

# FH FLEISCHER-HANDWERK

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



IM PORTRÄT

Einige der beliebtesten  
Fleischer Deutschlands

PRODUKTION

Sicher räuchern

FLEISCHER MIT ERFOLG

Metzgerei Schattmaier,  
Wangen im Allgäu



Marco Theimer  
Chefredakteur

# GEMEINSAM STATT ALLEINE

**G**ut gemacht, liebe Leser! „Deutsche essen weniger Big Mac & Co.“ oder „McDonald's verkauft 2013 weniger Burger als im Jahr zuvor“ – nur zwei Schlagzeilen der letzten Wochen, die für Ihren unermüdlichen Einsatz um das Wohl der Kunden im Alltagsgeschäft stehen. Was das mit Ihnen zu tun hat? Einiges! Als Grund führt der Fastfood-Gigant laut „Focus“ nämlich das starke Geschäft mit Snack-Angeboten und an Heißen Theken bei Fleischern und Bäckern an. Auch Ihre Angebote scheinen den Bürgern also immer eher zu gefallen und besser zu schmecken, als das immer gleiche Hackfleisch-Patty zwischen zwei geschmacksneutralen Brötchenhälften. Das ist mehr als nur ein Teilerfolg für Sie alle!

Die Zeiten, in denen sich die Menschen außerhalb ihrer eigenen vier Wände immer in den gleichen Lokalen mit Essen versorgen sind vorbei. Die Verbraucher sind anspruchsvoll und möchten mit Bodenständigem und kreativen, gesunden Angeboten umworben werden. Alles das bieten auch Sie, liebe Leser! Dafür ist nicht immer ein Millionen-Werbe-Etat nötig. Manchmal genügt auch ein Flyer mit dem richtigen Angebot zur richtigen Zeit oder ein zielgerichteter „Post“ auf Facebook, um die Kasse klingeln zu lassen.

Transparenz, Glaubwürdigkeit, ehrliche Qualität und persönliche Beratung – diese Schlagworte erfüllen Sie, liebe Leser, einfach eher mit

Leben als so mancher Fastfood-Multi, bei dem es nur ums schnelle Sattwerden geht. Im Fleischerfachgeschäft steht der Mensch noch im Mittelpunkt – nicht nur die Ware. Diesen Vorteil gilt es weiterhin zu nutzen und für sich auszubauen. Dabei ist es aber auch manchmal nötig, Konkurrenzdenken untereinander zu überwinden. „Gemeinsam statt alleine“ lautet die Devise. Das gilt besonders für Herausforderungen wie den Fachkräfte- und den Azubimangel. Nutzen Sie jede Möglichkeit sich mit Ihren Kollegen auszutauschen, z. B. bei der Internationalen Handwerksmesse in München. Vielleicht hat Ihr Gegenüber ähnliche Probleme zu lösen wie Sie. Gemeinsam können Sie etwas bewegen!

## Für die besten Feste!

Unentbehrlich für alle, die gerne Gäste verwöhnen wollen.



- Mehr als 300 Seiten mit Rezepten, Tipps, Ideen und Vorschlägen für Catering und Partyservice
- 270 Rezepte von einfach und schnell bis exotisch und ausgefallen
- Komplet in einem hochwertigen Ordner mit herausnehmbaren Innenseiten

**138 €**



- Über 600 Seiten Ideen, Anregungen und Vorschläge für außergewöhnliche Tischinszenierungen
- 16 Themen-Ideen für exklusive Events mit spezifischen Dekorationsvorschlägen auf großen Panorama-Aufklappseiten
- Zu jedem Thema drei eigens entwickelte Fünf-Gang-Menü-Vorschläge, die untereinander kombiniert werden können – bis hin zu exklusiven Buffets

**149 €**

Einfach ausfüllen und per Post oder Fax an: (02103) 204 204

Bestellung: \_\_\_\_\_ Exemplar(e) des Buches „Kleine Köstlichkeiten“ à 138 €\*

Bestellung: \_\_\_\_\_ Exemplar(e) des Buches „Tisch-Events mit Genuss“ à 149 €\*

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

Tel. (02103) 20 40 · Fax (02103) 204 204  
 info@blmedien.de · www.blmedien.de



oder Sie besuchen einfach unseren Internetshop:

\_\_\_\_\_  
Name, Vorname

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
Straße/Nr.

\_\_\_\_\_  
PLZ/Ort

\_\_\_\_\_  
Datum/Firmenstempel und Unterschrift

FH 2/14

\* inkl. MwSt., inkl. Versand. Der Preis versteht sich bei Auslandsbestellungen unverzollt und unsteuerert. Übersee zzgl. Versandkosten. Preisänderungen vorbehalten.





Team der Metzgerei Schattmaier, Wangen im Allgäu

DEUTSCHLANDS  
BELIEBTESTE

**FLEISCHER**



**BRANCHENBLICK:**

Aktuelles aus der Branche ..... 4  
Obermeistertagung 2014..... 21

**AUS- UND WEITERBILDUNG:**

Erfolgreiche Quereinsteiger ..... 10  
Blätter zur Berufskunde ..... 11

**FOOD:**

Zündende Ideen für heiße Tage..... 22

**NEU – IM PORTRÄT:**

Deutschlands beliebteste Fleischer 13

**NUTZFAHRZEUGE:**

Umsatzchance auf Rädern ..... 36  
Metzgerei Forster, Tettngang ..... 40

**AKTION:**

Fit für Ostern? ..... 41

**PRODUKTION:**

Sicher räuchern ..... 44  
Auf die Hülle kommt es an ..... 48

**RUBRIKEN:**

Kollegenbörse ..... 25  
Neu auf dem Markt ..... 54  
Gesucht & Gefunden ..... 58  
Impressum..... 60

*Titelbild:  
Kürzlich feierte die Metzgerei Schattmaier in  
Wangen im Allgäu ihr 75-jähriges Bestehen.  
Nicht nur die Würstl sind hier ein echter Hit.  
Foto: Metzgerei Schattmaier*

**FLEISCHER MIT ERFOLG**

Radolfzell:  
Mit Leidenschaft,  
**Hermann Günther** ..... 26  
  
Berlin-Weißensee:  
Berliner Original,  
**Jörg Oppen** ..... 28  
  
Wörgl/A:  
Metzgerei vom alten Schlag  
**Alois Schlögl jun.**..... 30  
  
Rehling:  
Eine feste Größe,  
**Jakob Hörmann** ..... 32  
  
München:  
Frischer geht's kaum  
**Sebastian Maier**..... 34

Fotos: Metzgerei Schattmaier, Van Hees, Fleischerei Feinkost Köhler

**Bayerisches Staatministerium für Wirtschaft und Medien**  
**Meisterbonus übergeben**

Stellvertretend für 450 Absolventen hat die bayerische Wirtschaftsministerin Ilse Aigner elf Absolventinnen und Absolventen symbolisch den Meisterbonus der Bayerischen Staatsregierung in Höhe von 1.000 € überreicht. „Der Bildungsweg Handwerk ist vielfältig und bietet hervorragende berufliche Perspektiven bis hin zur Selbständigkeit oder zum Hochschulstudium“, betonte die Ministerin. Heinrich Traublinger, Präsident der Handwerkskammer München und Oberbayern, ergänzte: „Der Meisterbonus leistet einen wichtigen Beitrag zur Zukunftssicherung des Handwerks.“ Der Meisterbonus wurde von der Bayerischen Staatsregierung für alle erfolgreich abgelegten Abschlüsse der beruflichen Weiterbildung zum Meister oder einem gleichwertigen Abschluss eingeführt und gilt seit dem 1. September 2013.  
[www.stmwi.bayern.de](http://www.stmwi.bayern.de)

**Bundesministerium für Bildung und Forschung**  
**Weiterbildung in der Box**

Mit der Info- und Toolbox „Berufliche Weiterbildung im Betrieb“ bietet das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) kleinen und mittleren Unternehmen Infos und Arbeitsinstrumente wie Checklisten oder Best-Practice-Beispiele für die betriebliche Praxis. Sie kann kostenfrei im Informationsbüro „Berufliche Weiterbildung: Energie für Ihren Erfolg“ bestellt werden. [www.praktisch-unschlagbar.de/weiterbildung](http://www.praktisch-unschlagbar.de/weiterbildung)



**Fahrzeugwerk Borco-Höhns**  
**Fachausstellung für mobilen Handel**

Bei der diesjährigen Frühjahrsschau des Fahrzeugherstellers Borco-Höhns am 9./10. März 2014 in Rotenburg (Wümme) können sich Interessierte über die neusten Entwicklungen bei Verkaufsfahrzeugen sowie über Trends im mobilen Verkauf informieren. Der Eintritt ist für Fachbesucher, deren Familienmitglieder, Mitarbeiter und Geschäftspartner kostenfrei. Auf rund 15.000 m<sup>2</sup>

überdachter Ausstellungsfläche werden die mobilen Geschäfte der Marken Borco-Höhns, SEBA, Tamhart und Spewi mit Finanzierungs- und Mietangeboten, Gebrauch- und Vorführfahrzeuge, sowie die Angebote der Borco-Höhns Akademie präsentiert. Am Sonntag gibt es ein buntes Unterhaltungsprogramm mit Kinderland sowie Catering-Angeboten für das leibliche Wohl. [www.borco.de](http://www.borco.de)

**MARKENSCHAUFENSTER**



**Bizerba**  
**Hygienische Sicherheit bestätigt**

Die manuelle Schneidemaschine Validoline VSC 280 von Bizerba hat das Siegel des Bundesverbandes der Lebensmittelkontrolleure Deutschland e.V. (BVLK) erhalten. Die Oberflächenveredelung Ceraclean und die geringe Erwärmung der Maschine beim Schneiden tragen nach Ansicht der Kontrolleure zu besserer Hygiene sowie einer höheren Lebensmittelsicherheit bei. Deshalb darf das Gerät nun mit dem Zusatz „vom Bundesverband der Lebensmittelkontrolleure Deutschlands empfohlen“ verkauft werden. [www.bizerba.com](http://www.bizerba.com)

**Deutscher Fleischer-Verband**  
**Neues Konzept für die Gemeinschaftswerbung**

Die Gemeinschaftswerbung des Fleischerhandwerks in den Bereichen Nachwuchs-, und Mitgliedererwerbung wird unter neuen Schwerpunkten fortgesetzt. Dazu stellte der Fachbeirat Werbung und Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Fleischer-Verbands ein neues Konzept vor. So wird z. B. ein modernes Informations- und Werbeportal geschaffen. Neben einem breitgefächerten Online-Angebot werden auch klassische Werbemittel erstellt, die Innungen und Mitgliedsbetriebe bei der Nachwuchswerbung vor Ort unterstützen. Infomaterial für Eltern und Lehrer sind ebenso Teil des Konzepts wie eine starke Einbindung der sozialen Netzwerke. Erstmals werden auch für Fachverkäuferinnen gezielt Werbemittel erarbeitet. Die Gewinnung neuer Innungsmitglieder ist ein weiterer Schwerpunkt der Gemeinschaftswerbung 2014. Dazu werden Infomaterialien für Obermeister sowie eine Internetplattform vorbereitet. [www.fleischerhandwerk.de](http://www.fleischerhandwerk.de)



Fotos: Infobüro „Berufliche Weiterbildung: Energie für Ihren Erfolg“, Fahrzeugwerk Borco-Höhns, Deutscher Fleischer-Verband



## Marketing Handwerk „Stern des Handwerks 2013“



Die Metzgerei „Der Ludwig“ aus Schlüchtern ist „Stern des Handwerks 2013“. Eine Expertenjury aus Marketing und Handwerk kürte den hessischen Traditionsbetrieb unter 20 Finalisten zum Wettbewerbsieger.

