewährte Rezepturen und den Einsatz frischer, heimischer Gewürze und Kräuter. „Wir handeln stets nach der Devise, dass die tägliche Frische in der Zerlegung und Herstellung qualitativ hochwertige Fleisch- und Wurstwaren garantiert“, betont der Unternehmer und ergänzt: „Durch die Rochlitzer Fleisch- und Wurstwaren AG sind wir immer in der Lage, täglich frische und qualitativ hochwertige Produkte anzubieten und deren Herkunft detailliert nachzuvollziehen.“

EINE GUTE BASIS

Die Rochlitzer Fleisch- und Wurstwaren AG (RFW AG) ist ein Traditionsbetrieb, der im August 2008 sein 50-jähriges Bestehen feierte. Aus der 1958 gegründeten PGH des Fleischerhandwerks Rochlitz wurde 1992 eine GmbH. 1996 entschied sich die Geschäftsleitung dazu, diese in eine AG umzuwandeln. Mit rund 40 Beschäftigten zählt die RFW AG mit zu den größten produzierenden Handwerksbetrieben in dieser Region. Das Fleischangebot umfasst ein komplettes Sortiment an Rind- und Schweinefleisch sowie Lamm-, Kalb- und Wildspezialitäten.



ten. Zudem gibt es ein reichhaltiges Angebot an Fleisch- und Wurstwaren sowie Puten- und Geflügelerzeugnisse aus vorwiegend eigener Produktion. Die Rohstoffe dafür werden täglich angeliefert und stammen aus regionalen Schlachtbetrieben. In den firmeneigenen Produktionsräumen entstehen so zahlreiche Spezialitäten. Neben typisch sächsischen Wurstsorten werden auch ausgewählte Rindfleischprodukte von jungen Rindern aus der Region hergestellt, z. B. Roastbeef, Rinderlende sowie Lenden- und Rumpsteaks. Als vakuumverpackte Ware werden gereifte Lenden/Lendenspitzen angeboten. Auch ein umfangreicher Party- und Plattenservice zählt zum Serviceangebot. Außer den Verkaufsstellen betreibt die RFW AG die „Bauernstube“ im Rochlitzer Stadtzentrum. Eines der großen Ziele, das sich das Rochlitzer Unternehmen gestellt hatte, war die EU-Zulassung 2008. Dies war ein wichtiger Schritt zur

Standortsicherung sowie für die Zukunft des Unternehmens. In den letzten Jahren wurde die Produktion modernisiert. In den wichtigsten Bereichen wird auch nachhaltig produziert. Dabei ist die Wärmerückgewinnung ein wichtiges Thema, wodurch die Abwärme der Kühlung für die Warmwasseraufbereitung sowie die Heizung genutzt werden kann. In der Produktion sind vor allem moderne Geräte im Einsatz. Zudem wird dort nach einem ausgearbeiteten HACCP-Konzept gearbeitet. Deshalb ist Wilfried Hänchen auch immer auf der Suche nach Innovationen, z. B. fettreduzierte Wurstsorten wie Kräuterbockwurst und Kräuterviener, die heimische Kräuter enthalten. „Alle Betriebe der Unternehmensgruppe werden von der RFW mit Wurst und Fleisch beliefert, was gleichzeitig den Wirtschaftsstandort Rochlitz sichert“, resümiert er.

dmp

www.fleischerei-rochlitz.de

ERFOLGSFAKTOREN

- Bezug regionaler Rohstoffe
- Mehrere Verkaufsstellen
- Weitere Standbeine: Catering, Schulverpflegung und Vertrieb von Küchengeräten
- Eigene Produktion

KONZEPT

ROCHLITZER FLEISCH- UND WURSTWAREN – ROCHLITZ
Handwerklich geprägter Fleischereibetrieb mit vier Filialen und einem Imbiss. Eigene Produktion sowie Catering.

Fotos: Polster, Rochlitzer Fleisch- und Wurstwaren

KOLLEGENBÖRSE: WER BIETET WAS?

Betrieb	Produkte	Betrieb	Produkte
Metzgerei Ammon Würzburger Str. 550 90768 Fürth Tel. (0911) 73 50 35	Die hier hergestellten Produkte enthalten garantiert nur drei Zusatzstoffe. Die Putenwurst beinhaltet zu 100 % Putenfleisch.	Metzgerei Miller Pfaffenhofener Straße 6 86565 Weilach Tel. (08259) 10 21	verschiedene Schinken und Presssäcke, Cambo, Rinderrauchfleisch, Coppa, Wacholderhüfte, Leberwurst, Schwarzwurst, Haxensülze, Rohwurst
Metzgerei Brunner Holzhamer Str. 17 83128 Halfing Tel. (08055) 90 30 84	Durchführung von Lohnschlachtungen	Metzgerei Preußner Dr.-Enders-Str. 1 95030 Hof Tel. (09281) 70 98	Fleisch und Wurstprodukte
Metzger-Innung Dingolfing-Landau Kreuzstr. 12 84130 Dingolfing Tel. (08731) 735 75	Wurst	Metzgerei Rottenwallner Schießstattstr. 4 83646 Bad Tölz Tel. (08041) 60 61	Fleisch- und Wurstprodukte, Spezialitäten: Tölzer Bauernschinken, Bergschinken Toellentze
Metzgerei Eberle Krenmoosstr. 22 a, 85757 Karlsfeld b. München Tel. (08131) 919 81	Wurst, Rohschinken, Salami	Metzgerei Schiller Ringstr. 1 94234 Viechtach Tel. (09942) 83 06	Fleisch
Landmetzgerei Gassner Wasserburger Str. 2 83556 Griesstätt b. Wasserburg a. Inn Tel. (08636) 58 10	Fleisch und Wurstprodukte	Metzgerei Schuhbauer Bischof-Krautbauer-Str. 8 92436 Bruck i. d. OPf. Tel. (09434) 6 83	Wurstspezialitäten, Bauernseufzer, Pfefferbeißer
Metzgerei Groß Hauptstr. 68 95131 Schwarzenbach a. Wald Tel. (09289) 3 20	Schinken, Wurst, Salami	Metzgerei Schuster Mariabergstr. 5 87487 Wiggensbach Tel. (08370) 300	Hausgemachte, speziell italienische Salami, Kant- u. Edelsalami, Kaminwürsten, Allgäuer Landjäger, rohe Hausschinken, Chilibeisser
Stadtmetzgerei Hoch Ludwig-Thoma-Str. 25 95447 Bayreuth Tel. (0921) 560 67 39	19 Sorten Salami, Brühwurst, Kochwurst, roher Schinken, Rohpökelfleisch, Fleisch- und Wurstwaren auf Anfrage	Metzgerei Ullrich Untere Waaggasse 6 91413 Neustadt Tel. (09161) 23 70	fränkische Wurstwaren, Konserven
Metzgerei Kaffenberger Erbacher Str. 46 64395 Nieder-Kainsbach Tel. (06161) 23 00	eigene Schlachtung, Wurst- und Fleischwaren auf Anfrage	Metzgerei Weber Johannisstr. 9 91207 Lauf Tel. (09123) 27 01	Fleisch- und Wurstwaren (auf Anfrage)
Metzgerei Kaindl Eichendorffstr. 2 86415 Mering Tel. (08233) 56 95	verschiedene scharfe Pfeffersalamis	Metzgerei Wirth Hochsträßweg 1 88179 Oberreute Tel. (08387) 4 90	Schwarzgeräuchertes und Landjäger
Metzgerei Kraus Strauer Str. 3 96317 Kronach Tel. (09261) 616 36	Kronacher Bierwürmer (würzige hautfreie Salami im Knabberformat), Hochlandrinderzipfel	<p>FLEISCHER-HANDWERK versteht sich als aktiver Unterstützer und Förderer des deutschen Fleischerhandwerks und veröffentlicht daher für alle Abonnenten kostenlos die Adressen aller Fleischerfachgeschäfte mit Kontaktdaten sowie Produkten, die ihre Kollegen mit Spezialitäten aus ihrer Region beliefern möchten oder es bereits seit einiger erfolgreich Zeit tun!</p> <p>Melden Sie sich bei: (089) 370 60-271 (Patrick Dornacher) um sich kostenlos in unsere Datenbank aufnehmen zu lassen, in der alle Fleischerfachgeschäfte mit ihren Produkten aufgelistet sind.</p>	
Metzgerei Koch Bleicherstraße 49 88400 Biberach Tel. (07351) 47 49 40	oberschwäbisch-regionale Fleisch- und Wurstspezialitäten aus eigener Schlachtung, verschiedene Brühwurst und -würstchen, sieben Kochschinken		
Metzgerei und Imbiss Maisch Heinrich-Vogl-Str. 23-25 85560 Ebersberg Tel. (08092) 2 23 70	Fleisch und Wurstprodukte		
Metzgerei Maischberger Angerstraße 1 86807 Buchloe Tel. (08241) 45 23	u.a. Allgäuer Kaminwürsten, Allgäuer Schüblinge, Allgäuer Rauchkochsalami, Allgäuerle (nach Art: Brühpolnische)		
Metzgerei Makula Dornierstr. 2 82110 Germering Tel. (089) 80 08 45 21	Brühwurst, Kalbfleisch (auf Anfrage)		





MIT SYSTEM ZUM GENUSS

Vom Spezialgeschäft für Fleischereien zum Systempartner für die gesamte Lebensmittelbranche: Das Unternehmen Ehlert blickt auf fast 90 Jahre Erfahrung zurück und ist mit dem Neubau in Verl für die Zukunft gerüstet.

Alles begann mit Naturdärmen. 1924 gründete Gustav Ehlert am Kirchplatz in Gütersloh das erste Spezialgeschäft für Fleischereibetriebe – eine Nische, die erfolgreich ihre Kunden fand. Vier Jahre später zählte man schon 58 Stammkunden und das Unternehmen wuchs und wuchs – es folgten drei Umzüge innerhalb der Stadt und auch der 1996 erstellte Neubau im Lupinenweg stieß nach mehreren Erweiterungsbauten an seine Kapazitätsgrenzen. „Das Problem war weniger der Platz, sondern dass durch die Erweiterungen keine optimalen Logistikprozesse möglich waren“, sagt Philipp Ehlert, Mitglied der Geschäftsführung. Am 7. Oktober 2013 wurde nun der Neubau im benachbarten Verl bezogen. Schon von weitem ist der Betonkomplex mit dem roten Logo in der Schinkenstraße zu sehen. Auf 9.800 m² sind hier alle Abteilungen vereint. Vorn liegt der Shop, im hinteren

Bereich schließen sich die Lagerflächen mit rund 19.000 Artikeln an, im Obergeschoss befinden sich u. a. Büros. „Wir können nun viel effizienter agieren – nicht zuletzt durch unsere beiden neuen Regalsysteme – denn die schnelle Abwicklung der Kundenwünsche ist das oberste Ziel“, sagt Philipp Ehlert, der im April ins Familienunternehmen eingestiegen ist. Maßgeblich beteiligt war er auch bei der Entwicklung und Umsetzung des Online-Shops, den es seit dem Frühjahr gibt. „So konnten wir neue Zielgruppen erschließen, z. B. Hersteller von Wasserfiltern und professionelle Reinigungsunternehmen der Lebensmittelindustrie“, nennt er einen positiven Nebeneffekt. Schnelligkeit und Flexibilität sind seit jeher die Grundpfeiler des Familienunternehmens, das in dritter Generation

von Martin Ehlert geleitet wird. Nur die Ziel- und Produktgruppen haben sich gewandelt. Den Hauptumsatz bestimmen heute Gewürze aus der eigenen Herstellung, Berufskleidung und Reinigungsmittel. Aber auch der Fleischerei- und Gastronomiebedarf wird weiterhin fester Bestandteil bleiben. In Zukunft sieht sich das Unternehmen als Systempartner für die gesamte Lebensmittelbranche.

Trotz des Neubaus und dem 90-jährigen Jubiläum 2014 bleiben alle bescheiden. Der Umzug ging reibungslos vonstatten. „Innerhalb von drei Tagen hatten wir 9.000 Paletten bewegt – schneller als gedacht“, sagt er und spricht im selben Atemzug die fleißigen 80 Mitarbeiter an. „Unsere Mitarbeiter identifizieren sich wirklich mit dem Unternehmen und stehen mit Herz und Seele dahinter. Da hat jeder mit angepackt – bis wirklich alles fertig war.“

lan
www.ehlert-gmbh.de

Fotos: Ehlert, Nubert



EINE SAUBERE SACHE

Zum Bild, das sich ein Kunde im Geschäft macht, zählt auch die Erscheinung des Verkaufs- und Serviceteams. Fleckige Blusen und knitterige Kittel hinterlassen keinen guten Eindruck. Eine praktische Lösung für ein dauerhaft gut gekleidetes Thekenteam sind professionelle Textildienstleister.