Mit seinem konsequenten Konzept der Kundenbindung setzte sich der Fleischer gegen 128 Teilnehmer aus unterschiedlichsten Gewerken durch. Entscheidende Kriterien waren z. B. die Ansprache im Ladengeschäft, Online-Shop und Social Media-Aktivitäten sowie Events wie der Kundenclub. [www.sterne-des-handwerks.de](http://www.sterne-des-handwerks.de)

Fotos: Marketing Handwerk, Gastronomie Kaufhaus, B&L NewMedia

### B&L NewMedia

## Neue Version der App FleischereiPilot gestartet

Ab sofort ist die neue Version der App FleischereiPilot von B&L NewMedia im App Store von Apple und im Google Play Store erhältlich. Sie kann von Endverbrauchern kostenlos auf Smartphones installiert werden und bietet Fleischereien die Möglichkeit noch direkter mit diesen zu kommunizieren. Die App wurde komplett neu programmiert und bietet Fleischereien viele praktische Funktionen zur direkten mobilen Kundeninformation. Die Benutzeroberfläche ist bedienerfreundlich und intuitiv. Die Suche nach Fleischereien wurde vereinfacht. Für Fleischer, die sich entschlossen haben, ihre Marketingstrategie durch den Einsatz mobiler Onlinewerbung zu optimieren, können die neuen Kommunikations-Funktionen interessant sein: An die Kunden, die FleischereiPilot auf ihrem Smartphone installiert haben, kann die Fleischerei kostenlos Push-Nachrichten, z. B. tagesaktuelle Angebote, senden. Das ermöglicht eine unmittelbare, zielgenaue Kundeninformation ohne Streuver-

## Kompetenzzentrum für Ernährung Gewürz-Sommelier

Der Cluster Ernährung am Kompetenzzentrum für Ernährung bietet eine Qualifizierung zum Gewürz-Sommelier an. In fünf Blöcken à zwei Tagen wird der Themenkomplex aus unterschiedlichen Blickwinkeln beleuchtet. Abgeschlossen wird der Lehrgang durch eine schriftliche und mündliche Prüfung. [www.cluster-bayern-ernaehrung.de](http://www.cluster-bayern-ernaehrung.de)



### Deutscher Fleischer-Verband

## Umsatz-Kosten-Analyse läuft

Innungsbetriebe, die sich an der Umsatz- und Kostenanalyse des Deutschen Fleischer-Verbandes beteiligen möchten, haben noch bis Ende April Gelegenheit dazu. Die Betriebsberatungsstelle des DFV untersucht dafür die Daten aus der Finanzbuchhaltung des Mitgliedsbetriebs auf mögliche Schwachstellen. Als Ergebnis erhält der Betriebsinhaber einen ausführlichen Analysebericht mit Hinweisen auf Einsparpotenziale.



luste. Ebenfalls kostenlos ist das Anlegen von Newslettern und deren Versand an Endverbraucher. So können etwa Wochenspeisepläne gesendet oder auf Angebotsaktionen hingewiesen werden. Neu ist auch eine Social-Media-Anbindung, mit der die Anwender aktuelle Produktnews oder wichtige Informationen über die Pflegemaske der App einpflegen und z. B. direkt an ihre Facebookseite weiterleiten können. In der kommenden Ausgabe von „Fleischer-Handwerk“ gibt es einen ausführlichen Bericht über die App sowie ihre neuen Funktionen.

Auch auf der IHM in München vom 15. bis 17. März 2014 können sich Interessierte darüber informieren: am Messestand des Bayerischen Fleischerverbandes ist B&L NewMedia als Partner vertreten.

**IHM München – Halle B3, Stand 144**

## Die neue PT-Serie Überlegen schnell



**winterhalter**



[www.winterhalter.de/pt-scout](http://www.winterhalter.de/pt-scout)



Top Performance: brillant, schnell, sparsam



## Fleischerschule Augsburg Augsburger Augenschmaus

„Hochwertige und kreative Produkte, verkauft durch kompetentes Fachpersonal“, mit diesen Worten lobte Schulleiter Robert Baur die Teilnehmer/innen des 26. Verkaufsleiter/innen-Kurses nach dem Präsentieren ihrer Fingerfood-Platten. Im Rahmen des praktischen Unterrichts stand die Zubereitung kulinarischer Köstlichkeiten für den Partyservice auf dem Programm. Bezüglich der praktischen Prüfung gab sich der Schulleiter entspannt: „Beim Anblick dieser Platten ist mir um die praktische Umsetzung im Prüfungsrahmen nicht bange.“  
[www.fleischerschule.de](http://www.fleischerschule.de)

## Fleischerschule Augsburg Seminarprogramm mit neuen Angeboten

„Die Fort- und Weiterbildung unserer Betriebsinhaber sichert die Zukunft unserer Fachgeschäfte“, unterstrich Georg Schlagbauer, Landesinnungsmeister des Fleischerverbandes Bayern, bei der Vorstellung des neuen Seminarprogramms der Fleischerschule Augsburg. In einem aggressiven Markt sei es wichtig, sich im Spitzfeld der Konkurrenten zu bewegen, betonte der Landesinnungsmeister, der sich bei Schulleiter Robert Baur für die „organisatorische Vorarbeit“ bedankte. Dieser erklärte, dass das Seminarangebot ausgebaut und erneuert worden sei: „Wir müssen auf die Anforderungen der Betriebe eingehen und haben deshalb auch betriebswirtschaftliche Themen in die Planungen aufgenommen“. Beispiele dafür sind ein Unternehmerseminar sowie ein Seminar zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Neben Grundlagen zum Plattenlegen gibt es es auch Produktionsseminare zu den Themen „Brühwurst“ oder „Rohwurst/Rohschinken“.  
[www.fleischerschule.de](http://www.fleischerschule.de)



## MARKENSCHAUFENSTER



- \* 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](http://www.gs-de.eu)  
mail: [info@gs-de.eu](mailto:info@gs-de.eu)



## Fleischerverband Bayern

### Verstärkung angekommen

Anfang des Jahres hat der Fleischerverband Bayern die Wirtschafts- und Agraringenieurin (Schwerpunkt Fleischverarbeitung und Marketing), Bettina Poloczek, eingestellt. Dies geschah, neben der Notwendigkeit einer weiteren Stelle im Bereich der technisch-technologischen Beratung, aufgrund der strukturellen Personalplanung. Bettina Poloczek wird Svenja Fries in der technisch-technologischen Beratung sowie im Außendienst unterstützen und ihren Schwerpunkt daher in der Verbandsarbeit haben. Desweiteren wird sie ihr Engagement an der Fleischerschule Augsburg fortsetzen und Meisterschüler sowie Verkaufsleiter/innen unterrichten.  
[www.fleischerverband-bayern.de](http://www.fleischerverband-bayern.de)



tell more -  
sell more



Fritz Gempel  
marketing works

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



„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)

Fritz Gempel hat 20 Jahre Erfahrung in der Unternehmensberatung im Fleischerhandwerk

Höfener Straße 10  
90763 Fürth  
0911 766 008 90  
[fritz.gempel@gempel.de](mailto:fritz.gempel@gempel.de)

## Deutscher Fleischer-Verband

### Änderungspläne stoßen auf Ablehnung

Der Deutsche Fleischer-Verband wendet sich gegen die Bestrebungen der Europäischen Union sowie einiger Bundesländer, eine Gebührenpflicht für Regelkontrollen einzuführen. „Hier werden ordentlich arbeitende Betriebe zur Kasse gebeten, um den Mehraufwand zu finanzieren, den die Schmutzfinken zu verantworten haben,“ so DFV-Präsident Heinz-Werner Süß. Auslöser des Ärgers ist der aus dem federführenden Ausschuss des Europäischen Parlaments stammende Entwurf zur Änderung der europäischen Kontroll- und Gebührenregelungen.



Transporter  
**TOP DEAL**



Citan WORKER<sup>1</sup>

ab 11.990€

mtl. ab 89€

zzgl. gesetzl. USt.

Vito WORKER<sup>2</sup>

ab 18.990€

mtl. ab 129€

zzgl. gesetzl. USt.

Sprinter WORKER<sup>3</sup>

ab 20.990€

mtl. ab 159€

zzgl. gesetzl. USt.

# Drei Angebote, die hängen bleiben. Ganz ohne Haken.

Die Mercedes-Benz WORKER Modelle jetzt zu Top-Konditionen.

Gute Geschäfte beginnt man am besten mit einem guten Geschäft. Deswegen stellen wir Ihnen mit jedem unserer WORKER Modelle nicht nur einen verlässlichen, sondern auch günstigen Partner zur Seite. Mit attraktiven Preisen und Top-Leasingraten stellen wir so vor allem eins sicher: dass Ihre Rechnung aufgeht.

Eine Marke der Daimler AG



**Mercedes-Benz**  
Vans. Born to run.

<sup>1</sup>Citan WORKER 108 CDI kompakt / <sup>2</sup>Vito WORKER 110 CDI kompakt / <sup>3</sup>Sprinter WORKER 210 CDI Kastenwagen.

Kraftstoffverbrauch innerorts; außerorts; kombiniert (l/100 km): 5,4-5,2; 4,7-4,2; 5,0-4,6/10,1-9,1; 6,8-6,4; 8,0-7,4 / 10,6-8,9; 7,9-6,6; 8,9-7,4. CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert (g/km): 130-119/211-195/234-194. Effizienzklasse: D-A/D/D-A.

Kaufpreis ab Werk: 11.990€/18.990€/20.990€, Leasing-Sonderzahlung: 2.511,06€/3.972,74€/4.229,06€, monatliche Leasingrate: 89€/129€/159€, Laufzeit 48 Monate, Gesamtleistung 40.000 km. Das Angebot richtet sich an gewerbliche Einzelabnehmer. Den Sprinter WORKER gibt es als Kastenwagen, Pritschenwagen und mit Doppelkabine. Leasingbeispiele der Mercedes-Benz Leasing GmbH, Siemensstraße 7, 70469 Stuttgart. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. Umsatzsteuer, sofern die Beträge umsatzsteuerpflichtig sind. Anbieter: Daimler AG, Mercedesstraße 137, 70327 Stuttgart





### Messe München Internationale Handwerksmesse

Vom 12. bis 18. März 2014 präsentiert sich der Fleischerverband Bayern auf der Internationalen Handwerksmesse in München. Dazu gehört neben der „Gläsernen Wurstküche“ auch wieder eine Präsentation durch Fachaussteller (15. bis 17. März 2014) sowie ein Rahmenprogramm am traditionellen „Metzgertag“ (17. März 2014). In den Verhandlungen mit der Messegesellschaft gelang es dem Verband sowohl kostenlose

Eintrittskarten für die Betriebe als auch für deren Kunden auszuhandeln. Ein Faxformular dazu lag dem letzten Rundschreiben bei, das per E-Mail versandt wurde. Am „Metzgertag“ organisiert der bayerische Fleischerverband auch eine Podiumsdiskussion.  
[www.fleischerverband-bayern.de](http://www.fleischerverband-bayern.de), [www.ihm.de](http://www.ihm.de)

### Dr. Oetker Food-Service Digitale Pasta-Ideen

Passend zu den „La Pasta“-Produkten bietet Dr. Oetker Food-Service ein digitales Servicepaket als Tablet-App bzw. auf der Microsite [www.pasta.oetker-fs.de](http://www.pasta.oetker-fs.de) an. Darin gibt es u. a. kalkulations-sichere und kreative Rezepte für italienische Buffets, Menüs oder Wochen sowie praxisnahe Features:

- Bebilderte Zubereitungsanleitungen
- Portionsrechner zum Kalkulieren der Rezepte
- Praktische Piktogramme: Schwierigkeitsgrad und Zeitaufwand auf einen Blick
- Weitere Features nach Registrierung, z. B. Speichern eigener Favoriten, einfache Sichtung und Bestellung passender Aktionsmaterialien, Vorlagen für Speise- und Menükarten
- Passende Weinempfehlungen für Hauptgerichte

[www.pasta.oetker-fs.de](http://www.pasta.oetker-fs.de)



## EINBLICKE INS HANDWERK

„Wer gute Fleischereimaschinen baut, sollte auch gute Wurst herstellen können“: Nach diesem Motto beschritt das österreichische Unternehmen Laska einen neuen Weg: An der 1. Bayerischen Fleischerschule in Landshut absolvierten zwölf Mitarbeiter der Maschinenfabrik ein dreitägiges Produktionsseminar.

Ob Brüh-, Roh-, Kochwurst oder Salami – unter der Anleitung des 1. Fachlehrers Roland Rauscheder stellten die Teilnehmer des Intensivkurses ihr Können und Geschick in allen Bereichen der Wurstherstellung unter Beweis. Vor allem aber die bayerischen Traditionsprodukte wie die Münchner Weißwurst nach der Rezeptur von Schulgründer Max Schöner begeisterten die Einkäufer, Vertriebsleiter, Monteure, Techniker und Ingenieure. Für das oberösterreichische Unternehmen, das in Traun bei Linz Kutter, Wölfe, Gefrierfleischschneider, Feinstzerkleinerer, Mischer sowie Produktionslinien für das Fleischereigewerbe herstellt, war dieses Praxistraining ihrer Fachleute am „Endprodukt“ sehr wichtig. „Nun haben unsere Mitar-

beiter ein Gefühl dafür bekommen, wie es ist, selbst eine Wurst zu fertigen“, sagt Direktor Georg Schmidinger, der auch Leiter des Produktmanagements ist. Vertreter aller Sparten des Betriebes erhielten Einblicke in die

Künste des Metzgerhandwerks – vom Zerlegen des Fleisches über das Kuttern bis zum Füllen des Bräts und Brühen oder Reifen der Wurst. „Wir legen großen Wert auf Aus- und Weiterbildung. Auch unsere Mitarbeiter aus Verkauf,

Technik und Kundendienst sollen bestens darüber Bescheid wissen, was unsere Kunden benötigen und worauf es in der Fleischverarbeitung ankommt“, betonte Georg Schmidinger.

Roland Rauscheder brachte die Philosophie seiner Schulung auf den Punkt: „Die Qualität zählt.“ Dabei gehe es für die handwerklichen Metzger heute nicht mehr nur um die Qualität und den Geschmack der Wurst, sondern auch um Aspekte wie das Tierwohl, den Umweltschutz und vor allem um die Nachhaltigkeit der Produkte. Dies seien die wichtigsten Elemente für die Meisterschüler, Verkaufsleiter und Betriebswirte, die an der 1. BFS in Landshut ausgebildet werden.

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





Genussmomente aus Ihrem Fachgeschäft






Besuchen Sie uns auf der **IHM in München!**

15. bis 17. März 2014, auf dem  
Gemeinschaftsstand des bayerischen  
Fleischerverbands

**HALLE B3, STAND 144**

# Der Kunden- Rezeptkalender 2015

## Ihr besonderer Kundenservice:

-  Übersichtliches Monatskalendarium
-  Viele leckere Rezeptvorschläge und Tipps zum Ausprobieren
-  Ihr Firmeneindruck wirbt das ganze Jahr für Ihr Geschäft
-  Informationen über das Fleischerhandwerk
-  Für Lizenznehmer der f-Marke auch als f-Marken-Version

## Mehr Genussmomente im Internet:

Auf [www.fleischerkalender.de](http://www.fleischerkalender.de) finden Ihre Kunden viele ergänzende Informationen zu den Kalenderthemen.



**Bestellen Sie bis 30.06.2014 zum FRÜHBESTELLERPREIS!**  
Sie sparen mehr als 10%

Bitte ausfüllen und per Post oder Fax (02103 / 204 204) senden oder per Telefon bestellen: 02103 / 204 310

Ja, ich/wir bestelle(n)

hiermit zu den genannten Preisen und Lieferbedingungen \_\_\_\_\_ Stück des Fleischerkalenders 2015.

Kalender-Menge	Frühbestellerpreis/Stück bis 30.06.2014	Normalpreis/Stück ab 01.07.2014
50 bis 499 Stück	0,79 €	0,89 €
ab 500 Stück	0,77 €	0,87 €
ab 1.000 Stück	0,74 €	0,84 €
ab 2.000 Stück	0,71 €	0,81 €
ab 5.000 Stück	0,69 €	0,79 €

Zzgl. 26,- € für Ihren Firmeneindruck, einfarbig in schwarz (Eindruckfläche: 17,5 x 5,5 cm).

**ACHTUNG:** Firmeneindruck nur bei Bestelleingang bis zum **17.10.2014** möglich!

Alle Preise zzgl. Versandkosten und MwSt.

Bitte Zutreffendes ankreuzen:

- Ich bin Lizenznehmer der f-Marke und erhalte den Kalender mit f-Marke
- Ich bin nicht Lizenznehmer der f-Marke
- Firmeneindruck laut Anlage
- Firmeneindruck wie im Vorjahr
- Firmeneindruck wie Kundenzeitschrift
- Firmeneindruck lt. Logodatei (bitte senden an [kalender@blmedien.de](mailto:kalender@blmedien.de))
- Ohne Eindruck
- Bitte senden Sie mir vorab einen Musterkalender
- Ich habe noch Fragen und bitte um Rückruf
- Ich stimme zu, per E-Mail über Produktneueitern der B&L MedienGesellschaft informiert zu werden

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
Vorname/Name

\_\_\_\_\_  
Straße/Nr.

\_\_\_\_\_  
PLZ/Ort

\_\_\_\_\_  
Telefon/Fax

\_\_\_\_\_  
E-Mail

\_\_\_\_\_  
Datum/Unterschrift

# ERFOLGREICHE QUEREINSTEIGER

Mit ihrer Snack-Kreation „Tony's Toast – der TT unter den Snacks“ belegten Martina Weiser und Tony Weikelt den 1. Platz beim „Homann Snack Star 2013“. Das zeugt von Leidenschaft für ihren Beruf und die Branche an sich.

Durch ihre Berufsschule wurden Martina Weiser, Auszubildende zur Fleischereifachverkäuferin in einer Filiale der Fleischerei Richter in Niesky, und Tony Weikelt, Auszubildender zum Fachverkäufer im Lebensmittelhandwerk in einer Edeka-Filiale in Görlitz, auf den Wettbewerb aufmerksam. Die Klasse des Beruflichen Schulzentrums für Ernährung und Hauswirtschaft in Bautzen machte die Herstellung eines Snacks zum Klassenprojekt und nutzte es als Gelegenheit zur Wiederholung des Unterrichtsstoffes. Das Projekt entpuppte sich für die beiden als besonders erfolgreich. Mit ihrer Kreation aus Zigeunersauce, Krautsalat, Putenbrust, Bacon und Toast errangen sie sich den ersten Platz. „Für uns stand von Anfang an fest, dass wir keinen Snack mit Brötchen machen wollten“, beschreibt Martina Weiser: „Davon gab es in den Vorjahren des Wettbewerbs schon so viele.“



Vielleicht war es Tony Weikelts Vorerfahrung als Koch, der den beiden zu ihrer siegreichen Kreation verhalf. Nach seinem Schulabschluss entschloss er sich zu einer Ausbildung im Gastgewerbe und absolvierte den Wehrdienst. Danach arbeitete er lange als Installateur für Gasanlagen, bevor er mit 25 den Schritt wagte, nochmals eine Ausbildung zu beginnen. „Mich hat es gereizt, mit Kunden zu arbeiten und gleichzeitig mein Fachwissen als Koch einzubringen“, erinnert sich der heute 28-Jährige. Nun gibt er den Kunden vor der Theke gerne Zubereitungstipps und Rezepte mit und zeigt sich sichtlich zufrieden mit seiner Entscheidung. Für die Verleihung des „Homann Snack

Star“ gab ihm sein Arbeitgeber extra frei. „Meine Snack-Kreation würde ich natürlich gerne im Verkauf sehen und habe bereits mit meinem Vorgesetzten gesprochen, doch bei einem so großen Unternehmen ist die Einführung schwierig“, erzählt er. Dennoch möchte er auch den Regionalleiter von seiner Idee überzeugen. Mit seinem Ausbildungsabschluss im Sommer ist sein Weg noch nicht zu Ende. „Ich möchte gerne eine Weiterbildung zum Abteilungsleiter absolvieren“, plant er.

## „ERWACHSENER“ NACHWUCHS

Auch Martina Weiser kam erst spät zur Ausbildung als Fleischereifachverkäuferin. Nach langer Arbeitslosigkeit suchte die dreifache Mutter eine neue Herausforderung. Deshalb entschloss sie sich mit knapp 40 nochmal zu einer Ausbildung. „Aus meinem Bekanntenkreis habe ich oft gehört, dass keiner so etwas in diesem Alter nochmal gewagt hätte, aber mich hält das frisch. Ich wollte immer etwas Kreatives machen“, berichtet sie. Bei ihrem jetzigen Arbeitgeber hat sie dazu die Gelegenheit. Sie bestückt die Theken, bereitet Spezialitäten wie Fleischspieße zu und übernimmt die Kundenberatung. Auch in den Bereichen Bestellung und Abrechnung sammelte sie bereits Erfahrungen. „Mein Arbeitgeber hat mich sehr gefordert, ist mir jedoch immer helfend zur Seite gestanden“, berichtet sie. Ihr Engagement wird belohnt: Nach der abgeschlossenen Ausbildung möchte der Betrieb sie übernehmen. Das bedeutet jedoch auch für Martina Weiser nicht das Ende der Fahnenstange. In Zukunft möchte sie sich für den Nachwuchs engagieren und auf ehrenamtlicher Basis für die Prüfungskommission arbeiten. *aho*



Ein Video zum „Homann Snack-Star 2013“ gibt es online unter: [www.fleischnet.de/snackstar](http://www.fleischnet.de/snackstar)





Ernährungsberatung hilft den Kunden beim Abnehmen und führt zu einer gesunden und ausgewogenen Ernährung, zu der auch Fleisch und Wurst dazu gehören. Deshalb muss sie im Fleischerfachgeschäft immer auch dem Umsatz sowie dem Mehrverkauf dienen.

## ERNÄHRUNGSBERATUNG BEIM VERKAUF

### Mehr Wissen über die menschliche Ernährung hat für Bedienstete im Fleischerhandwerk gleich zwei Vorteile:

1. Wer mehr über Ernährung weiß, ernährt sich selbst gesünder. Und, wer das macht, sieht auch besser aus – Gesundheit und Schönheit hängen eng zusammen.
2. Wer mehr über Ernährung weiß, kann den Kunden vor der Bedientheke mit nützlichen Tipps helfen und qualifiziert sich selbst zum geschätzten Partner.

Ernährungsberatung ist eines der zukunftsstarken Fortbildungsthemen im Fleischerhandwerk. Einige Beispiele zeigen, wie das Wissen um Ernährung starke Argumente für Fleisch und Wurst liefert:

- **Eiweiß:** 1 g Eiweiß hat 4,1 kcal (Kilokalorien), genau soviel wie 1 g Kohlenhydrate. Zum Vergleich: 1 g Fett hat 9,3 kcal und 1 g Alkohol 7,2 kcal. Eiweiß ist der Baustoff des menschlichen Körpers. Damit „baut“ und erhält er die wichtigen Organe, das Blut und viele weitere wichtige Substanzen. Eiweiß ist aber auch der Baustoff für alles, was viele am Körper als „schön“ empfinden: kräftige Muskeln, straffe Haut, stabile Fingernägel oder festes Haar. Der Mensch kann Eiweiß aus dem Fleisch von Tieren besser verwerten als das von Pflanzen.

**Ihr Fleischargument:** Mageres Fleisch besteht zu 80 % aus Wasser und zu 20 % aus wertvollem tierischem Eiweiß. Das ist gut für ein gesundes Wohlfühlen.

- **Vitamine:** Die Vitamine B1 und B12 (auch „Fleischvitamin“) sind Musterbeispiele für wichtige Vitamine, die vor allem in Fleisch enthalten sind. Menschen, die sich vegan ernähren, nehmen oft Vitaminpräparate zu sich, um damit auszugleichen, was dem Körper bei einer fleischlosen Ernährung fehlt. Rindfleisch ist ein sehr guter Lieferant von Vitamin B12, Schweinefleisch von Vitamin B1. Schon ein Schweineschnitzel mit etwa 140 g deckt den Tagesbedarf eines Erwachsenen an B1 Vitamin.

**Ihre Fleischargument:** Fleisch hat viele wichtige Vitamine. Schweinefleisch hat viel Vitamin B1 – dieses Vitamin fördert die Konzentration und die Kondition. Rindfleisch hat am meisten Vitamin B12 – dieses Vitamin ist unter anderem wichtig für das Nervensystem.