Mewa Textil-Service



CWS-boco



DBL

Appetitlich angerichtete Wurstwaren und frisches Fleisch in blitzblanken Vitrinen machen dem Kunden Appetit: „Darf es sonst noch etwas sein?“ Gerne. Doch da: ein Fleck auf der Schürze der Verkäuferin? Plötzlich ist die Lust am Einkauf nicht mehr ganz so groß: „Nein danke, das wär's.“ Diese Situation kennt Carsten Dettmers von der Landschlachterei Dettmers im niedersächsischen Wedemark nicht, denn er entschied sich für einen textilen Dienstleister. 15 Mitarbeiter, Fleischer und Fleischereifachverkäuferinnen, zählen zu seinem Team, das mit Berufskleidung von DBL ausgestattet ist. Im täglichen Einsatz sind reinweiße Euroclean-Hygienekleidung in der Schlachtereie, Kittel, Latz- und Bundhosen bei den Fleischern sowie Kasacks und Bistroyacken bei den Verkäuferinnen. Für den Verkaufsbereich gibt es zudem die Kollektionen „4girls“ und „Caro & Co“. Ein professioneller und hygienischer Auftritt sind dem Fleischermeister ebenso wichtig wie die Qualität seiner Produkte, weshalb er z. B. das Fehlen außenliegender Taschen sowie hygienegerechte Druckknöpfe schätzt. „Der Mietservice gewährleistet die Einhaltung der strengen Richtlinien in Bezug auf die Hygiene – das gibt mir Sicherheit. Die DBL, hier das regionale Vertragswerk Kuntze & Burgheim, erscheint mir als seriöser Anbieter“, erklärt er. Das Unternehmen stellt auch Schranksysteme für reine und unreine Wäsche. Die Schmutzkleidung wird wöchentlich abgeholt und durch frische Kleidung ersetzt.

Fotos: Mewa Textil-Service, CWS-boco, DBL

Um die Tradition der Fleischerei Kluge & Söhne in Lauchhammer auch nach außen zu repräsentieren, wurde die Kleidung der Mitarbeiter in der Farbe der Corporate Identity ausgewählt. Juniorchef Matthias Kluge entschied sich für Kleidung von All Corporate

Products. Alle Teile der Kollektion sind nach dem Baukastenprinzip individuell kombinierbar und in Weiß und Royalblau gehalten. Die Schürzen verfügen über Taschen und sind mit einem Logoaufdruck verziert. Die weißen Hosen sind mit einer mit Ceramic ummantelten Faser gefertigt, die schmutzabweisend und dabei angenehm zu tragen ist. Für Außeneinsätze stehen Fleecewesten und -jacken in Royalblau zur Verfügung.

CHIC UND FUNKTIONELL

Diesem Anspruch kommen aber auch weitere Unternehmen mit ihren Kollektionen für das Fleischerhandwerk nach. Einige Neuheiten werden nachfolgend vorgestellt:

Die zertifizierte Hygiene-Kollektion von *Bierbaum-Proenen* bietet Bekleidungskonzepte für hygienisch-sensible Bereiche in sieben Farben. Ziel bei den Bekleidungs-lösungen ist es stets, das zu fertigende Produkt vor einer Kontamination zu schützen. Als zertifizierte Hygienelösung stellt BP Industrial Food dazu einen elementaren Baustein dar. Die Kollektion ist nach DIN 10524 für die Risikogruppen 1-3 zertifiziert und erfüllt alle Anforderungen an Konstruktion, Funktion und Gewebe. Die Kleidung ist nach ISO 15797 für die Wiederaufbereitung im Waschprozess geprüft.

Die speziell für den Lebensmittelbereich entwickelte Schutzkleidung von *CWS-boco* ist so gestaltet, dass sie gemäß DIN 10524 auch bei Hygienrisiken umfassenden Schutz bietet. Das Mischgewebe (65 % Polyester und 35 % Baumwolle) entspricht dem Öko-Tex-Standard 100 und ist strapazierfähig und hautfreundlich. Die Reinigung der Wäsche ist nach den Hygienenormen der DIN EN 14065 (RABC Risk Analysis Biocontamination Control) DQS-zertifiziert. Auch die boco HACCP-Kleidung wird im Mietmodell als Full-Service angeboten. Dieser umfasst die indi-

viduelle Beratung, den Transport, die spezielle Aufbereitung und Wartung der Kleidungsstücke.

Kleidung für Beschäftigte in Verkauf und Produktion bietet auch *Mewa Textil-Service*: Das Outfit für den Verkauf ist attraktiv, bequem und praktisch. Shirts und Westen, Blusen und Hemden, Hosen und Röcke, Schürzen und Kittel in verschiedenen Farben und Mustern lassen sich kombinieren. Die Kleidung für Produktionsmitarbeiter ist weiß und entspricht in Schnitt und Funktion den Empfehlungen der Norm DIN 10524 Lebensmittelhygiene – Arbeitsbekleidung in Lebensmittelbetrieben. Diese schreibt abhängig von der Risikoklasse helle Farben vor, auf denen hygienegefährliche Verschmutzungen sofort erkennbar sind. Nur ein exakt definierter und kontrollierter Reinigungsprozess sorgt hinsichtlich der HACCP-Vorgaben für Gewissheit.

Nützliche Links

www.allcorporateproducts.de
www.bp-online.com
www.cws-boco.com
www.dbl.de
www.mewa.de
www.puma-safety.de

„Wir betreuen viele familiengeführte Fleischereien mit einer eigenen kleinen Produktion. Sie leben vom Vertrauen ihrer Stammkunden, die sehr hohe Erwartungen an Qualität und Service stellen. Da muss der Eindruck stimmen“, sagt Wolfgang Wienbreyer, Vertriebsmanager bei Mewa und speziell für Kunden aus dem Handwerk zuständig. Fazit: Textile Dienstleister erleichtern Fleischereien die tägliche Arbeit und schaffen Freiräume, damit sich die Mitarbeiter voll und ganz auf ihre Aufgaben im Tagesgeschäft konzentrieren können.

EVERYDAY HEROES TRAGEN
WHITE 'N SERVICE
 MIT IQ-CELL

Die neuen WHITE 'N SERVICE Modelle sind nun mit einem stoßdämpfenden Gelkissen – dem IQ-Cell – im Fersenbereich ausgestattet. Auch neu: Jetzt bekommen Sie auch schwarze Modelle für den Servicebereich.

Alle Modelle auf www.puma-safety.de.

PUMA SAFETY

Halle 3, Stand D44



Epta
Deutschland

Eine Fleischerei-App zeigt dem Kunden den Weg zum nächstgelegenen Fleischer, aber er übersieht das Geschäft. Dabei ist es keine Zauberei mit Kreativität auffällige Akzente zu setzen.

AUFMERKSAMKEIT ERZEUGEN



Geschäfte müssen auffallen, wenn sie beachtet werden sollen. Der erste Eindruck, der stark über das Schaufenster gebildet wird, kann für den potenziellen Kunden entscheidend sein. Entweder betritt er das Geschäft mit einer vorgefassten Meinung – ob positiv oder negativ – oder er betritt es nicht. Bereits mit der Fassadengestaltung muss daher die Botschaft des Geschäftes visualisiert werden. Zudem sollten die Chancen der Fernwirkung genutzt werden. Möglichkeiten dafür sind etwa das Aufstellen von Werbepfählen vor dem Laden mit Hinweisen auf Sonderangebote, Aktionstage

bzw. -wochen oder eine Markise mit dem Logo der Fleischerei. Ein möglichst großes Glasformat sorgt zusätzlich dafür, dass Passanten bereits das Gefühl haben, mitten im Laden zu stehen. „Das Schaufenster sollte beim Metzger auf keinen Fall zu stark dekoriert werden, denn beim Fleischerfachgeschäft steht die Ware im Mittelpunkt. Und ein volles Schaufenster verdeckt die Sicht darauf“, verdeutlicht Verena Hög, Fachlehrerin an der Fleischerschule Augsburg. Und Werner Braun, Obermeister der Metzgerinnung Dachau, bestätigt: „Meine Ware soll im Mittelpunkt stehen, daher dekorieren wir nicht.“ Eine Möglichkeit ist es aber, Präsentkörbe ins Schaufenster zu stellen, um darauf hinzuweisen, dass das Geschäft solche anbietet. Verena Hög sieht dabei seit etwa drei bis vier Jahren den Trend weg von Körben und hin zu Kartons. „Diese sind platzsparender, wirtschaftlicher und umweltfreundlicher“, erklärt sie.

ALLES NUR DEKO?

Ist es gelungen, den Kunden in den Laden zu locken, darf er nicht von der Ware abgelenkt werden. „Zu bestimmten Anlässen, etwa zu Weihnachten oder Ostern, ist ein wenig Ladendeko aber empfehlenswert“, rät Verena Hög. Wer in den Wintermonaten dekorieren möchte, für den bietet z. B. *Deko Woerner* eine Vielzahl von Artikeln an. Dazu zählen herbstliche Accessoires wie Zapfen, Eicheln, Kastanien und Textilpilze oder winterliche Artikel wie beflockte Zweige, beglimmerte Deko-Ranken oder Eiszapfen in Glasoptik. Weihnachtlich wird es mit goldenen Engelputzen, farbigen Gigantkugeln oder einem Gassl-Schlitten. Eine gemütliche Stimmung lässt sich auch mit den Switch&Shine-Gläsern, den Kerzengläsern Patio sowie den Rubino-Teelichtgläsern von *Duni* erzeugen. Und dort wo

keine offenen Flammen möglich sind, sorgen die neuen aufladbaren LED-Lichter im dekorativen Kerzenglas für Atmosphäre. Fast wie echt wirken die in Handarbeit gefertigten Blumensträuße und Grünpflanzen von *NDI Kunstblumen*, für die es auch individuelle Düfte zum Aufsprühen gibt. Sie werden als Komplett-Arrangements inklusive Vasen oder Töpfen geliefert. Jede NDI-Kunstblume verlässt mit einer Unterschrift des Designers und einer Seriennummer die Manufaktur.

Horst Schömig, Metzger- und Obermeister der Metzgerinnung Würzburg, nutzt weitere Aktionen, um seinen Laden zu dekorieren, z. B. die Weinlese in den Herbstmonaten. Dazu passen Servietten in einem entsprechenden Design wie „Autumn Spirit“ von *Duni*. Eckhard Hirtz, Besitzer der Metzgerei Hirtz in Duisburg, hingegen berichtet: „Deko im Laden animiert nicht zum Kauf. Wir konnten keine Steigerung der Verkaufszahlen feststellen.“ Daher hängt er in der Weihnachtszeit nur ein paar Sterne auf, an St. Martin eine Laterne, und verlässt sich im restlichen Jahr auf die Wirkung seiner handwerklich hergestellten Produkte.

OPTISCHE ANREIZE

Um seine frischen Produkte gekonnt und professionell zu präsentieren kommt daher auch dem Thema Ladenbau eine große Rolle zu. Spezialitäten und Energieeffizienz lauten hier die Trendthemen. Wie wäre es z. B., den Kunden zu zeigen, wie Dry Aged Beef hergestellt wird? Dafür bietet etwa *bfm Ladenbau* mit dem Reifeschrank Reif-S eine Lösung, der, in den Verkaufsraum gestellt, die Kunden an der Reifung des Fleisches teilhaben lässt. Der steckerfertige Schrank ist HACCP-geeignet, die Temperaturanzeige erfolgt digital auf dem LED-Display. Gereift werden kann in drei vorprogram-

mierten Zyklen, zusätzlich sind sechs Zyklen frei wählbar. Jürgen David, Besitzer der Metzgerei David in Worms, ging sogar einen Schritt weiter. Er beauftragte den Ladenbauer *Schrutka-Peukert* mit dem Bau eines begehbaren Reife-

schranks, der mit einer Salzwanne ausgestattet ist. Das Salz entzieht dem Fleisch durch seine hygroskopischen Eigenschaften das Wasser noch schneller und unterstützt somit die Trocknung. „Und es sieht auch noch gut aus“, bemerkt der



DER NEUE STAR
AM FRISCHEHIMMEL



Das Multitalent zum Heiß- und Kalträuchern, Braten, Backen, Kochen, Garen und Dämpfen

www.bastra.de



Aichinger



bfm Ladenbau

Metzgermeister aus Worms. Neu in der Range der Bedienungstheken-Serie Eurocryor von Epta Deutschland ist das Bistrot-Modell. Durch einen Glasaufsatz mit Flügelscheiben lässt sich diese Theke leicht mit Fleisch, Wurst, Käse und Antipasti bestücken sowie einfach reinigen. Die gerade Glasfront ist rahmenlos und ermöglicht den Kunden eine gute Sicht auf die eingebrachten Produkte. Das Erscheinungsbild der Theke kann individuell gestaltet werden. Die Palette reicht von Pulverlack bis zu Holz- und Kunststoffdekors. Zudem verfügt sie über einen

großen Verdampfer, der eine hohe Verdampfungstemperatur ermöglicht, was einen energieeffizienten Betrieb gewährleistet. Eine LED-Beleuchtung senkt nicht nur den Energiebedarf, sondern sorgt auch dafür, dass die Produkte bestmöglich ausgeleuchtet werden. Und auch Aichinger hat seine Theke Sirius® 3 diesbezüglich weiterentwickelt. Ein wichtiger Parameter dabei ist ein Leistungsbedarf von etwa 195 W pro Laufmeter Theke bei einem t_0 von -6°C . Nachts wird der Energieverbrauch durch Abdeckungen nochmals reduziert. So ist laut dem Wendelsteiner

Unternehmen eine Energieeinsparung von bis zu 42 % möglich. Die Theke arbeitet bis zu einer Umgebungstemperatur von 30°C stabil. Neben den üblichen Leistungsdaten erhält der Kälteanlagenbauer Einstellparameter für die gängigsten Regelsysteme, was die Inbetriebnahme vereinfacht. Auch frei herunterhängende EDV-Leitungen und Stromkabel sind durch ein flexibles Leitungs-Installationssystem passé. Eine Heiße Theke ist ebenso vorhanden, wie Wurstgehänge, Fleischschauschränk, Aufschnittmaschinen und das Brotregal „Panvari“ an der Rückwand.

blematisch“, gibt Svenja Fries, die technisch-technologische Beraterin beim Fleischerverband Bayern, zu bedenken. Schnittblumen seien, vor allem in großen Läden, problemlos einsetzbar. Verena Hög rät beim Einsatz von Blumen zur Vorsicht, da stark duftende Blumen den typischen Metzgergeruch überlagern würden, was nicht wünschenswert sei. Neben den Blumen darf auch der Meisterbrief im Laden nicht fehlen. „Der Meisterbrief, aber auch Diplome, Urkunden und Auszeichnungen gehören in schöne Rahmen an die Wand, denn sie wirken vertrauenserrregend“, unterstreicht Verena Hög einen wichtigen Aspekt bei der Wandgestaltung. Doch egal wie der Laden gestaltet wird, wichtig ist es, dass die Dekoration zur Philosophie des Betriebes passt. *lis/mth*

WAS IST NOCH WICHTIG?

Entscheidend bei der Ladengestaltung ist es generell, ein freundliches und gemütliches Ambiente zu schaffen. „Der Laden darf nicht kalt wirken“, betont Verena Hög. Dem stimmt auch Horst Schömig zu: „Mit ein paar Blumen und Ranken, die lange halten, wirkt der Laden gleich freundlicher.“ Rechtlich steht deren Einsatz im Laden nichts im Weg. „Es gibt keine Verordnung, die Einschränkungen von Blumen im Verkaufsraum vorsieht. Erde ist aber aus hygienischer Sicht pro-

HELIA SMOKER  **Räucheröfen**

geräuchert offenfrisch direkt auf Ihren Tisch
Forelle 15 Min, Lachssteak 12 Min., Entenbrust 20 Min. ...

Elektrisches Profiräuchern - innovativ & traditionell - beste Räucherqualität durch Verwendung von reinen Holzspänen (Buche, Eiche, Fichte etc.). Überall einsetzbar da ohne Abluftstutzen. Heiß- und kaltgeräucherte Spezialitäten jeder Art: Fisch, Meeresfrüchte, Fleisch, Wild, Geflügel, Gemüse, Kartoffeln, Wurst, Käse uvm.



Made in Germany seit 1983 - OSSA Räuchergeräte, Linnwiese 1A, 57299 Burbach
Telefon: 027 36-61 30, office@heliasmoker.de, www.heliasmoker.de

Nützliche Links

- www.aichinger.de
- www.bfm-ladenbau.de
- www.dekowerner.de
- www.duni.de
- www.epta-deutschland.de
- www.ndi.com
- www.schrutka-peukert.de

Fotos: Aichinger, bfm Ladenbau



Im Hinblick auf eine weiter steigende Kundenfrequenz ihrer in die Jahre gekommenen Filiale in Sandhausen entschied sich die Metzgerei Eehalt dazu, diese neu zu bauen.

LADEN MIT KONZEPT

Vor allem der nahegelegene SAP-Firmensitz und die damit verbundene steigende Anzahl an Kunden ermutigten Karl-Heinz und Gabi Eehalt dazu. Schon kurz nach der Eröffnung der Filiale erwies sich dieser Schritt als richtig. Der Neubau wurde auf einem neu erworbenen Grundstück realisiert, der die Metzgerei einschließlich der Produktionsräume, eine Bäckerei sowie mehrere Wohnungen im Obergeschoss beherbergt.

MEDITERRANES AMBIENTE

Gemeinsam mit der Innenarchitektin Ulrike Komrowski und dem Vertriebsleiter Michael Gärtner von Kramer Ladenbau setzte Gabi Eehalt nach ihren Wünschen eine Gestaltung mit mediterraner Charakteristik um. Bereits beim Betreten wirkt die Kombination aus edlem, dunklem Holz mit den verschiedenen Weißnuancen der anderen Einrichtungselemente. Eine wertige Eukalyptus-Oberfläche mit horizontal verlaufender Maserung findet sich konsequent eingesetzt in den funktionalen Wandpartien

wieder, z. B. in der Einfassung des Fleischschanks, im Rahmen der weißen Acrylglasfläche hinter dem Gehänge, in den Bildschirmbereichen oder in der Front der Imbiss-theke als Umrandung. Eyecatcher sind auch die Acrylglasflächen mit den eingegossenen natürlichen Ästen. Damit sind z. B. die Front der Imbiss-theke sowie diverse Präsentationsbereiche in Szene gesetzt. Eine helle Schallschutzdecke mit Abstufungen wirkt raumgliedernd und sorgt für eine angenehme Akustik.

Seitlich des Eingangs liegt der Gastronomiebereich mit einer hufeisenförmigen Grundfläche. Er ist vom Verkaufsraum mit teiltransparenten Raumteilern abgesetzt. Im Zentrum des Sitzbereichs stehen ein Tisch mit handgehobelter, gekalkter Eichenplatte, aus deren Mitte heraus ein Olivenbaum „wächst“, sowie markante Sesselstühle. Weitere acht Tische sind von gepolsterten Sitzmöbeln mit klassischem beige-braunem Brokatbezug und lederner Sitzfläche umgeben. Die Sitzbänke nehmen den

gebogenen Verlauf des Raumteilers auf. Viele kleine Punktstrahler verströmen aus einer am Deckenrand verlaufenden Leiste stimmungsvolles Licht. An den Seiten befindet sich je ein Stehboard für den Schnellverzehr.

Durch den abgewinkelten Verkaufsraum zieht sich wandparallel eine 10 m lange animierend bestückte Umluft-Kühltheke, sowie im direkten Anschluss daran die 6 m lange Imbiss-theke. Das Metzgereiepaar entschied sich für den Glasaufsatz mit Kippscheibe ohne Profile und Stützen, da dies einen völlig barrierefreien Einblick der Kunden auf die Ware gewährleistet. Die weiße, indirekt beleuchtete Front der Kühltheke korrespondiert farblich mit den Rückschränken und den warmweißen Steinwänden. Die Taschenablage der Kühltheke geht in einem runden Verlauf im Feinkostkühlbereich in eine Präsentationsfläche über. In dem darüber liegenden Deckenabschnitt sind drei historische Balken als mediterrane Deko installiert. www.metzgerei-eehalt.de, www.kramer-freiburg.com





Ist es für den Kunden auch online ersichtlich, woher das Fleisch kommt und welche Inhaltsstoffe in den Produkten enthalten sind?

Da wir ein handwerklicher Kleinbetrieb mit eigener Schlachtung sind, haben wir sehr überschaubare Strukturen. Wir arbeiten mit wenigen Landwirten aus der Region zusammen, die wir auf unserer Webseite persönlich vorstellen. Alle Zutaten sind gekennzeichnet, für gluten- und laktosefreie Produkte sind eigene Einkaufskategorien angelegt. Selbst wer einem Ernährungsplan von Metabolic Balance folgt, findet bei uns eine eigene Produktkategorie mit erlaubten Bratenspezialitäten.

Trocken gereiftes Fleisch ist „in“. Wie lange bleibt Dry Aged Beef bei Ihnen in der Reifekammer, bevor es über die Ladentheke geht?

Dry Aged Beef reift in unserer Reifekammer unter der strengen Aufsicht unseres Reife-meisters Matthias Hoffmeister zwischen vier und acht Wochen. Es ist eine exklusive Spezialität, die immer mehr Freunde findet. Es ist eine herrliche Sache, die auch schon in meiner Lehrzeit im Vogelsbergort Schlitz so praktiziert wurde, obwohl damals noch niemand den Begriff Dry Aged kannte.

In der „Steakakademie“ erklären Sie den Teilnehmern alles rund um das perfekte Steak.

Wie erkennt man ein gutes Stück Fleisch und was sagt die Farbe über Alter und Frische aus?

Sehr hilfreich sind dabei in erster Linie die eigenen Sinnesorgane. Augen und Nase verraten bereits viel über die Qualität des Fleisches. Empfehlenswert ist eine schöne Marmorierung mit feinen Fettfasern im Fleisch – diese sind ein Garant für Zartheit und Aroma. Generell gilt, dass es sich mit gutem Fleisch verhält wie mit gutem Wein: Es sind verschiedene Aspekte für die Qualität ausschlaggebend: Die Leidenschaft des Züchters, die Rinderrasse, die Elterntiere, die Jahreszeiten, in denen die Tiere aufwachsen, die Hygiene, das Futter und das Terrain. Auch das Geschlecht, das Schlachtalter und natürlich die Schlachtung selbst spielen eine wichtige Rolle. Dabei ist es ganz entscheidend, ob schonend und sorgsam gearbeitet wurde. Alles das sagt viel über die Qualität des Fleisches aus. Die Farbe allein kann nur ein wichtiger Anhaltspunkt über die Produktfrische sein, aber niemals ein abschließendes Qualitätskriterium.

Vielen Dank für das Gespräch!

DER KREATIVE

Mit seinem unerschöpflichen Repertoire an Ideen bringt Dirk Ludwig, der kreative Kopf der hessischen Traditionsmetzgerei „Der Ludwig“ in Schlüchtern, schon immer frischen Wind in den Familienbetrieb.

Mit einem neuen Online-Shop sowie einer „Steakakademie“ beweist der Metzgermeister erneut, wie sich mit viel Liebe traditionelles Handwerk und aktuelle Trends verbinden lassen. Nachfolgend berichtet er über seine Erfahrungen damit:

Vor einigen Monaten haben Sie Ihren neuen Online-Shop gestartet. Was genau hat es mit Ihrer „virtuellen Ladentheke“ auf sich?

Zum einen müssen immer mehr kleine Metzgereien ihre Ladentüre schließen, da sie von den Umsätzen nicht mehr leben können. In ländlichen Gebieten findet der Kunde außer-

dem häufig nicht den Metzger seines Vertrauens, und noch seltener einen Kollegen mit einer eigenen Schlachtung. Gleichzeitig erkennen wir bei den Verbrauchern eine sehr große Sehnsucht nach Echem, Ursprünglichem und Handgemachtem in einem seriösen Preis-Leistungs-Verhältnis. Auch im Bereich Grillen sehen wir eine Entwicklung hin zu hochwertigem Grillfleisch mit Zuschnitten aus dem amerikanischen Sprachraum. Dieser Markt und vor allem diese Zuschnitte werden heute noch nicht flächendeckend bedient. Genau hier knüpfen wir mit unserer virtuellen Filiale im Internet an.

iPad für Alle!