- **Eisen:** Für viele Körperfunktionen ist das Spurenelement Eisen unverzichtbar. Es transportiert etwa den Sauerstoff im Körper. Eisenmangel ist die wichtigste Ursache für Blutarmut. Wer zu wenig Eisen aufnimmt, ist schnell erschöpft, hat eine blasse und spröde

Haut sowie brüchige Fingernägel und Haare. Eisen aus Fleisch kann der Körper besser verwerten als Eisen aus pflanzlicher Nahrung, denn dieses muss der Körper erst in die Form des tierischen Eisens „umbauen“. Rind- und Kalbfleisch sowie Innereien sind sehr gute Eisenlieferanten.

**Ihr Fleischargument:** Fleisch ist der beste Lieferant für das Spurenelement Eisen. Dieses Spurenelement ist wichtig für die körperliche Fitness sowie ein gesundes Aussehen.

- **Zink:** Das Spurenelement Zink ist wichtig für das Immunsystem. Es hilft dabei Krankheiten frühzeitig abzuwehren und gesund zu bleiben. Der Körper kann Zink nur begrenzt speichern und braucht dessen ständige Zufuhr. Fleisch, besonders von Rind, Kalb und Lamm sowie die Innereien sind wichtige Lieferanten.

**Ihr Fleischargument:** Fleisch und Innereien enthalten viel Zink. Damit kann der Körper etwa leichter Kollagen aufbauen, was eine straffe Haut zur Folge hat, oder das männliche Sexualhormon Testosteron produzieren.

- **Kalorien:** Das Beste an Fleisch ist, dass es auch beim Abnehmen helfen kann. Einige Vergleiche verdeutlichen das: 300 g mageres Rind, Kalb- oder Schweinefleisch haben mit rund 330 kcal nur so viel Nährwert, wie gut 50 g Erdnüsse oder ein Viertel Liter kräftiger Rotwein. Mageres Fleisch ohne sichtbares Fett von Hähnchen und Pute hat etwa ebenso viele Kalorien, wie das von Schweinen oder Rindern. Manche Fleischerzeugnisse haben mehr Kalorien, aber trotzdem kaum Fett. Das beste Beispiel ist magerer roher Schinken (Lachsschinken): Er hat pro 100 g etwa 20 % mehr Kalorien als das vergleichbare frische Fleisch. Das liegt daran, dass beim Trocknen, Reifen und Räuchern das Wasser austritt und ein besonders wertvolles tierisches Lebensmittel zurückbleibt. Viele rohe Schinken haben durch lange Reifezeit bis zu 180 % Frischfleisch – das Beste vom Fleisch bleibt so immer erhalten. Um Kunden die abnehmen wollen, ideal zu beraten, sollte man auch Zubereitungstipps geben können – denn sonst hat die Soße zum Schnitzel schnell mehr Nährwert als es selbst.

**Ihr Fleischargument:** Mageres Fleisch und magere Fleischerzeugnisse sind ideal zum Abnehmen.

- **Tipps:** Probieren Sie es selbst aus! Erklären Sie den Kunden, wie Sie selbst mit Fleisch und Wurst zur Wunschfigur gekommen sind. Erkennen Sie im Rahmen der eigenen Fortbildung im Bereich Ernährungslehre die Chancen aber auch die Grenzen Ihrer Beratungsmöglichkeiten.

Fritz Gempel





# WISSENS-CHECK TRAINING:

## Know-how: Zu Ernährung verkaufsorientiert beraten!

Die Aufgabe besteht darin, die folgenden Fragen zu lösen und die entsprechenden Antworten auf dem Zettel zu notieren.



### Vervollständigen Sie diese Sätze:

- Mageres Fleisch besteht zu \_\_\_\_\_ % aus Wasser und zu \_\_\_\_\_ % aus Eiweiß.
- Das Spurenelement Zink braucht der menschliche Körper vor allem für \_\_\_\_\_.
- Das Spurenelement Eisen braucht unser Körper vor allem für \_\_\_\_\_.
- Für feste Fingernägel benötigt der menschliche Körper auch das Spurenelement \_\_\_\_\_, das vor allem durch Fleischverzehr geliefert wird.



### Ein Kunde möchte abnehmen.

- Nennen Sie fünf Fleischsorten, die Sie empfehlen.
- Notieren Sie mindestens zwei wichtige Spurenelemente, die vor allem in Fleisch vorkommen.
- Lachsschinken hat mehr Kalorien als roher Schweinelachs, aber gleich wenig Fett. Begründen Sie, warum das so ist.



### Streichen Sie den falschen Satz:

- Eiweiß ist der Baustoff unseres Körpers.
- Eiweiß ist der Brennstoff unseres Körpers.



### Finden Sie die beiden falschen Aussagen:

- Eiweiß macht schön und ist gut für Muskeln, Haut und Haare.
- 1 g Eiweiß hat 7,2 Kilokalorien (kcal)
- Tierisches Eiweiß kann unser Körper besonders gut verwerten.
- Eiweiß und Alkohol sind zwei wichtige Nährstoffe unseres Körpers.



### Fachrechen-Aufgabe:

Um abzunehmen, reduziert ein Kunde seine tägliche Zufuhr an Kalorien auf 1.500 kcal. Das Frühstück besteht u. a. aus 80 g gekochten Hinterschinken ohne sichtbares Fett mit je 113 kcal/100 g. Zum Mittagessen gibt es zwei Wiener Würstchen mit 80 g, 100 g haben 270 kcal. Zum Abendessen gibt es 250 g gegrilltes mageres Fleisch mit je 120 kcal/100 g. Wieviel % der maximalen Kalorienzufuhr hat der Kunde mit seiner sehr fleischhaltigen Diät schon erreicht? Wie viele kcal stehen noch für weitere Lebensmittel zur Verfügung?





DEUTSCHLANDS  
BELIEBTESTE

FLEISCHER

# Den Wünschen angepasst

Weit über die Stadtgrenzen bekannt, ist der Partyservice der Fleischerei Harms in Buchholz in der Nordheide. Sehr beliebt ist das Fingerfood-Buffet mit Leckereien wie Yakatori-Spießen, Mini-Wraps und Shrimps im Kartoffelmantel, das der Wurst- und Käseplatte längst den Rang abgelaufen hat.

Die Kunden schätzen die Innovationsfreude des traditionsreichen Betriebes. So verwundert es nicht, dass Leser von „Lukullus“, „Lukullus TV“ sowie „Genießen und reisen“ die Fleischerei im Rahmen einer Befragung zu einer der beliebtesten Metzgereien Deutschlands gewählt haben. Wer die Fleischerei um die Mittagszeit betritt, trifft auf einen rappelvollen Parkplatz und viele Kunden an der Heißen Theke. „Unser Mittagstisch, bei dem wir je zwei Hauptgerichte und eine Suppe sowie Salate und Nachspeisen anbieten, ist äußerst beliebt“, betont Petra Harms, die ihren Mann, Fleischermeister Jens Harms, seit über 20 Jahren im Betrieb unterstützt. Ob traditionelle Gerichte wie Erbsensuppeneintopf mit Würstchen und Grünkohl mit Kasseler oder feinere Kreationen wie Lammkeule an Preiselbeersauce oder Lachsfilet mit Gemüsestreifen und Rieslingsauce: die frische, saisonale und wöchentliche wechselnde Küche im Bistro Harms kommt gut an. „Wichtig ist auch, dass es schnell geht und die Leute keine Berührungsängste haben. Zu uns kommen etwa viele Handwerker in Arbeitskleidung zum Mittagessen“, berichtet Petra Harms. 1997 hatte Jens Harms in dritter Generation den elterlichen Betrieb übernommen. Die Geschäftsräume wurden modernisiert und ein Bistro angegliedert. Zu den neun Mitarbeitern zählt auch der Koch Dierk Ulber.

## ANGEBOT IM WANDEL

„Das Geschäft hat sich im Vergleich zu früher enorm geändert“, sagt Petra Harms. So sei heute neben dem warmen Mittagstisch der Partyservice der Renner. Hier sind die beiden auch am Wochenende voll im Einsatz, sowohl für Buffets für private als auch gewerbliche Anlässe. Heute sei nicht mehr der klassische Braten gefragt, sondern neben dem Fingerfoodbuffet etwa ein leichtes italienisches Buffet mit Ru-

cola-Parmesan-Salat, Antipasti, Salami/Mortadella-Platte und hausgemachter Lasagne. Bis 2009 schlachtete Jens Harms noch selbst, dann stellte er auf Neuland-Fleisch um. Wurstwaren, Bratwurst und Würstchen werden noch selbst produziert. In dieser Region kannte man Neuland vor ein paar Jahren noch nicht, dies habe sich laut Petra Harms aber geändert und die Kunden honorieren das Fleisch aus besonders artgerechter und umweltschonender Tierhaltung. „Ich sage immer, essen Sie doch weniger Fleisch, aber dafür Gutes. In dieser Hin-

sicht haben uns Fleischskandale nicht geschadet, sondern eher genützt, weil die Verbraucher mehr auf die Fleischqualität achten“, sagt sie. Neben der Qualität schätzen die Kunden auch die professionelle Bedienung und Beratung durch den Inhaber – auch das schafft Vertrauen. Jens und Petra Harms kennen rund 80 % ihrer Kunden mit Namen. Das sei eben der Vorteil eines inhabergeführten Geschäftes. A.HöB

[www.fleischerei-bistro-harms.de](http://www.fleischerei-bistro-harms.de)





# Typisch Allgäu

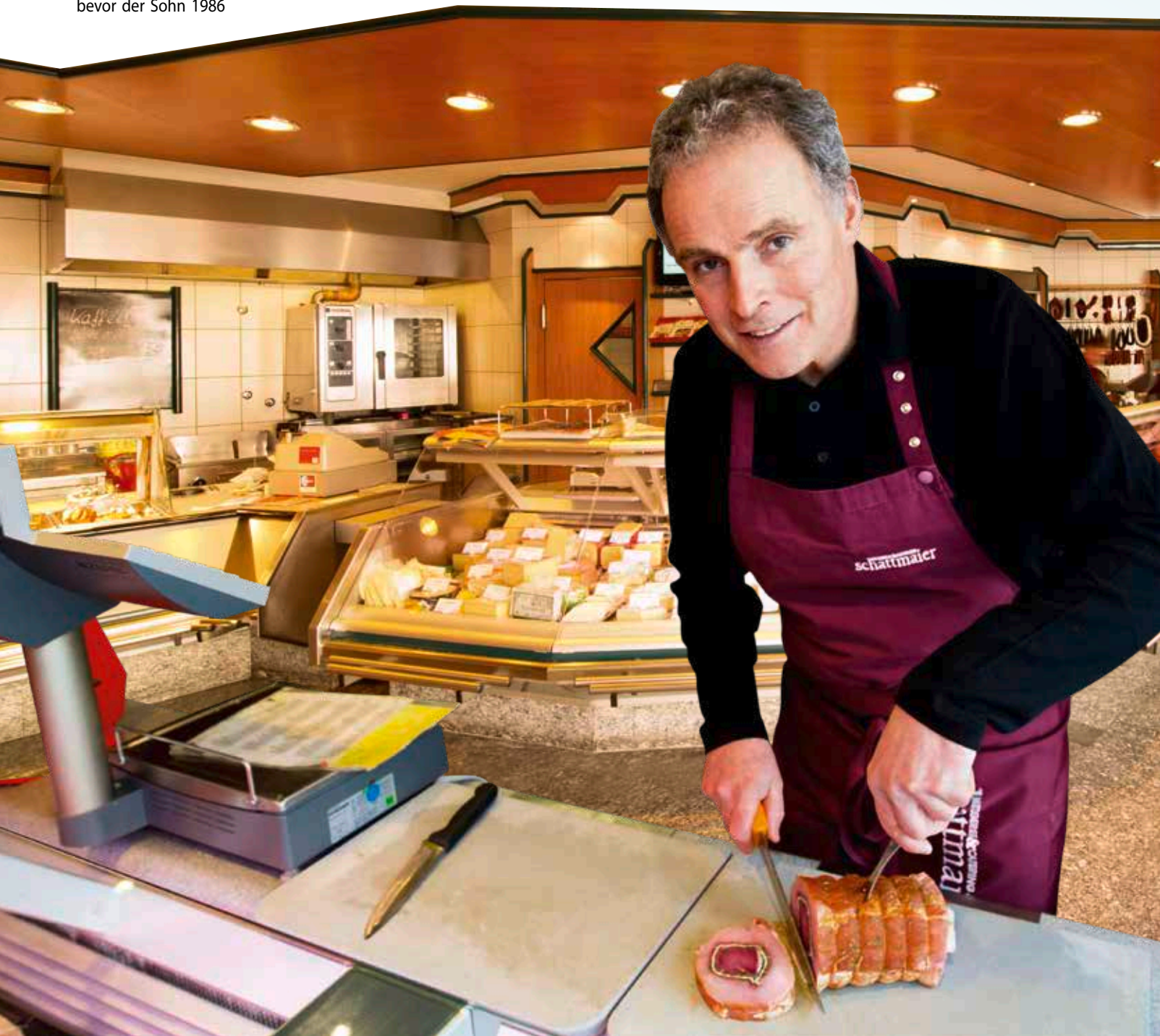


In der letzten Februarwoche feierte die Metzgerei & Catering Schattmaier in Wangen im Allgäu ihr 75-jähriges Bestehen. Tradition, Naturverbundenheit und handwerkliche Tradition führen Hannes und Sibylle Schattmaier in dritter Generation im Sinne ihrer Vorfahren konsequent fort – und gehen doch eigene Wege.

**G**egründet hat die Metzgerei Hannes Schattmaiers Großvater 1938. Sein Vater führte den Betrieb fort, bevor der Sohn 1986

einstieg und den Betrieb im Jahr 2000 übernahm. Fleischermeister ist er seit 1987 und setzte danach noch den Betriebswirt des

Handwerks drauf. Seine Ehefrau unterstützt ihn in der Buchhaltung und war zuvor selbständig. Fast jeden Tag geht es bei der Metzgerfami-





lie, zu der Sohn Luca (13) und Tochter Louisa (11) gehören, und ihren rund 20 Mitarbeitern von früh bis spät um Fleisch und Wurst. „Ein wichtiger Punkt, den der Onlinehandel nicht bieten kann, ist die persönliche Präsenz im Betrieb. Und das merken und schätzen die Kunden und natürlich auch die Mitarbeiter“, betont Hannes Schattmaier. Von denen sind viele seit über 20 Jahren beschäftigt. „Einer der Fleischergesellen ist sogar schon im 41. Jahr bei uns“, berichtet der Metzgermeister. Bei so viel Kontinuität verwundert es nicht, dass der Anteil an Stammkunden sehr hoch ist – obwohl es noch zwei weitere Metzger in der 25.000-Einwohner-Stadt gibt. Rund um die Metzgerei sind einige Schulen angesiedelt, sodass vielen Schülern die Angebote aus der Heißen Theke willkommen sind. Für die gibt es z. B. den „Mc Schatty“ –



einen Burger mit Leberkäse (3 €) oder Fleischküchle (3,50 €) mit Spiegelei, Essiggurke und Bergkäse. Die Tagesessen für das Mittagsgeschäft, die von einer Köchin zubereitet werden, wechseln täglich und werden auch in der Filiale im Ortsteil Neuravensburg angeboten. Daraus hat sich über die Jahre hinweg ein erfolgreiches Cateringgeschäft entwickelt, das etwa 20 % vom Umsatz ausmacht. „Dieses reicht von zehn Personen bis zu 500 Personen bei der Bewirtung der Stadthalle“, erklärt der Metzgermeister, der auch stv. OM der Fleischer-Innung Ravensburg ist. Zudem beliefert er seinen Bruder, der ein eigenes Unternehmen hat mit Fleisch und Wurst und im Bereich Kantinen- und Schulverpflegung sein Geld verdient.

### REGIONAL VERWURZELT

Eine artgerechte Haltung und Schlachtung der Tiere ist den Schattmaiers wichtig. Deshalb wird auch nur Fleisch der Marke „regio Select“ der Metzgergenossenschaft Ravensburg zerlegt und verarbeitet. Pro Woche sind das rund 25 Schweinehälften, ein Rind und ein Kalb, die zu 40 % Frischfleisch und 60 Wurstwaren verarbeitet werden. In der seit 2008 EU-zertifizierten Produktion und Zerlegung arbeiten ein Meister und zwei Gesellen. Am stärksten verkauft werden unter anderem Wienerle, Leberkäse in fünf Sorten, Schinkenwurst und Weißwürste, die die Metzgerei auch an den „Fidelisbäck“, eine Bäckerei mit gastronomischem Brotzeitkonzept wenige Meter entfernt liefert. In den Bedientheken finden die Kunden zudem selbstgemachten Kartoffelsalat sowie viele weitere Feinkostsalate, die nach Hausrezepten zubereitet werden. „Zu unseren Spezialitäten zählen die geräucherte Schwarzwurst – mit Chili oder klassisch – oder eine feine Sardellenleberwurst, die es aber nur in der Zeit vor Weihnachten gibt“, so Hannes Schattmaier. Beworben werden die Produkte auch via TV-Bildschirm im Laden sowie in 30 anderen Geschäften sowie Arztpraxen. Für ihre Jubiläumswoche vom 22. bis 1.3.2014 hatte sich das Metzgerpaar etwas besonderes für die Kunden ausgedacht. Eine „Jubiläumstüte“ im Wert von 7,50 €, die der Schwäbischen Zeitung beilag, konnten die Kunden mit Vesperspezialitäten (1 Bierwurst, 1 Schinkenwurst, 1 Paar Landjäger, 1 Paar Saiten und 1 scharfes Vespermesser) befüllen lassen und dabei 25 % beim Einkauf sparen. Und am Jubiläumssamstag gab es als kleines Giveaway eine Dose Schattmaier-Prosecco.

### MITEINANDER STARK

Neben seinem Betrieb und der Innung engagiert sich Hannes Schattmaier in der „Händlervereinigung Handel & Gewerbe e.V.“, der etwa 90 mittelständische Betriebe aller Couleur angehören und die es seit zehn Jahren gibt. „Dieser Zusammenschluss setzt sich dafür ein die Kaufkraft zu stärken und verfolgt das Interesse, das die Innenstadt attraktiv bleibt“, erklärt der Metzgermeister. Ein Instrument dabei ist ein Rabattsystem, bei dem jeder Kunde ab einem Einkauf von 10 € zehn Punkte erhält. Diese können in einigen Betrieben direkt eingelöst oder bei den Banken in Einkaufsgutscheine umgewandelt werden. So wurden in dieser Zeit schon 3 Mio. € an die Kunden rückvergütet. „Das kommt letztlich allen zugute. Die Stadt hat erkannt, dass die Häuser in der Innenstadt nur schön aussehen, wenn es auch ihren Besitzern gut geht“, resümiert der Metzgermeister. *mth*

### ERFOLGSFAKTOREN:

- Hohe Qualität und Frische
- Gut ausgebildete und motivierte Mitarbeiter
- Großes eigenes Engagement und tägliche Präsenz
- Gute Partner und Lieferanten
- Glaubhafte Regionalität und Transparenz
- Nutzung eines Rabattsystems zur Stärkung der Innenstadt

### KONZEPT

#### METZGEREI SCHATTMAIER – WANGEN IM ALLGÄU

Familiengeführte Metzgerei in dritter Generation im Allgäuer Dreiländereck Deutschland, Österreich und Schweiz. Cateringgeschäft und eine Filiale im Nebenort.

### PROFI-PARTNER

- Artikel für das Zusatzgeschäft: Megra Ravensburg
- Bandsäge: Mado
- Füller: Handmann
- Gartechnik (Küche): Rational
- Gewürze: Raps, Van Hees, Hagesüd Interspace
- Kassensystem: Bizerba
- Kochkessel: Voss Schott
- Kutter: Alpina
- Pökelinjektor: Rühle
- Räuchertechnik: Maurer Atmos
- Spül- und Reinigungstechnik: Winterhalter
- Wägetechnik: Bizerba



## Metzgerei Breitsameter Mammendorf

Bereits im Jahr 1979 aus der Metzgerei Spannruft heraus gegründet und von Ludwig Breitsameter 1996 auf die jetzige Größe und Ausstattung gebracht, wird die Metzgerei Breitsameter seit 2013 von Metzgermeister **Robert Breitsameter** (4.v.r) geführt. Durch die erfolgreiche EU-Zulassung werden die Tiere, die von Landwirten aus der Region stammen, selbst geschlachtet. Daraus entstehen z. B. Brühwürste, geräucherte Spezialitäten oder milde Schinken. Das Rindfleisch reift vor dem Verkauf mindestens drei Wochen. Zu den im vergangenen Jahr bei der f-Qualitätprüfung des Bayerischen Fleischerverbandes prämierten Produkten zählen z. B. die Haussalami, die Bierkugel mit Knoblauch und Koriander, der behutsam geräucherte Landrauchschinken sowie die Delikatess Leberwurst.  
[www.metzgerei-breitsameter.de](http://www.metzgerei-breitsameter.de)



## Metzgerei Boneberger Freising



1991 tritt Michael Walk in die Metzgerei Boneberger aus Schongau ein. Aus damals nur einem Geschäft heraus entwickelte sich eine erfolgreicher Filialist mit heute 17 Betrieben. Einer davon ist die Filiale in Freising, die seit 2003 zum Unternehmen gehört. Sie wird vom langjährigen Mitarbeiter **Andreas Lang** (r.) geleitet. Qualität, Ehrlichkeit und Vertrauen auf die Kraft des traditionellen Handwerks sind die Basis des Erfolges. [www.metzgerei-boneberger.de](http://www.metzgerei-boneberger.de)





Weitere beliebte  
Fleischer gibt es  
auf Facebook!  
[www.facebook.com](http://www.facebook.com)



## Metzgerei Stadler Landshut



Das Schweinefleisch kommt aus dem eigenen Mastbetrieb und die Petersilie vom Biohof nebenan. Metzgermeister **Andreas Stadler** (r.) aus Vilsheim bei Landshut ist seit 2009 selbständig und legt großen Wert auf Frische: „Lieber produziere ich weniger und dafür öfter, damit es immer frisch ist.“ Fünf eigene Filialen im Raum Landshut beliefert der 43-Jährige. Den Tieren in seinem Stall gönnt er viel Platz und die Zutaten für die Wurst stammen fast alle aus der Region. [www.metzgerei-stadler.de](http://www.metzgerei-stadler.de)



## Metzgerei Franz München-Laim



Seit 2009 führt Metzgermeister **Franz Künzner** (3.v.l) die Metzgerei Franz in der Fürstenrieder Straße in München-Laim. 500 Essen täglich und rund 90 % Stammgäste sind ein deutlicher Beweis dafür, dass sein Konzept aus Metzgerei und gastronomischem Angebot bestens funktioniert. Sukzessive hat der Metzgermeister für seine Heiße Theke in hochwertige Technik investiert und damit einen hohen Anteil am Stammkunden gewonnen. Die Speisen werden ab 6 Uhr morgens über den ganzen Tag hinweg zu 100 % in der direkt hinter der Heißen Theke gelegenen Küche frisch zubereitet. Außerdem freuen sich die Kunden über eine Café-Theke, an der es Heißgetränke und Backwaren gibt sowie einen „Brotzeitgarten“ im Außenbereich. Pro Woche kommen rund 4.000 Kunden ins Geschäft. [www.metzgerei-franz-gmbh.de](http://www.metzgerei-franz-gmbh.de)



## Metzgerei Boneberger München-Großhadern



Diese Filiale der Metzgerei Boneberger im Münchner Süden gehört seit Mai 1998 zum Unternehmen. Der Laden wurde im März 2010 aufwändig renoviert und wird von vielen Kunden neben den frischen Fleisch- und Wurstwaren und der Heißen Theke auch wegen der Möglichkeit zum Parken geschätzt. Hier wurde erstmals eine „stille Kühlung“ umgesetzt. Geleitet wird diese Filiale von Metzgermeister **Bernd Müller** (m.).  
[www.metzgerei-boneberger.de](http://www.metzgerei-boneberger.de)

## Gourmet-Metzgerei Wolf Nürnberg

Bereits seit 1905 liegt der Nürnberger Familie Wolf das Metzgerhandwerk im Blut. Seit 2002 setzt **Stefan Wolf** (2.v.r.) mit seiner Frau Tatjana (l.) diese Tradition fort, zu der vor allem der Anspruch gehört, als Gourmet-Metzger nur hochwertige und handwerklich verarbeitete Rohwaren anzubieten. Getreu dieser Philosophie kooperiert der Handwerksbetrieb seit 1992 mit der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall. Denn Regionalität, artgerechte, bäuerlicher Erzeugung sind für die Metzgerfamilie der Garant für Qualität von Anfang an. Die Sorgfalt bei der Rohstoffauswahl, kombiniert mit der täglich frischen Produktion nach Familienrezepten, sind das Geheimnis des Erfolgs. Das kommt nicht nur bei der Laufkundschaft gut an, sondern auch bei den Kunden aus der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung.  
[www.gourmetmetzgerei-wolf.de](http://www.gourmetmetzgerei-wolf.de)





*Mit geformten  
Produkten zum Erfolg*

60  
1954 - 2024

**VIELFALT**

● *Rundformer RF 440: für Klößchen, Kroketten und Hamburger*

### *Individuelle Trendprodukte formschön und formstabil produzieren*

Mit nur einem System zu großer Produkt- und Formenvielfalt. Ein wahrer Alleskönner, speziell geschaffen für Handwerks- und Mittelbetriebe. Für ein vielfältiges Angebot und meisterliche Produktqualität – grammgenau portioniert, appetitlich geformt, wirtschaftlich produziert.