Lesen Sie unser
Magazin als e-Paper
auf dem iPad!

KOSTENLOS

ohne App-Download und
ohne aufwendige
Registrierung!

www.fleischnet.de





RICHTIG SCHLACHTEN

Alle Schlachtbetriebe müssen Standardarbeitsanweisungen erstellt und im Betrieb umgesetzt haben. Das bezieht sich auf alle Tätigkeiten im Zusammenhang mit der Schlachtung – vom Abladen der Tiere über die Betäubung und Entblutung bis zur Feststellung des Todes. Das bedeutet auch, dass die im Betrieb üblichen Arbeitsabläufe unter Darstellung der Zielvorgaben, Zuständigkeiten und ggf. der Verfahren zur eigenbetrieblichen Überwachung schriftlich beschrieben werden müssen.



Diese neue Dokumentationspflicht sollte nicht nur als bürokratisches Papiermonster betrachtet, sondern auch dafür genutzt werden, das übliche Vorgehen in den Betrieben konstruktiv zu hinterfragen und ggf. zu optimieren. Da die Abläufe in kleinen Schlachtbetrieben häufig sehr ähnlich sind, bietet sich eine gemeinsame Erstellung oder die betriebsindividuelle Anpassung von Musteranweisungen an. Die Standardarbeitsanweisung für die Betäubung muss die Empfehlungen des Herstellers des Betäubungsge-

Fotos: Hornung, Danske Slagterier, Thommy Weiss/pixelio.de



Seit Anfang des Jahres gilt die Verordnung (EG) Nr. 1099/2009 über den Schutz von Tieren zum Zeitpunkt der Tötung. An dieser Stelle werden nun die wichtigsten neuen Regelungen für handwerkliche Schlachtbetriebe vorgestellt.

rätes sowie die betriebsindividuell verwendeten Schlüsselparameter für das Verfahren beinhalten. Schlüsselparameter für die *Elektrobetäubung* sind: Elektrodenansatzstellen, Mindeststromstärke, Mindestspannung, Höchsthäufigkeit, Optimierung des Stromflusses, Höchstdauer zwischen Betäubung und Entbluteschnitt sowie Häufigkeit der Gerätekalibrierung. Schlüsselparameter für die *Bolzenschussbetäubung* sind: Ansatzstelle und Schlagrichtung, geeignete

Geschwindigkeit, Austrittslänge und geeigneter Durchmesser des Bolzens je nach Tiergröße und -art sowie Höchstdauer zwischen Betäubung und Entbluteschnitt. Bei der betrieblichen Festlegung der Schlüsselparameter sind sowohl die Mindestvorgaben der EU-Verordnung als auch der nationalen Tierschutz-Schlachtverordnung zu beachten. Es ist außerdem darzulegen, welche Maßnahmen bei Fehlbetäubungen ergriffen werden müssen.

BETÄUBUNG ÜBERWACHEN

Generell muss ein Schlachtbetrieb sicherstellen, dass jedes Tier in ausreichendem Maße betäubt ist. Das erfolgt in der Regel dadurch, dass alle an der Schlachtung beteiligten Personen auf Symptome einer unzureichenden Betäubung achten. Für die Betäubungskontrolle muss ein schriftlich dargelegtes Überwachungsverfahren bestehen. Es handelt sich dabei um eine weitergehende, intensivere Kontrolle bei einer repräsentativen Tieranzahl. Hierbei wird über die reine Sichtkontrolle hinaus, z. B. durch die Prüfung von Reflexen, das Wahrnehmungs- und Empfindungsvermögen der Tiere geprüft. Dies hat zum Ziel, technische oder andere Fehler im System rechtzeitig aufzudecken. Störungen im Normalbetrieb, die nicht augenfällig sind, können auf diese Weise gefunden werden. Das Überwachungsverfahren muss genaue Beschreibungen enthalten, wie die Kontrolle am Tier durchzuführen ist. Dafür sind Indikatoren und Kriterien zur Feststellung von Anzeichen der Wahrnehmungslosigkeit festzulegen. Bewährt haben sich als Indikatoren: die Reaktionen am Auge und am Bewegungsapparat, Atmungstätigkeit und Lautäußerungen sowie Reaktionen auf Schmerzreize. Je nach dem Zeitpunkt der Überprüfung (z. B. sofort nach der Betäubung oder

im Verlauf der Entblutung) sind die Befunde (Kriterien) entsprechend zu bewerten. Dafür können etwa die Indikatorentabellen des Beratungs- und Schulungsinstitutes für Tierschutz bei Transport und Schlachtung (bsi, Schwarzenbek) verwendet werden. Der Stichprobenumfang sowie der Zeitpunkt bzw. die Umstände der Überprüfung müssen angegeben

werden. Zur Festlegung des Stichprobenumfangs sind die Ergebnisse früherer Kontrollen und die Faktoren, die die Wirksamkeit der Betäubung beeinträchtigen könnten, zu berücksichtigen. Wichtige Risikofaktoren sind Änderungen bei Kategorie und Größe der Tiere, der Arbeitsorganisation, Änderungen an den Betäubungsfallen und -geräten, beim Personal oder

SÄGEN

Top-Technik für Fleisch-Profis

Unsere NEUE:

BANDSÄGE

K380RS





www.kolbe-foodtec.de

Paul KOLBE GmbH • foodtec • Gewerbestraße 5 • D-89275 Elchingen
Tel. +49(0)7308 9610-0 • Fax +49(0)7308 9610-98 • info@kolbe-foodtec.com

FREY füllt die Würstchen!



- Top Füllergebnisse in Produktbild und Qualität
- Moderne Füll- und Steuerungstechnik
- Niedrige Wartungskosten
- Modernste Hygienetechnik
- **Touch Control** vereint Funktion, Ergonomie und Hygiene

Neu Liftmax für Vakuümfüller F-Line F52/F60

einzigartig in dieser Baugröße Hebe- und Kippvorrichtung für 120L Normwagen



Fülltechnik in Perfektion Immer erste Wahl

Heinrich Frey
Maschinenbau GmbH
Fischerstr. 20
89542 Herbrechtingen
Telefon +49 7324 172 0
Internet www.frey-online.com
Email: info@frey-online.com



Baader



Freund



Bizerba

wenn Auffälligkeiten festgestellt wurden. Die verantwortliche Person muss namentlich benannt werden. Für diese Aufgabe kommen nur Inhaber eines Sachkundenachweises in Frage. Bei geringen wöchentlichen Schlachtzahlen bietet es sich an, das Überwachungsverfahren bei allen Tieren anzuwenden.

SACHKUNDENACHWEISE

Die Grenze für die Benennung eines Tier-schutzbeauftragten ist gegenüber § 16 Abs. 4a des Tierschutzgesetzes niedriger angesetzt. Ab Schlachtzahlen von 1.000 Großvieheinheiten in einem Jahr muss im Betrieb ein weisungsbefugter Tierschutzbeauftragter benannt werden, der der Betriebsführung direkt unterstellt sein muss. Sachkundenachweise benötigen nun auch Personen, die für die Betreuung der Tiere im Wartestall und im Zutrieb tätig sind, sowie diejenigen, die Tiere nur einhängen, anschlingen und hochziehen. Für das Ruhigstellen, Betäuben und Entbluten ist bereits seit dem Jahr 1997 nach nationalem Recht ein Sachkundenachweis nötig.

WAS GIBT'S NEUES?

Nachfolgend werden einige Geräte und Maschinen zum Schlachten und Zerlegen in alphabetischer Reihenfolge vorgestellt: Für das Trennen von Weich- und Festanteilen in der Entsehnung und Restfleischgewinnung von vorzerkleinertem Rotfleisch, Geflügel und Fisch sowie der Rückgewinnung von kleinen verpackten Produkten

im Fleischerhandwerk führt *Baader* die Baader 601 im Sortiment. Dabei kommt das vom Unternehmen 1996 entwickelte Press-Trennverfahren, das „Baadern“, zum Einsatz. Das Ergebnis ist eine körnige, schmierfreie Qualität des produzierten, sehnenfreien Fleischbrätes. Das zeitaufwändige Sortieren des Fleisches wird so stark reduziert. Bei der Erzeugung von Brät- und Einlagefleisch ist eine lange Farbhaltung sichergestellt, was auf die schonende Behandlung der Rohstoffe zurückzuführen ist. Zur verbesserten Bedienerfreundlichkeit ist das Gerät mit einer schwenkbaren Frontplatte sowie einem integrierten Stopfer ausgestattet, der es ermöglicht, großstückige Eingangsware ohne Vorschneiden zu verarbeiten. Die Baader 600 für das Handwerk ist nun auch mit einer Rohranbindung und einem Sensor erhältlich. Diese Maschine eignet sich für Einsteiger, benötigt nur wenig Platz, ist leicht zu reinigen und fahrbar. Das leistungstärkere Modell 605 ist zudem mit einem Touchpanel ausgestattet, das zur Systemüberwachung dient, z. B. zur Temperaturkontrolle des Produktes. Gleichzeitig wird hier auch ein Stopfer gezeigt.

Auch im Bereich der Sägetechnik wurden in diesem Jahr einige Neuheiten vorgestellt. So bietet *Bizerba* die Sägen der Familie Carneoline als Tisch- oder Standardausführung an. Sie schneiden Geflügel, Fisch sowie frisches, gefrorenes oder geräuchertes Fleisch mit Bein- oder Röhrenknochen. Erhältlich sind die Sägen in zwei Ausführungen: Bei der FK 23 handelt es sich um ein kompaktes Tischgerät, das im Laden- sowie im Küchenbereich eingesetzt werden kann. Die Variante FK 32 hingegen ist ein Standgerät, das auch als fahrbare Ausführung bestellt und so mühelos in die Reinigungszone des Betriebes geschoben werden kann. Der Wechsel der verschiedenen Sägebänder erfolgt dank einer innovativen Spannvorrichtung, basierend auf einer Gasdruckfeder, innerhalb kurzer Zeit. So lassen sich Blatt- und Randabstreifer automatisch anheben und absenken. Ein aufwändiges Einfädeln des Sägebandes zwischen die einzelnen Abstreifer ist nicht nötig. Dadurch erleichtert sich die Montage des Gerätes. Auch hygienische Vorteile sind vorhanden: Sägertisch und Motorgehäuse bestehen aus Edelstahl, sind kantenfrei, ohne Zwischenräume verbunden und z. B. mit Dampfstrahlgeräten zu reinigen.

Die kompakte Halbierungssäge SB 288 E von *EFA-Fleischereimaschinen Schmid & Wezel* erleichtert auch die Verarbeitung von Schweinen und Rindern in mittelgroßen Betrieben. Sie ist geräusch- und vibrationsarm



EFA-Fleischereimaschinen Schmid & Wezel



Mado



Texas Trading GS

Brustbein- und Zerlegesäge SK 18-8D mit einer großen Auswahl an unterschiedlichen Sägeblättern.

Die universell einsetzbare Zerlege-Kreissäge K 18-01 von Freund eignet sich z. B. für die Schweine-Grobzerlegung, Schinken, Bauch- und Mittelstücke oder um Kotelettstränge zu entgraten. Auch Pfoten lassen sich damit sauber und ohne Schnittverluste schneiden. Weitere Vorteile sind laut Hersteller eine höhere Ausbeute, der hygienische Anschnitt ohne Sägemehl, der einhandverstellbare Tiefenanschlag, schmutz- und wassergeschützte Schalter sowie die integrierte Rutschkupplung, die teure Getriebebeschäden verhindert. Für die Säge gibt es eine große Auswahl an Sägeblättern. Optional zur K 18-01 bzw. zur kleineren Variante der K 18-05 wird die Verwendung eines Federzuges empfohlen. Die drehstrombetriebene SST50-13 Spalt-Hubsäge rundet die Spaltsägenreihe ab. Die nach Herstellerangaben weltweit kleinste, drehstrombetriebene Halbierungssäge verfügt wie alle anderen elektrisch betriebenen Sägen des Herstellers

Fotos: Mado, Texas Trading

und verfügt durch optimierte, gefederte Bandführungen über eine hohe Sägebandstandzeit. Zur Reinigung und Kühlung des Sägebandes ist ein Kaltwasserspülkreis vorhanden. Eine Deckelsicherung sorgt für eine sichere Hand-

habung. Optional ist diese Säge auch in Sonderspannungen sowie 60 Hz lieferbar. Weitere Geräte aus dem vielfältigen Sortiment sind der handliche Handabschwärter EFA 900, der sich für den Dauereinsatz eignet, sowie die

Wiegand FLEISCHEREIMASCHINEN

Seit mehr als 40 Jahren ist Qualität unser Programm



Hängfix

Die original Schlaufenmaschine knüpft bis zu 2800 Schlaufen/Stunde. Mit dem Stockmat hängen die Teile direkt am Rauchstock.