*Automatisierte Vielfalt, appetitlich wie handgemacht.*



## Rundformer RF 440

Der modulare Aufbau des Systems sorgt für höchste Flexibilität: das Transportband 446 ermöglicht die Integration des Plättbands 446-30 für Burger wie von Hand geformt. Weitere nachgeschaltete Prozessschritte wie Braten, Frittieren und Verpacken sind mit dem durchdachten Modulsystem problemlos möglich.

**BIETEN SIE IHREN KUNDEN APPETITLICHE UND INDIVIDUELLE TRENDPRODUKTE.**



**Fleischverarbeitung:** Hamburger wie handgemacht, Frikadellen, Bällchen **Vegetarische Produkte:** Gemüseburger, Käsetaler, Kartoffelburger **Klöße:** Kartoffelknödel, Semmelknödel, Gemüseknödel **Suppeneinlagen:** Brätknödel, Grießknödel, Leberknödel

## Vorteile

- ⊙ Hohe Produktionsleistung bis zu 150 Portionen/min bei größter Gewichtsgenauigkeit und Formtreue
- ⊙ Nachfolgende Prozessschritte wie Braten, Frittieren, Verpacken flexibel integrierbar
- ⊙ Einfache Handhabung ermöglicht schnelles und effizientes Arbeiten
- ⊙ Ideal für appetitliche Convenience-Produkte in großer Formenvielfalt
- ⊙ Vielseitige Produktion von kugel-, kegel- und eiförmigen Produkten in 10-94 mm Durchmesser möglich

**handtmann**  
Ideen mit Zukunft.





## „NEUE WEGE GEHEN“

Mit diesem Satz lässt sich die 9. Obermeistertagung des Deutschen Fleischer-Verbandes im Tagungszentrum der Festung Marienberg in Würzburg zusammenfassen. 135 Obermeister sowie Delegierte aus den überwiegend süddeutschen Innungen tauschten sich über die Herausforderungen und Chancen der Zukunft aus.

Die rege und aktive Teilnahme kommt nicht von ungefähr. „Die Obermeistertagung ist ein fester Bestandteil des Jahreskalenders unserer Branche. An diesem Erfolg haben Sie alle teil“, betonte DFV-Präsident Heinz-Werner Süss. Danach stellte Hauptgeschäftsführer Martin Fuchs die Arbeitsschwerpunkte 2014 vor. Dazu zählen u. a. die Berufsbildung, Themen wie die Mindestlohndebatte oder die Ungleichbehandlung von Industrie und Handwerk bezüglich der EEG-Umlage, die auch im Zentralverband des Deutschen Handwerks forciert werden. Ans Herz legte er den Anwesenden auch das diesjährige Seminarprogramm und wies auf den Workshop „Ehrenamt und Verbandsarbeit“ am 24./25. Juni 2014 im Ausbildungszentrum der BGN Reinhardbrunn hin. Große Zustimmung erhielt das neue Gesamtkonzept der Gemeinschaftswerbung, bei dem erstmals keine TV-Werbung mehr stattfindet, sondern die frei gewordenen finanziellen Mittel für andere Schwerpunkte eingesetzt werden. Im Fokus stehen zahlreiche Maßnahmen der Nachwuchs- und Mitgliederwerbung (siehe S. 4). Die gesamte Nachwuchswerbung konzentriert sich in einem Portal, das Informationen für Schüler, Azubis, Ausbildungsbetriebe und Lehrer bereithält. Weitere Schwerpunkte in diesem Bereich sind Aktionen mit der Jugendfeuerwehr, Kinospots oder ein Gewinnspiel. Anschließend

erläuterte Pressesprecher Gero Jentzsch den Bereich Neue Medien und stellte Möglichkeiten vor, wie potenzielle Auszubildende z. B. über das beroobi-Portal, Facebook, YouTube & Co. gezielter angesprochen werden können. Erstmals sei auch ein Einstieg in die „klassische“ Internetwerbung möglich. Den letzten Vortrag übernahm der neue betriebliche Berater des DFV, Hans-Christian Blumenau, in dessen Mittelpunkt die Instrumente zur betriebswirtschaftlichen Kontrolle, der Betriebskostenvergleich sowie die Umsatz- und Kostenanalyse standen.

### AKTIVE DISKUSSION

Während der Vormittag von Redebeiträgen und anschließender Diskussionen geprägt war, fand der zweite Teil der Tagung in neuer Form statt: Moderiert von Martin Fuchs gingen die Rechtsanwälte Thomas Trettwer und Kirsten Diessner sowie Dr. Wolfgang Lutz und DFV-Technologe Axel Nolden im Wechsel auf praxisnahe Fragestellungen ein, die im Vorfeld der Tagung telefonisch eingegangen waren. Dies betraf die Themenfelder Kennzeichnung, Schlachten, Energie, Hygiene, Gebühren, Verkehrsauffassung/Verkauf sowie Steuer- und Arbeitsrecht. So bot der Verband u. a. Hilfe bei der Erstellung von Nährwertangaben auf Dosen und Gläsern an. Wer einen Bayerischen Leberkäse herstellt, muss dafür nicht ausschließlich bayerisches Schweinefleisch verwenden, da es

sich dabei nur um eine Verkehrsbezeichnung handelt und nicht um eine Herkunftsangabe. Bezüglich der Standardanweisungen beim Schlachten empfahl Dr. Wolfgang Lutz den jüngst erschienenen DFV-Leitfaden zu nutzen. Auch das Thema Energieeinsparen im Betrieb kam zur Sprache, zu dem OM Konrad Ammon jun. einige Tipps aus seiner langjährigen Erfahrung gab. Zudem kam die Frage auf, ob bei Buletten oder Schnitzel in der Heißen Theke laut DIN-Norm über längere Zeit eine Temperatur von 65°C einzuhalten sei. Dies gelte nur für Suppen und Saucen, für Fleisch könne man die Temperatur sinnvoll reduzieren – natürlich nur, wenn keine hygienischen Bedenken dage-

gen sprechen. Zum Abschluss bedankte sich Heinz-Werner Süss für die aktive Mitarbeit.

*mth*



# ZÜNDENDE IDEEN FÜR HEISSE TAGE

Die Zeiten, in denen nur Bratwürstchen und Steaks auf den Rost kamen, sind vorbei.

Der Trend zu abwechslungsreichen Schlemmereien hat auch die Outdoorküche erfasst.

Immer öfter werden ideenreiche Grilladen in kleineren Portionen nachgefragt.



Fleischer (Dr. Oetker)



Van Hees

Dem Duft von Gegrilltem kann kaum jemand widerstehen. Ein Trend ist, dass die Fleischstücke kleiner, abwechslungsreicher und raffinierter werden. Viele Kunden möchten nicht von einem Steak oder Spieß satt sein, sondern eine Vielfalt probieren. Wiegt ein Spieß über 200 g ist der Stückpreis sehr hoch. Kleinere Portionen sind daher auch von der Preiskalkulation her interessanter. Dies bestätigt auch der Fachberater der Avo-Werke Jan Thiede: „Ich bin der festen Überzeugung, dass sich auch beim Thema Grillen das Fingerfood durchsetzen wird. Grillfertige Kleinigkeiten sind im Trend. Deshalb mein Tipp: Wenn möglich sollten die Grillspezialitäten nur zwischen 50 und 100 g schwer sein. So kann man den Kunden viele verschiedene Geschmackserlebnisse präsentieren.“ Generell gilt es, mit Ideenreichtum zu glänzen, um die Kunden während des ganzen Sommers in Grill-Laune zu halten.

## RUND UM DIE WELT

Kreative Bratwürste und Steaks sind die Grundlage der Grilltheke. Das zusätzliche Angebot sollte überraschen, begeistern und neugierig machen. Deshalb müssen Besonderheiten dafür sorgen, dass den Kunden

schon beim Anblick das Wasser im Munde zusammenläuft. Unterstrichen wird das Ganze mit passenden Aktionsüberschriften. So generiert man ein Umsatzplus und sorgt dafür, dass die Kunden in den Sommermonaten „am Ball bleiben“. Fachkräfte hinter der Theke können sich z. B. durch einen Blick auf den Globus inspirieren lassen. Überall auf der Welt wird gegrillt. In Amerika ebenso wie in Italien, Griechenland oder Brasilien. „Bella Italia“ lautet die Headline wenn man einen Streifzug in den südlichen Stiefel auf der Landkarte macht. Zum Thema Grillen fällt den Südländern jede Menge ein. Saltimbocca von Kalb oder Pute schmecken gegrillt einfach köstlich. Auch Putensteaks „Italia“ oder gefüllter Schweinerücken mit Tomate-Mozzarella passen zum mediterranen Grillangebot. Ebenso wie ein mit getrockneten Tomaten und Frischkäse gefülltes Schmetter-

lingssteak. Möchte man die Kunden nach Griechenland locken, bietet man Souvlaki, eingelegte Knoblauchsteaks oder Mykonos-Spieße aus Schweinefleisch mit Zwiebeln an. Steaks mit Schafskäsefüllung schmecken herzhaft und sind eine magere Grill-Alternative. Vegetarier freuen sich etwa über in Lauch eingewickelten und marinierten Schafskäse. Selbst Schweinefleisch in Streifen, nach Gyros-Art gewürzt, wird in der Aluschalen auf der heißen Glut knusprig. Und für Feinschmecker sollte

### Nützliche Links

- [www.beck-gewuerze.de](http://www.beck-gewuerze.de)
- [www.fleischer-feinkost.de](http://www.fleischer-feinkost.de)
- [www.frutarom.com](http://www.frutarom.com)
- [www.van-hees.com](http://www.van-hees.com)



man gefüllte Lammrollen mit Auberginen und Fetakäse oder marinierte Lammkoteletts und Knoblauchsteaks in petto haben. Mit diesen Themen können die Kunden auf den Urlaub oder die diesjährige Fussball-WM eingestimmt werden. Die Gewürzindustrie sowie Lebensmittelhersteller haben sich dazu einiges einfallen lassen. Die neuen Gewürze, Marinaden und Saucen sind sehr gut dazu geeignet, Fussball- oder Grillfans im Sommer zu begeistern:

Ganz im Zeichen des Zuckerhutes stehen die neuen Marinaden von *Beck Gewürze & Additive*. Ein Beispiel dafür ist die SoftFix Marinade Cafézinho, die durch ein Zusammenspiel von einer Kaffeenote mit Pfeffer, Kardamom und Zwiebeln gekennzeichnet ist. Sie passt gut zu Rindfleisch. Auch die „Meister Elf“ mit Kräuterbutter-Charakter hat das Potenzial zum Grillfest-Hit. Sie enthält Thymian, Oregano, Rosmarin, Majoran sowie Bärlauch und ist mit Zwiebeln, Knoblauch und feinen Gewürzen abgestimmt. Liebhaber von hellem Fleisch soll die glänzend gelbe SoftFix Marinade CeyloCurry überzeugen: mit Curry, Kurkuma, Senf und asiatischen Gewürzen süßlich-scharf abgerundet. Für „brasilianische“ Steaks eignet sich die SoftFix Marinade Chili-Caipirinha, eine Kreation aus Chili, Limette und braunem Rohrzucker. Alle diese Marinaden enthalten Meersalz und kein Glutamat.