Rollmatic

Die Garantie für optimale Bindeergebnisse bei Fleisch jeder Art, z.B. Rollbraten mit oder ohne Füllung. Auch für Geflügel und Fisch.



NETMAN

Rollbraten und Schinken werden gleichmäßig und schonend in Netz oder Darm gefüllt. Und optional dazu: Der vollautomatische Netzraffer.



Profi-Schliff

Naß schleifen, naß polieren. Direkt am Arbeitsplatz einsetzbar. Für Messer aller Art. Neu: Naß schleifen, trocken polieren. Die neue Schnell-schliff bietet ein perfektes Ergebnis in Sekunden.

24Stunden Service ist bei Wiegand selbstverständlich

Hermann Wiegand GmbH, Am Anger 27, 36169 Rasdorf, Tel: +49(0)6651/9600-0, Fax: +49(0)6651/9600-16, Internet: <http://www.h-wiegand.com>, E-Mail: h-wiegand@web.de

über ein komplett geschlossenes Motorgehäuse (IP65). Damit bietet das Unternehmen eine Spalt-Hubsäge mit großer Schnitttiefe, geringer Vibrationen und optimierter Gewichtsverteilung. Außerdem zählen Elektro-Betäubungsgeräte mit hochfrequentem Konstantstrom zum Sortiment.

Acht verschiedene Knochenbandsägen aus 100 % rostfreiem Edelstahl sind neu im Sortiment von *Mado*: die Tischsäge Perfekta Plus MKB 649, die Festtischmaschinen Selektta MKB 750, 2 MKB 751 und 3 MKB 753, die Schiebetischmaschinen Selektta 2 MKB 752 und 3 MKB 754, die Industriefesttischmaschine Selektta 4 MKB 757 sowie die Industrierollentischmaschine Selektta 4 MKB 758. Der Schnitthöhdurchlass beträgt 230 bis 515 mm. Die Ausstattung beinhaltet z. B. eine serienmäßige elektronische Motor-



bremse und Portioniereinrichtung mit Feineinstellung, einen präzise geführten Schiebetisch, eine abnehmbare Andrückvorrichtung sowie einen abklappbaren Tisch zum Reinigen. Außerdem lassen sich das Sägeband und die Tischbandführung schnell austauschen. Alle Sägen sind leicht mit dem Hochdruckreiniger zu säubern, entsprechen den strengen EG-Richt-

linien für Sicherheit und Hygiene und erfüllen internationale Unfallverhütungsvorschriften.

Zur sicheren Halsfixierung von Rindern bietet *Texas Trading* das Priefert Headgate in zwei Varianten an: das Modell AHG91 und das neue, leichter zu bedienende HG10 für großrahmige Tiere. Das Tier wird stressfrei gefangen und der Kopf ist sicher für ein exaktes Ansetzen des Bolzens fixiert. Das Headgate kann auch in vorhandene Treibgänge integriert oder zusammen mit den mobilen Zutrieben des Anbieters zu einer passenden Anlage kombiniert werden.

Zudem ist es Bestandteil des RBX, dem kompletten Stand zum Behandeln und Betäuben. Das Rind betritt den Stand über die Schiebetür. Die brusthohe Seitenverkleidung verhindert ein Durchtreten nervöser Tiere. Die verstellbare Schrägplatte im Rumpfbereich des Tieres sorgt dafür, dass es nach einer Betäubung in Richtung Öffnung fällt. Ein Verkeilen im Stand wird unterbunden. Die Seite des

Foto: Quality Meat of Scotland

ANZEIGE

Profi-Technik für Convenience

Mit seinen Maschinen VSM-CC und WOK ist der Nahrungsmittelmaschinenhersteller GLASS aus Paderborn stets ein kompetenter Ansprechpartner für Gar-, Koch und Bratprozesse.



WOK



VSM150K

Viele Fleischereien bieten ihren Kunden fix und fertige Mittagsgesichte an. Der Sondermaschinenhersteller GLASS hat daher einen Kühltumbler durch eine zusätzliche Heizeinrichtung aufgewertet. So entstand der Kochtumbler GLASS VSM-CC mit 80 bzw. 150 l Verarbeitungsinhalt. Damit kann der Anwender über Nacht gekühlt massieren und am Tag, ohne dauernde menschliche Kontrolle, u. a. Soßen, Suppen, Reis, Nudeln, Kartoffeln, Desserts, u. v. m. optimiert produzieren. In den Kochkessel ist ein Rührwerk direkt eingebaut, mit dem alle Zutaten schonend und vollkommen durchmischt werden. Ein Anbrennen ist passé. Fast selbsterklärend steuern lässt sich die Maschine über einen Touch-Screen-Monitor. Konflikte zwischen Kühl- und Heizvorgängen verhindert eine spezielle Sicherung. Beheizt wird der Kochtumbler mit einem Dampferzeuger (Leistung:

15 kW bzw. 21,1 kg Dampf/Stunde). Die maximal erreichbare Temperatur beträgt 98°C. Die Steuerung ermöglicht es, dass nach einer Übergangsphase nach dem Kochen direkt mit dem Kühlprozess begonnen werden kann, ohne dass Zeit verloren geht.

Für den größeren Bedarf bietet das Unternehmen den WOK an, mit dem neben Braten und Kochen auch Garmethoden wie Dünsten, Versiegeln, Dämpfen, Pochieren, Sieden, Braisieren, Schmoren, Blanchieren, Gären, Mischen und Kühlen möglich sind. Die Maschine besteht aus einem muldenförmigen Kochraum, der über größtmögliche Heizflächen im Verhältnis zum Volumen verfügt (Volumen: 400 l, verfügbare Heizfläche: 1,1 m²). Zur Anpassung der Maschine an den Herstellprozess des Kunden steht eine breite Palette von Optionen zur Verfügung, sodass individuelle Bedürfnisse optimal berücksichtigt werden können.

GLASS GmbH & Co. KG • Frankfurter Weg 28 • 33106 Paderborn
Tel.: +49 5251 77991-0 • E-Mail: info@glass-maschinen.de • www.glass-maschinen.de

Standes lässt sich per Sicherheitskurbel nach oben bewegen. Der Stand kann auch mit einem Schlepper oder einer Frontladergabel transportiert werden. Ebenso sind Sonderausführungen für kleinere Räume oder besondere Transportaufnahmen möglich.

GERÄTE ÜBERWACHEN

Geräte zur Betäubung und Ruhigstellung dürfen künftig nur vertrieben oder beworben werden, wenn angemessene Anweisungen für den optimalen Tierschutz vorhanden und über das Internet öffentlich zugänglich sind. Es müssen auch Angaben zu den Schlüsselparametern gemacht werden, ggf. auf die Tierart und die Gewichtsklasse bezogen. Da auch Verfahren zur Überwachung der Wirksamkeit der Betäubung zu beschreiben sind, kann der Schlachtbetrieb hier einiges für die Ausarbeitung seines Überwachungsverfahrens verwenden. Er muss für die Wartung der Geräte eigens geschultes Personal einsetzen und Aufzeichnungen über Wartungsmaßnahmen anfertigen. Ebenso muss der Schlachtbetrieb auf

Anforderung der Zulassungsbehörde (nach Fleisch-Hygienerrecht) Angaben zur Kategorie der Tiere, für die die Geräte zur Ruhigstellung oder Betäubung eingesetzt werden können, die Höchstzahl der Tiere pro Stunde für jede Schlachtlinie sowie die Höchstkapazität jeder Stallung übermitteln.

Die nachfolgenden Bestimmungen kommen für handwerkliche Schlachtbetriebe nicht zum Tragen, werden aber der Vollständigkeit halber aufgeführt (*Beim Regulierungswillen der EU kann aber nie etwas ausgeschlossen werden. Anm. der Redaktion:*)

- Im Wartestall ist jede Bucht mit einem Schild zu versehen, auf dem die maximale Belegdichte sowie das Datum und die Uhrzeit des Eintreffens der Tiere verzeichnet werden.
- Laktierendes Milchvieh ist spätestens nach zwölf und nicht wie bisher nach 15 Stunden zu melken, womit eine Harmonisierung zum Transportrecht erfolgt.
- E-Treiben dürfen, wie beim Transport, nur maximal eine Sekunde (bisher zwei Sekunden) verabreicht werden.

Nützliche Links

- www.baader.com
- www.bizerba.com
- www.efa-germany.com
- www.freund.eu
- www.mado.de
- www.texas-trading.de

- Konstantspannungsgeräte für die Elektrobetäubung dürfen nur noch für die manuelle Betäubung verwendet werden. (Übergangsfrist für Altbetriebe bis 2019)
 - Bei der Wasserbadbetäubung von Geflügel muss am Einhängeband ein Brustband zur Beruhigung der Tiere installiert sein. Die Einhängeweitzeit von Geflügel wird auf eine Minute verkürzt, für Enten, Gänse und Puten sind maximal zwei Minuten zulässig.
- Von Bedeutung ist auch, dass alle Elektrobetäubungsgeräte unabhängig von der Schlachtzahl elektrische Schlüsselparameter anzeigen und aufzeichnen müssen. Das gilt für bestehende Betriebe aber erst ab 9. Dezember 2019.

Lösungen für Handwerk und Industrie



Schlaufenknotmaschine E85-2
zum Aufhängen von Fleischstücken. Mit Rauchstockanlage direkt auf den Rauchspieß aufhängen.



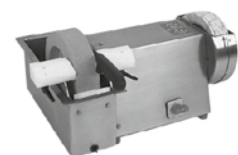
Netzeinziehgeräte RSM
Rationelles Befüllen in Netze oder Därme. Ideal für Rollbraten und Schinken. Mit dem Folienvorsatzgerät kann in Netze essbarer Folie verarbeitet werden. Passend dazu unser Netzraffgerät.



Fleischbindemaschinen
für Ihre Fleischprodukte. Auch als Automatikausführung erhältlich. Perfektes Binden leicht gemacht.



Bandsägen für Handwerk und Industrie
Perfekt für Fleisch, Fisch, Geflügel, Knochen. Als Tisch- oder Standmodelle erhältlich.



Messerschleifmaschinen
Weil's scharf sein soll. Naßschliff oder Trockenschliff Sie haben die Wahl!



Rudolf Schad GmbH & Co. KG

Schulstraße 7 • 36154 Hosenfeld • Telefon (0 66 50) 96 21-0 •
Telefax (0 66 50) 96 2198 • info@r-schad.de • www.r-schad.de

DIGITALE FORTBILDUNG

Nicht nur zum Chatten auf Facebook oder zum Zwitschern auf Twitter – auch für die Fortbildung sind digitale Welten ein immer beliebteres und leistungsfähigeres Mittel. eLearning-Angebote sind auf dem Vormarsch.