Zum Start der Grillsaison präsentiert *Fleischer* sieben servierfertige Würzsaucen mit ver-

besserten Rezepturen, z. B. die würzige Tomatensauce Exklusiv Schaschlik-Sauce, die fruchtig-pikante Paprikasauce Exklusiv Zigeuner-Sauce oder Exklusiv Sweet Mustard-Sauce, eine Honig-Senf-Sauce mit Dill. Sie passen zu Fleisch, Gemüse und Fisch, eignen sich aber auch als Dip. Außerdem gibt es Dressings, delikate Senssorten und Gewürze wie die Fix Salat-Dressings Kartoffel-Salat und Wurst-Salat, Sahne-Meerrettich im Glas oder die Brat- und Grill-Gewürzzubereitung. Verkaufsfördernde Rezepte enthält das Fleischer-Rezeptheft „Feuer frei – Rezepte für die Grillparty“, z. B. Rindfleisch Teufelsart, Barbecue Spareribs, Big Hamburger oder Provenzalische Lammkoteletts.

Typisch brasilianische Aromen charakterisieren die sechs Konzepte zur Fußball-WM von *Frutarom Savory Solutions*. Durch ländertypische Gerichte und Gewürze inspiriert hat der Hersteller Marinaden, Würzmischungen und Deko-Würzungen entwickelt. „Cariocas“ weist scharfe Geschmacksnoten auf, die mit der Süße von Honig harmonisch abgerundet werden. Das passt etwa zu Fisch, Schweine- und Hühnerfleisch. Die Variante „Chimichurri“ basiert auf südamerikanischen Gewürzsauces und enthält grob gehackte Kräuter, Korianderblätter und Zitrone. Während „Copacabana“ mit einer Orangenote fruchtig-frisch schmeckt, vereint „Churrasco“ Raucharomen mit einem Hauch von rosa Pfefferbeeren. Das passt z. B. zu Rindfleischgerichten. Die Inspiration der Sorte „Ceviche“ ist ein traditionelles südamerikanisches Fischgericht. Dazu wurden frischer Zitrussaft mit Ko-

### Tipps für das Verkaufsgespräch

- Garzeiten von Grilladen richten sich nach Sorte und Größe. Durchschnittlich rechnet man pro 1 cm Fleischdicke 1-2 Minuten zum Durchgaren.
- Rohe Bratwürstchen brauchen etwa 4 Minuten pro Seite.
- Der richtige Abstand zur Hitzequelle ist wichtig für die Qualität des Grillgutes. Faustregel: Hält man die Hand über den Rost und zählt 21, 22, ist die Hitze genau richtig. Andernfalls muss der Rost höher bzw. niedriger gelegt werden.
- Die Glut hat die optimale Temperatur, sobald die Holzkohle mit einer weißen Ascheschicht bedeckt sind.
- Abtropfendes Fett in die Glut kann zur Flammenbildung führen. Deshalb: Aluschalen oder -folie unterlegen.
- Gibt man kurz vor Ende der Garzeit frische Kräuter (Thymian, Majoran, Rosmarin) oder Knoblauch und Orangenschale auf die Glut zieht das Aroma ins Fleisch ein und verleiht ihm einen köstlichen Geschmack.
- Hähnchen oder Braten etwa eine viertel Stunde vor dem Ende der Garzeit mit einer Honigglasur einpinseln. Dadurch wird das Fleisch schön knusprig.
- Öl bringt Würze: ob Fisch, Fleisch oder Gemüse – Marinaden schützen vor dem Austrocknen und bringen viel Geschmack.

rianderblättern und Zwiebeln kombiniert. Die Variante „Peri Peri“ kennzeichnet eine scharfwürzige Note. Diese Würzmischung enthält Chili, Senf, Koriander und Pfeffer. Begleitend dazu gibt es viele Produkt- und Rezeptideen. Mit der Rezeptur „Brisket“ für heiß geräucherte

**Beck**  
Gewürze ■ Additive

...mit Sicherheit  
perfekt gewürzt!



## unsere Empfehlung zur WM 2014

Anpiff für die neuen **SoftFix Marinaden** mit Meersalz von Beck! Lassen Sie sich inspirieren und gehen Sie mit einem abwechslungsreichen Grilltheken-Angebot in die Offensive! Punkten Sie mit brasilianischen Spezialitäten – natürlich von exotisch bis klassisch. Alle Marinaden glutamatfrei!

### für's Rind



**Biermarinade Alois Top - oG**  
Für Feinschmecker! Angenehm scharfe, rote Marinade mit unverwechselbarem Aroma nach Hopfen & Malz. 100% Geschmack, Null Promille.



NEU

**Cafézinho - oG**  
Harmonisches Zusammenspiel einer feinen Kaffeenote und erlesenen Gewürzen, wie Pfeffer, Cardamom und Zwiebeln. Besonders zu Rindfleisch ein Genuss!

### für's Huhn



**Ceylon Curry - oG**  
Delikate gelbe Marinade mit Curry, Kurkuma, Senf und asiatischen Gewürzen süßlich scharf abgerundet. Hervorragende Würzmarinade für helles Fleisch.



NEU

**Chili Caipirinha - oG**  
Feurige Chilis, fruchtige Limette, brauner Rohrzucker – diese alkoholfreie Marinade mit ihrer fruchtig-heißen Note lässt bereits jetzt schon von der Copacabana träumen.

### für's Schwein



NEU

**Hot Jalapeno - oG**  
Feurrot und „hot“ – mit grünen Jalapenos, roten Chiliflocken und Paprika wird diese Marinade zum scharfen Geschmackserlebnis.



NEU

**Meister Elf - oG**  
Rasengrüne Kräuterbutter-Marinade mit einer ganz besonderen Würznote. Ein hoher Anteil an Kräutern, abgerundet mit feinem Knoblauch macht diese Marinade zum Sieger.

Rinderbrust von *Van Hees* gelingt es leicht auch Suppenfleisch zu einem amerikanisch angehauchten BBQ- bzw. Grillangebot zu veredeln. Diese ist durch eine leichte Rauchnote, eine kernig zarte Konsistenz und einen köstlichen Grillgeschmack gekennzeichnet. Dafür wird Rinderbrust aus dem Kern mit Fettauflage mit einer Lake aus dem Lakezusatz Schinko® CP 100 auf Basis Citrat und Phosphat injiziert. Die Einspritzmenge liegt bei 20 bis 25 % zum Frischgewicht. Nach einer Stunde Dauerlauf im Tumbler trocknet das Fleisch 30 Minuten bei 80°C, wird dann zehn Minuten bei 80°C geräuchert und wiederholt beides je zehn weitere Minuten. Dann wird das Brisket im Schrumpfbeutel vakuiert, im Wasserband bei 95°C geschrumpft und bei 68°C sechs Stunden sowie bei 80°C weitere sechs Stunden im Wasserband gegart. Danach wird

das Fleisch aus dem Schrumpfbeutel genommen, von beiden Seiten mit Vantasia® Schlemmeröl Virginia oGAF bestrichen und bei hoher Hitze gegrillt. Oder man schneidet die Steaks aus dem gegarten Brustkern, mariniert sie einzeln und grillt sie.

### GRILL-AKTIONEN

Eine verkaufsfördernde Idee sind Grillaktionen, z. B. eine „Barbecue-Woche“ mit Spare Ribs, Chicken Wings, Texas- und Rib Eye-Steaks, oder eine Aktion zum Thema „Aufgespießt“ mit Fackel- und Rouladen- oder Gemüsespießen. Gefragt sind auch hier kleine Portionen in großer Auswahl. *Astrid Schmitt*



Weitere Ideen für Grill-Aktionen? Klicken Sie rein!

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



**silex®**  
Grill-Machines  
Waffle-Bakers  
Snack-Concepts



## NACHHALTIGKEIT

Energiesparende und qualitätserhaltende Brattechnik von **silex®**

Die spezielle Oberflächenveredelung unserer Bratplatten durch das Verfahren DURANEL®+plus Easy Clean in Verbindung mit der digitalen Steuerung wirkt nachhaltig effizient und effektiv in puncto Energie und Wirtschaftlichkeit. Leistung mit Klasse – für mehr Rendite.

[www.silex-de.com](http://www.silex-de.com)





Doppel-Kontakt-Braten  
mit der **S-Klasse - Modell S161K**

# GRILLEN SPEZIAL 2014

Die Fußball-WM in Brasilien und die dortigen Grillspezialitäten sind der Schwerpunkt des Kundenmagazins „Grillen Spezial 2014“ sowie der zugehörigen Aktions-Werbemittel und -Werbeforlagen.



„Grillen Spezial“ ist ein Gemeinschaftsprojekt der B&L MedienGesellschaft, des Deutschen Fleischer-Verbandes sowie der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Fleischerhandwerks und wurde für f-Marken-Fleischereien konzipiert. Diese sollen durch das Kundenmagazin, die Werbemittel und -vorlagen während der Grillsaison beim Abverkauf ihrer Ware unterstützt werden. Der kulinarische Themenschwerpunkt im Heft ist die brasilianische Grillspezialität „Churrasco“ – Spieße mit unterschiedlichen Fleischsorten, die direkt über der Glut oder auf dem Grillrost gegart werden. Hier erfahren die Leser, wie sie mit einfachen Mitteln und Rezepten ein echtes Churrasco-Grillgefühl auf ihre Grillparty zaubern. Zudem gibt es ein Gewinnspiel.

### MULTIMEDIALE WERBEN

Setzt eine Fleischerei das ganze bereitgestellte Material der Aktion ein, profitiert sie von einer multimedialen Werbekampagne, mit der sie die Kunden auf unterschiedlichen Medienkanälen informieren kann:

- In **lokalen Tageszeitungen und Wochenblättern** bewerben Anzeigen auf Basis der Grillen-Spezial-Anzeigenvorlagen die Grillaktion des Fleischerfachgeschäftes.
- Mit **Online- und Smartphone-Werbung** können sowohl Stammkunden informiert, als auch neue, internetaffine und junge Kundengruppen zielgenau angesprochen werden. Vorbereitete Internetbanner auf der eigenen Homepage oder Newsletter informieren über die Aktion. Per Smartphone erhält der Kunde Push-Nachrichten über aktuelle Angebote oder besucht das mobile Fleischeri-Firmenprofil auf der App mit aktuellen Aktionsinformationen, Rezepten, etc.
- Die **Bewerbung im Laden** unterstützen Angebotsplakate, Zahlsteller, Gewinnspielkarten, ein digitales Plakat für Theken-TV-Systeme, Handzettelvorlagen und das Kundenmagazin. Dieses enthält Rezepte, den WM-Spielplan und abgedruckte QR-Codes, die per Smartphone zu [www.meine-grillparty.de](http://www.meine-grillparty.de) mit Grill-, Salat- oder Cocktailrezepten und Beilagentipps führen. Auf Wunsch kann das Magazin gegen einen geringen Aufpreis auf der Vorderseite mit einem Logo- und Adresseneindruck versehen werden. Bei der Rückseite besteht die Wahl zwischen einer fertigen Seite mit Imagetext oder einem individuellen Text, z. B. mit Grillangeboten oder Aktionshinweisen. Das Heft kann auch im Rahmen einer Innungsaktion eingesetzt werden.
- Die **App „FleischereiPilot“** wurde neu programmiert und stellt ihre neuen zusätzlichen Medienkanäle allen Bestellern von „Grillen Spezial“ für die Dauer der Grillaktion kostenlos zur Verfügung. Die Push-Nachrichten-Funktion erlaubt es kurzfristig und kostenlos auf tagesaktuelle Grillangebote ohne Streuverluste hinzuweisen. Wochenangebote und wichtige Kundeninformationen können ohne Kosten leicht mit dem Newslettertool erstellt und per E-Mail versendet werden. Eine Schnittstelle ermöglicht die News-Synchronisierung zwischen der App sowie firmeneigenen Seiten in sozialen Netzwerken, z. B. Facebook.