Vorteile von eLearning

- **Totale Ortsunabhängigkeit:** egal wo man sich befindet, Hauptsache ein Internetzugang ist vorhanden – auch zu Hause
- **Eigener Rhythmus:** wer Übungen wiederholen möchte, kann das in Ruhe und ohne den Druck einer Gruppe tun
- **Dauernde Verfügbarkeit:** jeder kann sich seine Lerninhalte aneignen, wenn es ihm/ihr zeitlich am besten passt; keine Abhängigkeit von starren Stundenplänen
- **Einfache und gleichzeitige Verteilung der Lerninhalte** an alle Teilnehmer einer Lerngruppe via Online-Aktualisierung auf einem Server
- **Interaktive Lerninhalte:** das Einbinden von Animationen, Videos oder Tests steigert den Lerneffekt
- **Geringe Kosten:** keine lange Anreise zu einer Schulung, kein tageweises Freistellen der Mitarbeiter nötig
- **Niedrige Hemmschwelle:** der Aufwand, am eLearning teilzunehmen, ist gering, ebenso die Gefahr, sich zu blamieren

Quelle: teilweise entnommen von karrierebibel.de

Auf der diesjährigen Bildungsmesse „didacta“ in Köln war das Thema eLearning eines der großen Schwerpunktthemen. Bisher waren Schulungen für das Verkaufspersonal in Fleischerfachgeschäften mit sehr viel Zeitaufwand und erheblichen Kosten verbunden – aber für die meisten Betriebe deshalb trotzdem nicht minder notwendig. Abhilfe schafft hier, zumindest in Teilen, sehr einfach z. B. das eLearning. Die Schnittmenge von eLearning und Fleischerfachgeschäft wird schnell deutlich, wenn man die Vorteile näher betrachtet, die diese Lernmethode bereithält (s. Kasten). Neben der zeitlichen und örtlichen Unabhängigkeit der Teilnehmer sprechen vor allem die kostengünstige Teilnahme sowie die einfache Handhabung für die Inanspruchnahme von eLearning bei der internen Fortbildung. „...denn Sie tun nicht, was sie wissen!“ ist das Motto eines bekannten Motivationstrainers für alle Lebenslagen – auch und besonders

für den beruflichen Alltag. Im Fleischerfachgeschäft ist eine kompetente Beratung im Verkaufsgespräch neben der persönlichen Verantwortung des Geschäftsinhabers für die Qualität seiner Produkte eines der wichtigsten Abgrenzungsmerkmale zu den Wettbewerbern aus Lebensmitteleinzelhandel und Discounter. Trotzdem scheuen nicht wenige Betriebsinhaber aufgrund des Kosten- und Zeitaufwandes vor regelmäßigen Schulungen zurück. Nachdem die technische Umsetzung von eLearning inzwischen Standard ist, hängt es an der Brauchbarkeit der Inhalte, um beurteilen zu können, inwiefern diese Lernmethode auch für das Fleischerfachgeschäft tatsächlich einsetzbar ist. Bei Fleisch und Wurst sind die Verkäufer/innen aus ihrer Ausbildung oft noch „fit“, aber bezüglich Käse gibt es häufig große Lücken – schon beim Basiswissen. Hier ein Praxistipp: Den Bereich Käse haben sich die Macher des eLearning-Portals lanisto.de als erstes vorgenommen. Damit werden nicht nur Quereinsteigern im Fleischerfachgeschäft, sondern auch ausgebildeten Fachkräften praxisrelevante Fachinformationen zum Thema Käse angeboten. In einer engen Kooperation mit der food akademie Neuwied (faN), der Bundesfachschole des Lebensmittelhandels, wurden die Lerninhalte didaktisch so aufbereitet, dass sie leicht zu navigieren und schnell zu finden sind. Lanisto.de bietet sowohl kostenlose Basistrainings als auch kostenpflichtige Lehrgänge, die am Ende mit einem Test abschließen und für deren Bestehen ein Zertifikat der food akademie ausgestellt wird. So kommen neben dem Spaß an den animierten Lernmodulen, die rund um die Uhr abrufbar sind, auch die persönliche Wertschätzung des Mitarbeiters über das individuelle Zertifikat und letztlich der Nutzen für das Fleischerfachgeschäft nicht zu kurz. *lie*





Käse-Convenience und mehr

Homann Foodservice hat die Genussqualität seiner Gouda-Artikel verbessert. Erhältlich ist der Gouda z. B. gerieben im 1-kg-Gebinde zum Backen und Überbacken oder in portionsgerechten Scheiben zu 20 g, die sich ohne zu verkleben leicht entnehmen lassen. Den Gouda in Scheiben gibt es nun in der 500-g-Packung. Für das Snack-to-go-Angebot führt das Unternehmen zudem Salate, Saucen und Dressingprodukte sowie Ergänzungen wie geriebenen Emmentaler, Hinterschinkenwürfel, Bauernschinken in Scheiben, Salami in Scheiben und Pizzasauce im Sortiment. www.homann.de/foodservice



Für To-go-Snacks

Mit den MariTop Komplett-Marinaden der Avo-Werke lassen sich auch schnelle Snacks für den To-go-Bereich zubereiten. Die Variante Italia-Style mit Zucchini, Paprika, Oliven, Bohnen, Zwiebeln und Tomatenmark wird mit Puten-geschnetzeltem z. B. zu einer To-go-Mahlzeit aus dem SnackCup. Als weitere Geschmacksvarianten stehen Balkan Style und Asia-Style zur Wahl. www.avo.de

Weihnachtliche Wursthüllen

Die neue textile Viscoflex-Kollektion von Nomax Trading hält per Hand gezeichnete weihnachtliche Motive für Wursthüllen bereit. Diese eignen sich etwa für verschiedene Arten von Kochwürsten, Leberwurst oder Mortadella. Aufgrund der großen Vielfalt an Formen, Farben und individuellen Druckmustern lassen sich damit typisch saisonale Wurstkreationen für die Bedientheke oder Präsentkörbe herstellen. www.nomaxtrading.eu



Praktische Räucherbox

Rational bietet eine weitere Neuerung im Anwendungsspektrum seiner CombiDämpfer. Der VarioSmoker ermöglicht es, Fleisch, Fisch und Gemüse direkt im SelfCookingCenter whiteefficiency oder CombiMaster Plus, in allen Geräten ab 1997, zu räuchern. Die Räucherbox ist flexibel im jeweils freien Gerät einsetzbar. Geräuchert werden kann damit z. B. mit Hackschnitzeln oder Pellets. www.rational-online.de

Fotos: Homann Foodservice, Avo-Werke, Nomax Trading, Rational



ANZEIGE

„MEISTERHAFT VOM METZGER IHRES VERTRAUENS“

EIN ANGEBOT DER ORGAINVENT GMBH FÜR FLEISCHEREI-FACHGESCHÄFTE

„MEISTERHAFT vom Metzger Ihres Vertrauens“, so heißt der individuelle Nachweisstandard für Betriebe des Fleischerhandwerks, der seit Februar 2013 erfolgreich in der Praxis genutzt wird. Was mit der Metzgerei Walter Schäfer aus Zirndorf gestartet wurde, entwickelt sich immer mehr zu einem guten Instrument für Betriebe des Fleischerhandwerks, ihre Stärken im Frischfleischsortiment kundenspezifisch und – mit einem Zertifikat bestätigt – optisch ansprechend auszuloben. Besonderheiten beim landwirtschaftlichen Warenbezug, bei der Haltung und der Fütterung der Tiere, des Tiertransportes oder einer eigenen Schlachtung lassen sich mit MEISTERHAFT hervorragend kommunizieren. Im Monat Juli ließ sich die Metzgerei Bauer aus Tauberbischofsheim für die

Tierart „Wild“ zertifizieren. Und wie sieht es mit Geflügel aus? Der Dangelhof aus Altheim Alb zeigt, welche Möglichkeiten sich für Metzgereien ergeben können. Mit hofeigenen Getreide, besonderen Haltungsbedingungen, einer eigenen EU-zugelassenen Hofschlachtung ohne Transportbelastung ist Geflügelfleisch vom Dangelhof ein starkes Argument in jeder Metzgerei. Zahlreiche Anfragen zeigen, dass MEISTERHAFT für Fleischerei-Fachgeschäfte mit einem guten Frischfleischsortiment und einem interessierten und anspruchsvollen Kundenkreis DIE Möglichkeit ist, sich deutlich vom Mitbewerber zu differenzieren und zudem das bereits vorhandene Kundenvertrauen zu stärken und auszubauen.



Haben wir Ihr Interesse an MEISTERHAFT geweckt? Sprechen Sie uns an:

ORGAINVENT GmbH · Südstr. 133 · 53175 Bonn
Ansprechpartner: Andreas Schmadel
 (0228) 35 06 111 · andreas.schmadel@orgainvent.de
www.meisterhaft-metzger.de



Sicher clippen in einem Arbeitsgang

Die Edelstahl-Clipmaschinen SZ4135/SZ4136 der Signature-Serie von Tipper Tie verschließen und clippen Beutel für Fleisch- und Geflügelprodukte sowie flüssige und halbflüssige Produkte in einem Arbeitsgang. Die Pneumatik-Clipmaschinen mit fester Clipführung eignen sich für viele Produkte, von kleinen Geflügelverpackungen bis hin zu Faserdarm, Collagen, Kunststoff und großen Naturdärmen. Horizontal oder vertikal montiert führt die Serie folgende Arbeitsschritte aus: Beutelöffnung raffen, einen sicheren Verschluss anbringen und das überschüssige Beutelende abschneiden. Die Clips sind aus einer speziellen Aluminiumlegierung hergestellt, die über eine hohe Maßgenauigkeit verfügen. Die Abmessungen der Clips werden in sehr geringen Toleranzbereichen gehalten, um einen perfekten Verschluss zu garantieren. www.tippertie.com



Wie am Zuckerhut

Passend zur bevorstehenden Fußballweltmeisterschaft im kommenden Jahr steht die neueste Produktlinie von Frutarom Savory Solutions ganz im Zeichen Brasiliens. Inspiriert durch ländertypische Gerichte und Gewürze hat das Unternehmen zahlreiche Marinaden, Würzmischungen und Deko-Würzungen entwickelt. Begleitend zu den Produkten stehen den Kunden auch viele Produkt- und Rezeptideen zur Verfügung. Die Kreationen des Unternehmens umfassen Fisch-, Fleisch- und Wurstspezialitäten, Dips, Salate sowie verschiedene Kräuterbutterarten. www.frutaromsavory.com

Frische Käse-Ideen

Für die Herstellung von Butter- und Käsemischungen hat das Nubassa Gewürzwerk unterschiedliche Gewürz- und Früchtemischungen im Sortiment. Mit dem Kräuterbutter-Gewürzsalz CL und Lauchzwiebeln entsteht z. B. im Handumdrehen ein Kräuter-Frischkäse. Exotisch wird es mit dem Frischkäse African Dream, fruchtig mit dem Früchte-Mix CL Apfel-Cranberry. www.nubassa.de



Leichter Genuss für die kalte Zeit

Die Privat-Fleischerei Reinert hat ihr Sortiment erweitert. Unter der Marke „Unser Aspick“ bietet der westfälische Hersteller die drei Varianten Schweinefleisch mit Preiselbeeren, Kikok-Hähnchenbrust mit Mandarinen und Rindfleisch mit Lauch an. Mit weniger als 3 % Fett sind sie z. B. ein leichter Brotbelag, eignen sich aber auch für die Zubereitung raffinierter Vorspeisen oder als Ergänzung frischer Salate. Kennzeichen sind die große Fleischeinlage in der Mitte, die sie zum Hingucker in jeder Frischtheke machen, saftige, leicht säuerliche Früchte sowie aromatischer Lauch. www.reinert.de



Feine Convenience für Partyservice und Events

Mit zwei feinen Neuheiten sorgt der Hamburger Seafoodspezialist Christian Goedeken jr. für mehr Vielfalt auf dem Buffettisch. Für den Partyservice und Veranstaltungen eignen sich die Quiche Petit, Küchlein aus Mürbeteig in einer mundgerechten Größe, die nach 12 Min. Erhitzen heiß und kalt serviert werden können. Zwölf Varianten, davon vier vegetarische Sorten, stehen dabei zur Wahl, z. B. mit Lauch- und Speckfüllung, Blattspinat mit Allgäuer Emmentaler oder Frischkäse mit Räucherlachs. Der 450 g schwere Lachsstrudel mit norwegischem Fjordlachs in Mangoldblättern mit Lachsфарce kann sowohl heiß als Hauptgang oder in Scheiben geschnitten als auch als kalte und warme Vorspeise angeboten werden. Der tiefgefrorene Strudel ist in 20 Min. fertig gebacken. Wie alle Produkte des Unternehmens enthalten die beiden Neuheiten keine Farb- und Konservierungsstoffe. www.christian-goedeken.de



Räuchern neu entdecken

Zum Räuchern eignen sich die elektrischen Heliä Smoker von Ossa Räuchergeräte, die in einem Arbeitsgang räuchern und garen. Im Inneren der Geräte baut sich, ähnlich wie im Schnellkochtopf, Druck auf. Geräuchertes bleibt durch das Druckverfahren im eigenen Saft, verliert kaum Flüssigkeit und Gewicht und wird zart. Die Geräte sind thermostatisch geregelt und benötigen keinen Kaminanschluss.

Eine Geruchsübertragung von Fisch auf Fleisch findet nicht statt.

www.heliasmoker.de



Bayrische Spezialitäten

Mit den Produkten von Houdek kommt ein Hauch Bayern in die Theke. Die Kabanos Klassik als 250-g-Stange ist in Packungseinheiten von 500 g bis 3 kg erhältlich und eignet sich z. B. für eine deftige Brotzeit oder als Zutat in würzigen Eintöpfen. Die Wurstspezialität sollte nicht direkt vor den Kaltlufterlässen der Theke platziert werden, da sie dort schneller abtrocknet. Daneben gibt es mit der Knabber Kabanos den herzhaften Klassiker im kleinen Format in den Sorten Klassik und Käse sowie die Kabanos Sticks in der Sorte Chili zum Snacken. Auch eine Leberkäse-Ränge mit den Varianten Leberkäse Fein, Leberkäse Grob und Leberkäse Pizza zu je 1,6 kg zählt zum Sortiment. www.houdek.eu

Salami vom Wagyu-Rind

Fleisch vom Wagyu-Rind gilt als Delikatesse. Jetzt stellt Nice to Meat International eine Salami nach italienischem Vorbild aus Wagyu-Rind her. Für den nötigen Fettgehalt sorgen Teilstücke mit hohem Fettanteil, die direkt aus den USA importiert werden und sich für die Salamiproduktion eignen. Da das Fett des Wagyu-Rindes einen niedrigen Schmelzpunkt aufweist, ist es laut Hersteller für die Lufttrocknung sehr gut geeignet.

www.nicetomeat.com

UNTERNEHMEN IM NETZ



Für brasilianisches BBQ

Für Fleischereien, die am WM-Fieber in Brasilien teilhaben möchten, hat Van Hees die Aktion „Brazilian BBQ 2014“ entwickelt. Die Basis dafür bilden drei neue Produkte mit dem Zusatz oGAF, die frei von zugesetztem Glutamat und deklarationspflichtigen Allergenen sind: die Würzmischung „Van Hees® Copacabana“ mit Piment, Kumin, Knoblauch, Paprika, Muskat und Kräutern für die Herstellung einer pikanten groben Bratwurst, die „Vantasia® Schlemmer-Marinade Brazilian Summer“ mit braunem Rohrzucker, Minze und Rum mit natürlichem Limettensaft-Aroma und die Würzmischung „Vantasia® Ipanema“. Als Rezeptvorschläge empfiehlt das Unternehmen z. B. die Bratwurst „Rio Roster“, die Grillspieße „De Janeiro Pepis“ oder die Rindersteaks „Caipi-Roastbeef“. www.van-hees.com

Wursthüllen als Blickfang

Kreativ gestaltete Wurstwaren beleben den Markt und sorgen für Abwechslung in der Theke. Vielfältigkeit und Phantasie geben der Fleisch- und Wurstwarenbranche Impulse, z. B. wenn Jahreszeiten oder Festlichkeiten auf die Wursthüllen gedruckt oder in Formen genäht werden. Texda Textildarm fertigt u. a. textile Wursthüllen, die in Wursttheken oder auf Stangen effektiv wirken und somit Kaufanreize bieten. Dabei handelt es sich um sogenannte Event Casings, die Ereignisse wie Weihnachten oder Ostern, regionale oder internationale Wahrzeichen darstellen. Alle vom Unternehmen produzierten Wursthüllen sind auch im neuen Online-shop erhältlich. www.texda.com, www.wursthullen-shop.de

Fotos: Ossa Räuchergeräte, Houdek, Texda Textildarm



GESUCHT & GEFUNDEN

Additive und Gütezusätze

Nubassa Gewürzwerk
Tel. 06204 9627-0 • www.nubassa.de

Arbeits- und Einwegschutzkleidung, Food- und Berufskleidung

HELE

Hygiene-, Arbeitsschutzkleidung und mehr...



Gesamtkatalog gratis anfordern!

HELE GmbH
Gutenbergstr. 16 • 91560 Heilsbrunn • Tel. 09872 / 9771-0
info@hele.de • www.hele.de

Aufschnittmaschinen

Seit 1919
SCHARFEN

Aufschnittmaschinen
Tischkutter
Fleischwölfe
Tumbler
Alle Maschinen
in

Tel. 023 02/28 27 70 - Fax 023 02/22 94 11
mail@scharfen.de, www.scharfen.de

Autoklaven

ASCA

ASCA AUTOKLAVEN

Protokollierung über USB-Stick
CE-zertifiziert-TÜV geprüft
100 – 1.500 l Inhalt, alle Beheizungsarten
– sterilisieren
– pasteurisieren
– druckkochen

Tel.: 06052/9184402 • Fax: 06052/9278841
E-Mail auth@asca-consulting.com
www.asca-consulting.com
Lindenallee 46 • 63619 Bad Orb

KORIMAT

Kessel + Autoklav
– von 120 bis 5.000 Liter Kesselinhalt
– mit Mikroprozessorsteuerung
– geprüft nach Druckgeräterichtlinie
– 97/23/EG, CE-Zertifikat

KORIMAT Metallwarenfabrik GmbH
Zum Neuland 12, 35708 Haiger-Weidelbach
Tel. 0 27 74/92 39 93, Fax 0 27 74/9 23 01 91
www.korimat.de, info@korimat.de

Backtrennmittel

Wir kriegen's gebacken!



PROFI - „LÖSUNG“
für alle Brat- und Backformen

Leichtes dünnes Einsprühen löst jeden Leberkäse, Pasteten oder Schinken leicht aus der Form. Für Porzellan-, Edelstahl- und Aluminium Formen, absolut Rückstandslos und 100 % Pflanzlich - bedeutet 100 % Geschmacksneutral. Spart überflüssige Kalorien, kein mühseliges Papier in Formen legen.



boyens backservice
www.boyensbackservice.de

SPRÜH-SYSTEME

UNIFILLER-SYSTEME

BACKTRENNMITTEL

Emulgatoren und Frischhaltemittel

Nubassa Gewürzwerk
Tel. 06204 9627-0 • www.nubassa.de

Entsehnungsmaschinen und -anlagen



Immer auf dem neuesten Stand ...

Das Original!
Baadern = Gewinn

BAADER
Food Processing Machinery

Geniner Str. 249 • D-23501 Lübeck • Germany
Tel. +49/451 53020 • Fax +49/451-5302492
separation@baader.com • www.baader.com

Fleischereimaschinen

K+G WETTER
Erfolg mit eingebaut

Goldbergstr. 21 • 35216 Biedenkopf
Tel. (0 64 61) 9 84 00 • Fax 9 84 025
www.kgwetter.de • info@kgwetter.de

Kutter • Wölfe • Mischer

KRÖGER
Fleischerei- & Verpackungsmaschinen

Karl-Heinz Kröger
Birkengrund 2a
D-21423 Winsen a. d. Luhe
Telefon (0 41 71) 7 24 48
Fax (0 41 71) 7 46 08
Mobile 0 172 540 15 55
www.kroeger-winsen.de

LASKA

KUTTER • MISCHMASCHINEN • WÖLFE • PRODUKTIONSLINIEN • GEFRIERFLEISCHSCHNEIDER • FEINSTZERKLEINERER

TEL. D: 0171 31 393 07
TEL. Ö: +43 7229 606-0
FAX Ö: +43 7229 606-400
www.laska.at laska@laska.at

Füllen
Kuttern
Wolfen

REX
FLEISCHEREIMASCHINEN

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

Fußbodensanierung

KEUTE
KUNSTHARZ-FUSSBODEN GMBH

Bodensanierungen nach EG-Richtlinien
www.keute-boden.de
keute.gmbh@t-online.de
Tel.: 05921/82370

Gebrauchtmaschinen

TICHY TRADING
FOOD PROCESSING MACHINES

KARL TICHY HANDELS, G.M.B.H.
3350 Haag Austria Tel.: +43 664 44 33 22 1
www.tichytrading.at

Gelatine und Kutterhilfsmittel

Nubassa Gewürzwerk
Tel. 06204 9627-0 • www.nubassa.de

Gewürze – Gewürzpräparate und Gewürzextrakte – auch allergenfrei

Nubassa Gewürzwerk

Gewürze • Gewürzmischungen • Aromen
Technologie-Compounds • Marinaden
Grillöle • Convenience • Gütezusätze
Starterkulturen • Entwicklungen für die Lebensmittel- und Fleischwarenindustrie und vieles mehr...

Wir liefern auch Produkte ohne Zusatz von
Gluten • Lactose • Glutamat • Milcheiweiß
künstlichen Farb- und Konservierungsstoffen!

Nubassa Gewürzwerk GmbH
Tel. 06204 9627-0 • Fax: 06204 75811
info@nubassa.de • www.nubassa.de
...Der Partner für Sicherheit und Erfolg!

REZEPTE | FORUM | NEUHEITEN

KAESEWEB.DE
immer ein Genuss!

Darmaufziehgeräte

DA-TURBOFIX®
Steinmetz

Inh. Arild Steinmetz
34225 Baunatal • Porschestr. 19
Ruf 05 61/40 31 30
Fax 05 61/40 27 17
www.steinmetzohg.de
stohg@gmx.de

Dosenöffner

Weisser Maschinenbau und Großküchentechnik
Tel: 07841-680190

Gewürze

Die ganze Welt
des Würzens



HAGESÜD INTERSPICE

Gewürzwerke GmbH & CO.KG
71282 Hemmingen · Saarstraße 39
Telefon: (0 71 50) 942-60
Telefax: (0 71 50) 942 880
www.hagesued.de
E-Mail: info@hagesued.de

Kochkammern und -schränke

info@autotherm.de



www.autotherm.de
Tel 06554/ 9288-0 Fax: 06554/ 928826

**Versenden Sie
Weihnachtskarten
und helfen Sie
Kindern!**

Gleich online bestellen:
sos-kartenshop.de



- Ihre Vorteile**
- ★ Große Motivauswahl
 - ★ Viele Gestaltungsmöglichkeiten
 - ★ Kurze Lieferzeiten
 - ★ Faire Preise

SOS-Kinderdorf e.V.
Frau Marion Ippisch
089 12606-103
firmenaktion@sos-kinderdorf.de
www.sos-kartenshop.de



Gütezusätze



VAN HEES GmbH
Kurt-van-Hees-Str. 1 • DE-65396 Walluf
T. + 49 61 23 70 80 • F. + 49 61 23 70 82 40
www.van-hees.com

Hygienetechnik



- Reinigungssysteme
Individual-Druckreinigung
Schaumreinigung
Desinfektion
- Automatische Bandreinigung
- Mischerreinigung

www.walter-geraetebau.de

WALTER Gerätebau GmbH

Neue Heimat 16 Phone: +49 7046 980-0
D-74343 Sachsenheim- Fax: +49 7046 980-33
Ochsenbach info@walter-geraetebau.de

Klima- und Rauchanlagen

info@autotherm.de



www.autotherm.de
Tel 06554/ 9288-0 Fax: 06554/ 928826

Kühlfahrzeuge



HEIFO Kühltransporter
Alles aus einer Hand.

Hochwertige Isolierungen und
Kühlanlagen für:

alle Fahrzeughersteller • jedes Modell/Größe
jede Branche • individuelle Anforderungen



Tel. 0541 5843-189
heifo-kuehltransporter.de

Kühl-/Tiefkühlzellen

**Kühlzellen, Tiefkühlzellen
und Kühlaggregate**



VISSMANN
Sonderaktion
zum besten Preis!
Infos & Bestellmöglichkeit:
www.viessmann-kuehlzellen.de

88348 Bad Saulgau
Tel. 07581-48959-0
Fax 07581-48959-29
verkauf@landig.com



Kühl-/Tiefkühlzellen

- Kühl-Tiefkühlzellen
- Konfiskatkühlungen
- Kühlaggregate
- Spitzenpreise durch Direktvertrieb
- Prospekte u. Preise anfordern

Tel. 07475-451101, Fax 451102
**W. Balling
Kühlanlagen**
Postfach 111 · 72393 Burladingen
www.kuehl-balling.de

Kuttermesser



Messer-Hersteller

J. F. Fuchs
Maschinen- u. Werkzeugfabrik
GmbH & Co.
Maschinenmesser-Fabrik
Adestraße 15 · 70435 Stuttgart
Fon: (0711) 820 321-3
Fax: (0711) 820 321-40



Kunstärme



HansSchütt

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

Kunststoffverkleidung



**Horo-Kunststofftechnik
Vertriebs GmbH**
D-34233 Fulda
Am Berg 4
Tel. (0 55 41) 18 79
Fax (0 55 41) 69 06

Kuttertechnik

Prozess-Technik



TIPPERTIE™
SOLUTIONS THAT WORK. A DÜVET COMPANY

www.tippertie.com

Ladengestaltung

promedia thekenTV

Das digitale Kunden-
Informationssystem für
die moderne Fleischerei



Moderne Info-Displays

- ✓ verkaufsfördernde,
regelmäßig wechselnde
Inhalte
- ✓ Information und
Werbung für Ihr
Geschäft

www.promedia-
thekenTV.de



B&L NewMedia GmbH
Max-Volmer-Str. 28 • 40724 Hilden
Tel.: 0 21 03 /20 47-00 • Fax: -70

Marinaden und Würzsauces
mit ungehärteten Fetten

Nubassa Gewürzwerk
Tel. 06204 9827-0 · www.nubassa.de

GESUCHT & GEFUNDEN

Messer für Lebensmittelverarbeitungsmaschinen



Schneidwerkzeuge GmbH
 Lebbiner Str. 18 | D-15859 Storkow
 Tel. +49 (0)33678-649-0 | Fax ...-649-22
 info@astorblades.de | www.astorblades.de/corn

Kütermesser | Abschneidmesser | Schweinespaltmesser
 Gattermesser | Entschwartzungsklingen | Gefriergutschneider
 Slicermesser | Kreismesser | Steakmesser | Injektormodeln
 Schneidwerkzeuge für Großwölfe | Messer mit Verzahnungen

Portioniermaschinen



Maschinenbau und Großküchentechnik
 Tel: 07841-680190

Pökel- und Massiertechnik



Suhner
 food processing equipment

Suhner AG Bremgarten
 Fischbacherstrasse 1
 CH-5620 Bremgarten

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

Rauchstockwaschmaschinen



Eberhardt GmbH

Rauchstockwaschmaschinen, Kochpressen, Schinken- und Spindelpressen, Rauchwagen
 Eichendorffstr. 5
 91586 Lichtenau
 Telefon: (0 98 27) 3 54
 Telefax: (0 98 27) 75 04
 Eberhardt-GmbH@t-online.de
 www.eberhardt-gmbh.de

Rauchwagen



Eberhardt GmbH

Rauchstockwaschmaschinen, Kochpressen, Schinken- und Spindelpressen, Rauchwagen
 Eichendorffstr. 5
 91586 Lichtenau
 Telefon: (0 98 27) 3 54
 Telefax: (0 98 27) 75 04
 Eberhardt-GmbH@t-online.de
 www.eberhardt-gmbh.de

Rauchwürzpräparate und Rohwurststreifemittel



Nubassa Gewürzwerk
 Tel. 06204 9627-0 • www.nubassa.de



DA BIST DU JA!
 Meron, 5 Jahre

Viele Kinder wie Meron suchen Hilfe.
WERDE PATE! WORLDVISION.DE

World Vision
 Zukunft für Kinder!

Schinken-/Spindelpressen



Eberhardt GmbH

Rauchstockwaschmaschinen, Kochpressen, Schinken- und Spindelpressen, Rauchwagen
 Eichendorffstr. 5
 91586 Lichtenau
 Telefon: (0 98 27) 3 54
 Telefax: (0 98 27) 75 04
 Eberhardt-GmbH@t-online.de
 www.eberhardt-gmbh.de

Schinkenspritzmittel und Pökelgütezusätze



Nubassa Gewürzwerk
 Tel. 06204 9627-0 • www.nubassa.de

Schlachthofeinrichtungen



RENNER
 SCHLACHTHAUSTECHNIK GmbH

Fachsenfelder Straße 33
 D-73453 Abtsgmünd
 Telefon 073 66/92096-0
 Telefax 073 66/92096-99
 www.renner-sht.de

Schlachthof- und Rohrbahnanlagen



FLEISCHEREITECHNIK HORNICKEL

Gesamtlösungen nach EU-Norm
 Planung und Ausführung
 Betäubungsanlage für Rinder.
 Tel. 03 68 48/8 24 00 • www.hornickel.com

Schleifmaschinen



Wiegand
 FLEISCHEREIMASCHINEN

Hermann Wiegand GmbH,
 Am Anger 27, 36169 Rosdorf,
 Tel: -49(0)6651/9600-0,
 Fax: +49(0)6651/9600-16,
 Internet: http://www.h-wiegand.com,
 E-Mail: h-wiegand@web.de

Schneidwerkzeuge



DICK
 Traditionsmarke der Profis

Messer . Werkzeuge
 Wetzstähle . Schleifmaschinen
www.dick.de

Spülmaschinen



Mit dieser Technik spült die Welt

MEIKO Maschinenbau GmbH & Co. KG
 Englerstraße 3 · 77652 Offenburg
 Tel. 0781/203-0 · Fax 0781/203-1179
 www.meiko.de · e-mail: info@meiko.de

Vakuumverpackung



lava Professionelle Vakuumgeräte
 VAKUUMVERPACKUNG

Produkte jeder Größe vakuumieren & bis zu 3 Schweißnähte möglich

Sonderaktion online!

ab EUR **259,-** Frei Haus!

Valentinstr. 35-1 · 88348 Bad Saulgau
 Telefon 0 75 81-48 959-0
www.la-va.com



VC999
 VERPACKUNGSSYSTEME

Kammer-, Schalensiegel-, Tiefziehmaschinen, Verpackungsmaterial

VC999 VERPACKUNGSSYSTEME GMBH
 Industriestrasse 10
 D-78234 Engen
 Telefon +49 77 33 948 999
 info@vc999.de www.vc999.de



Maschinenbau und Großküchentechnik
 Tel: 07841-680190

Verpackungsmaschinen



Verpackungs-Technik

TIPPER TIE
 SOLUTIONS THAT WORK. A DORNER COMPANY

www.tippertie.com

FH FLEISCHER-HANDWERK

Impressum 2. Jahrgang
 Offizielles Organ von:

FLEISCHERVERBAND BAYERN

Verlag:
B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG,
Verlagsniederlassung München
Postadresse:
 Postfach 34 01 33,
 D-80098 München
Hausadresse:
 Augustenstraße 10,
 D-80333 München
Telefon: (089) 370 60-0
Telefax: (089) 370 60-111
Internet: www.blmedien.de
E-Mail: muc@blmedien.de

Herausgeber und Verlagsleitung:
 Harry Lietzenmayer (Iie) (02103) 204-120

Redaktion München:
 Marco Theimer (mth), (089) 370 60-150
 Chefredakteur (verantwortlich i. S. d. P.)
 Stefanie List (lis) -130

Ständige Autoren:
 Fritz Gempel (fge), Astrid Schmitt,
 Heike Sievers,

Anzeigen:
 Annemarie Heinrichsdobler (089) 370 60-100
 (verantwortlich)
 Gerhild Burchardt -205
 Rosi Höger -210
 Gabriele Leyhe -225
 Rocco Mischok -225
 Bernd Moeser -200
 Paula Pommer -110
 Gaby Schwarzmann -215

Gültige Anzeigenpreisliste Nr. 16
 vom 1.1.2013

Anzeigenabwicklung:
 Stefanie Wagner -260
 Felix Hesse -261

Layout:
 Sanda Kantoci -256
 Michael Kohler -255
 Liane Rosch -258
 S. Anderle/ Sonar Gröbenzell,
 Rita Wildenauer

Abonnentenbetreuung:
 Basak Aktas (verantwortlich) -270
 E-Mail: b.aktas@blmedien.de
 Patrick Dornacher -271
 E-Mail: p.dornacher@blmedien.de

Bezugspreis:
 Erscheint 6-mal jährlich, 80 € jährlich
 inkl. Porto u. Mwst. Ausland 95 €
 inkl. Porto. Der Abopreis für die
 Verbandsangehörigen des Bayerischen
 Fleischerverbandes ist im Mitgliedsbei-

trag enthalten. Kündigungsfrist: Nur
 schriftlich drei Monate vor Ende des
 berechneten Bezugsjahres.

Anschrift aller Verantwortlichen:
 B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG,
 Verlagsniederlassung München,
 Augustenstraße 10, D-80333 München

Repro und Druck:
 Alpha-Teamdruck GmbH,
 Haager Str. 9, 81671 München

Verlagskonten:
 Postbank Köln, Konto-Nr. 33 735 507
 (BLZ 370 100 50); Dresdner Bank AG
 Düsseldorf, Konto-Nr. 0590 340 300
 (BLZ 300 800 00); Commerzbank AG
 Hilden, Konto-Nr. 6 522 007
 (BLZ 300 400 00);

Für unaufgefordert eingesandte Manus-
 kripte übernimmt der Verlag keine
 Gewähr. Namentlich gekennzeichnete
 Beiträge geben nicht immer die Mei-
 nung der Redaktion wieder. Nachdruck

und Übersetzung veröffentlichter
 Beiträge dürfen, auch auszugsweise,
 nur mit vorheriger Genehmigung des
 Verlages erfolgen. Im Falle von Her-
 stellungs- und Vertriebsstörungen
 durch höhere Gewalt besteht kein
 Ersatzanspruch.
 Für den Inhalt der Werbeanzeigen
 ist das jeweilige Unternehmen ver-
 antwortlich.

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

Gerichtsstand: Hilden
ISSN: 2192-5033

Der Informationsgemeinschaft zur
 Feststellung der
 Verbreitung von
 Werbeträgern
 angeschlossen.



JETZT Prämie sichern!

Bestellen Sie 6 Ausgaben zum
Jahres-Abo-Preis von nur **80 €**



**Zur Begrüßung erhalten Sie
ein exklusives Geschenk:**

Stechmesser „Professional“ (18 cm) von Solicut:
Aus hochwertigem Stahl geschliffene Klinge und Griff
aus belastbarem, antibakteriell wirkendem Kunststoff.



30-€-Gutschein BestChoice

Mit dem BestChoice-
Einkaufsgutschein haben
Sie freie Auswahl aus dem
umfangreichen Angebot
von über 200 namhaften
Anbietern. Der Prämien-
wert kann auch auf
mehrere BestChoice-Partner
verteilt werden. Gültigkeitsdauer: 3 Jahre.



Abo auch im Internet:



Einfach Coupon ausfüllen,
ausschneiden und senden an:

B&L MedienGesellschaft
Abo-Service
Postfach 34 01 33
80098 München

Oder faxen an:
(089) 370 60-111

Meine Bestellung kann ich innerhalb von 14 Tagen ohne
Angabe von Gründen schriftlich widerrufen. Zur Wahrung
der Widerrufsfrist genügt die rechtzeitige Absendung
einer schriftlichen Kündigung an: B&L MedienGesellschaft,
Abo-Service, Postfach 34 01 33, 80098 München

Ja, ich abonniere **FH** FLEISCHER-HANDWERK

6 Ausgaben zum Abo-Preis von 80 €
inkl. Postgebühren und MwSt. (Ausland: 95 €)

Als Begrüßungsgeschenk wähle ich

- ein Solicut-Messer „Professional“
 30 €-Gutschein von BestChoice

Firma

Name

Vorname

Straße, Nr.

PLZ, Ort

Telefon, Fax

E-Mail

Datum, Unterschrift

FH FLEISCHER-HANDWERK erscheint 6 mal pro Jahr. Das
Abo verlängert sich automatisch, wenn es nicht
mindestens drei Monate vor Ablauf gekündigt wird.

- Ich begleiche mein Abo
nach Rechnungseingang.
 Bitte buchen Sie den Jahres-Abo-Preis
von 80 € bzw. 95 € von meinem Konto ab:
(Abbuchungen nur von deutschen Konten)

Bankinstitut

Bankleitzahl

Kontonummer

Kontoinhaber

Datum, Unterschrift



„Ich unterstütze das **DNSV**,
weil Kinder unsere Zukunft
sind. Sie sind es wert!“

Stefan Marquard
TV-Starkoch

Foto: RollingPin



Essen will gelernt sein. Im Schulalltag wird von Schulkindern ein hohes Maß an Leistungsfähigkeit gefordert. Dafür benötigen sie eine gesunde Schulverpflegung, die leider noch nicht selbstverständlich ist. Daher widmet sich der Verein Deutsches Netzwerk Schulverpflegung e.V. der Verbesserung der Qualität in der Schulverpflegung.

Unterstützen auch Sie das DNSV mit einer Spende, Ihrem Engagement oder werden Sie Fördermitglied.

Alle Infos dazu finden Sie unter:  www.schulverpflegungev.net