Infos dazu gibt es auf der **IHM in München vom 15. bis 17. März 2014: Halle B3, Stand 144**, sowie unter: [www.blmedien.de/grillen](http://www.blmedien.de/grillen).



# KOLLEGENBÖRSE: WER BIETET WAS?

Betrieb	Produkte	Betrieb	Produkte
<b>Metzgerei Ammon</b> Würzburger Str. 550 · 90768 Fürth Tel. (0911) 73 50 35	Die von uns hergestellten Produkte enthalten garantiert nur drei Zusatzstoffe. Putenwurst beinhaltet 100 % Putenfleisch.	<b>Metzgerei Miller</b> Pfaffenhofer Str. 6 · 86565 Weilach Tel. (08259) 10 21	verschiedene Schinken und Presssäcke, Cambo, Rinderrauchfleisch, Wacholderhüfte, Haxensülze, Rohwurst
<b>Bischofs Fleischwaren GmbH</b> Brabanter Str. 57 · 52525 Waldfeucht Tel. (02455) 17 16	z. B. Haussalami, Mailänder Salami, hausm. Rotwurst, Schlackwurst, Pfefferbeißer, Cranberryleberwurst, u.v.m.	<b>Metzgerei Preußner</b> Dr.-Enders-Str. 1 · 95030 Hof Tel. (09281) 70 98	Fleisch und Wurstprodukte
<b>Metzgerei Brunner</b> Holzhamer Str. 17 · 83128 Halfing Tel. (08055) 90 30 84	Lohnschlachtungen	<b>Metzgerei Rottenwallner</b> Schießstattstr. 4 · 83646 Bad Tölz Tel. (08041) 60 61	Fleisch- und Wurstprodukte, Spezialitäten: Tölzer Bauernschinken, Bergschinken Toellente
<b>Metzger-Innung Dingolfing-Landau</b> Kreuzstr. 12 · 84130 Dingolfing Tel. (08731) 735 75	Wurst	<b>Metzgerei Schiller</b> Ringstr. 1 · 94234 Viechtach Tel. (09942) 83 06	Fleisch
<b>Metzgerei Eberle</b> Krenmoosstr. 22a · 85757 Karlsfeld Tel. (08131) 919 81	Wurst, Rohschinken, Salami	<b>Metzgerei Schuhbauer</b> Bischof-Krautbauer-Str. 8 92436 Bruck i. d. Opf. Tel. (09434) 6 83	Wurstspezialitäten, Bauernseufzer, Pfefferbeißer
<b>Landmetzgerei Gassner</b> Wasserburger Str. 2 · 83556 Griesstätt Tel. (08636) 58 10	Fleisch und Wurstprodukte	<b>Metzgerei Schuster</b> Mariabergstr. 5 · 87487 Wiggensbach Tel. (08370) 300	Hausgemachte, speziell italienische Salami, Kant- u. Edelsalami, Kaminwürzen, Allgäuer Landjäger, rohe Hausschinken, Chilibeisser
<b>Metzgerei Groß</b> Hauptstr. 68 · 95131 Schwarzenbach Tel. (09289) 3 20	Schinken, Wurst, Salami	<b>Metzgerei Ullrich</b> Untere Waaggasse 6 · 91413 Neustadt Tel. (09161) 23 70	Fränkische Wurstwaren, Konserven
<b>Stadtmetzgerei Hoch</b> Ludwig-Thoma-Sr. 25 · 95447 Bayreuth Tel. (0921) 560 67 39	19 Sorten Salami, Brühwurst, Kochwurst, roher Schinken, Rohpökelfleisch, Fleisch- und Wurstwaren auf Anfrage	<b>Metzgerei Weber</b> Johannisstr. 9 · 91207 Lauf Tel. (09123) 27 01	Fleisch- und Wurstwaren (auf Anfrage)
<b>Metzgerei Kaffenberger</b> Erbacher Str. 46 · 64395 Nieder-Kainsbach Tel. (06161) 23 00	eigene Schlachtung, Wurst- und Fleischwaren auf Anfrage	<b>Metzgerei Wirth</b> Hochsträßweg 1 · 88179 Oberreute Tel. (08387) 4 90	Schwarzgeräuchertes und Landjäger
<b>Metzgerei Kaindl</b> Eichendorffstr. 2 · 86415 Mering Tel. (08233) 56 95	verschiedene scharfe Pfeffersalamis		
<b>Metzgerei Kraus</b> Strauer Str. 3 · 96317 Kronach Tel. (09261) 616 36	Kronacher Bierwürmer, (würzige hautfreie Salami im Knabberformat), Hochlandrinderzipfel		
<b>Metzgerei Koch</b> Bleicherstraße 49 · 88400 Biberach Tel. (07351) 47 49 40	Oberschwäbisch-regionale Fleisch- und Wurstspezialitäten aus eigener Schlachtung, verschiedene Brühwurst und -würstchen, sieben Kochschinken		
<b>Metzgerei Koller</b> Bad Oberdorfer Str. 22-24 87541 Bad Hindelang Tel. (08324) 20 79	z. B. Hirsch-, Gams- und Wildschwein-Salami naturgereift, Salami-Brezn, Bergwürzen, Wildschwein-Leberpastetchen im 110g-Glas, Gams-Wurzn u.v.m.		
<b>Metzgerei und Imbiss Maisch</b> Heinrich-Vogl-Str. 23-25 · 85560 Ebersberg Tel. (0 80 92) 2 23 70	Fleisch und Wurstprodukte		
<b>Metzgerei Maischberger</b> Angerstr. 1 · 86807 Buchloe Tel. (08241) 45 23	u. a. Allgäuer Kaminwürzen, Allgäuer Schüblinge, Allgäuer Rauchkochenalami, Allgäuerle (nach Art Brühpolnische)		
<b>Metzgerei Makula</b> Dornierstr. 2 · 82110 Germering Tel. (089) 80 08 45 21	Brühwurst, Kalbfleisch (auf Anfrage)		

**FLEISCHER-HANDWERK** versteht sich als aktiver Förderer des deutschen Fleischerhandwerks und veröffentlicht für alle Abonnenten kostenlos im Fachmagazin alle Fleischerfachgeschäfte, die ihre Kollegen beliefern möchten oder es bereits tun, mit Kontaktdaten und einer Auswahl an Produkten oder regionalen Spezialitäten!

**Melden Sie sich bei:**  
**(089) 370 60-271 (Patrick Dornacher)**  
Die Aufnahme in unsere Datenbank ist kostenlos.

**MACHEN SIE MIT!**

# GEWUSST WIE CATERING UND PARTYSERVICE

**39€\***

Sie wollen Ihr Geschäftsfeld um professionelle Caterings und Partyservice-Angebote erweitern? Dann holen Sie sich Tipps zu den Grundlagen sowie neue Ideen aus den Best Practice-Beispielen in unserem neuen Buch. Auf rund 200 Seiten finden Sie:

- praxisnahe Checklisten und Kalkulationshilfen
- Expertentipps
- Bewährte Erfolgskonzepte
- kreative Rezeptideen
- effiziente Küchentechnik
- Deko-Erlebniswelten



**BESTELLEN SIE HIER** ISBN 978-3-928709-18-7

[www.gastroinfoportal.de/fachbuecher](http://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.



# Mit Leidenschaft

Eher fernab von Laufkundschaft, Altstadt und Bodensee gelegen beweisen Hermann Günther und Jennifer Großmann, dass man auch in einem Wohngebiet mit einer Metzgerei erfolgreich sein kann. Das Geheimnis: viel Leidenschaft für den Beruf sowie eine hohe Fleischqualität.

**M**eine Leidenschaft für diesen Beruf wurde schon in der Kindheit geweckt, wenn ich an die Hausschlachtungen denke, bei denen ich dabei war“, erinnert sich Hermann Günther. Seine Ausbildung zum Fleischer absolvierte er von 1991 bis 1994 in der Metzgerei Sattler in Böblingen-Dagersheim. 1999 folgt dann der Meisterkurs an der Gewerblichen Schule im Hoppenlau in Stuttgart, im Mai 2000 startete er die Metzgerei in Radolfzell. Jennifer Großmann lernte Kauffrau im Einzelhandel, gab den Beruf aber auf, als sie sich 2005 dazu entschied gemeinsam mit Hermann Günther die Metzgerei zu führen. Mit



seiner Unterstützung hat sie sich im Laufe der Zeit vieles angeeignet, was zum Alltag in einer Metzgerei gehört, z. B. das Plattenlegen. „Es ist einfach ein wunderbarer, abwechslungsreicher Beruf. Ich habe den Schritt bis heute nicht bereut“, betont sie. In der Metzgerei beschäftigt sind drei Verkäuferinnen, eine Reinigungskraft sowie eine Auszubildende im Laden. Im Laufe der Jahre haben sich die beiden einen Stammkundenanteil von 90 % erarbeitet. „Unsere Kunden schätzen vor allem die Qualität und die Frische der Waren sowie den Service“, betont der Metzgermeister und ergänzt: „Die Zufriedenheit unserer Kunden ist die größte Auszeichnung“.

Neben dem klassischen Angebot aus der Bedientheke und 16 Sorten Salaten, die alle außer Fisch- und Farmersalat selbstgemacht sind, spielen auch hier Imbissklassiker aus der Heißen Theke sowie Partyservice als Zusatzgeschäft eine wichtige Rolle für den Betrieb. „Die Speisen aus der Heißen Theke wechseln täglich. Beim Partyservice ist das Aufkommen sehr unterschiedlich und bewegt sich meistens in einem Rahmen zwischen 25 bis 50 Personen. Wir beliefern aber auch Betriebsfeiern bis zu 150 Personen“, betont Hermann Günther. Dafür liegt im Laden ein Buch mit Musterbeispielen aus. Je nach Wunsch berät das Paar die Kunden individuell – dabei entscheidet der Anlass. Und falls es einmal länger

Fotos: Theimer





dauert und Kinder dabei sind, können sich diese in einer kleinen Spielecke die Zeit vertreiben.

### 100 % NEULAND

Mittlerweile stammt das gesamte Fleisch, das verarbeitet wird ausschließlich von Neuland. Das Markenfleischprogramm startete 1988 und darf sich seit 2004 mit Genehmigung der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung als „besonders artgerechtes Qualitätsfleischprogramm“ bezeichnen. Kriterien sind z. B. das Verbot von gentechnisch veränderten Futtermitteln, der Verzicht auf Antibiotika, Haltung auf Stroh ohne Anbindung sowie eine bäuerliche Landwirtschaft mit Bestands- und Flächenobergrenzen. Als erstes entschied sich Hermann Günther 2006 für Geflügel. Schweinefleisch testete er seit dem Frühjahr letzten Jahres und seit diesem Jahr kommen auch das Rind- und das Kalbfleisch aus diesem Programm. „Wir haben uns dazu entschieden, um den Kunden eine gleichbleibende Qualität zu bieten und die Landwirtschaft nachhaltig zu fördern und zu unterstützen“, berichtet der Metzgermeister. Die Tiere werden in Überlingen geschlachtet. Pro Woche sind das etwa fünf Schweine und ein halbes Rind und diverse Teilstücke je nach Bedarf sowie 40 kg Geflügelfleisch und Kalbsteilstücke. Die Nachfrage danach sei kontinuierlich gestiegen. „Dadurch haben wir neue Kunden gewon-

nen, die vorher nicht zu uns kamen und der Umsatz hat sich um etwa 10 % erhöht“, freut sich der Metzgermeister. Und so ist es weiterhin das Ziel der beiden und ihrer Mitarbeiter noch mehr Kunden für die besondere Qualität dieses Fleisches und der daraus hergestellten Waren zu begeistern und möglichst viele Menschen davon zu überzeugen, dass es auch Alternativen zur Massentierhaltung gibt.

### AUGEN OFFEN HALTEN

Hin und wieder, wenn es die Zeit und der Betrieb zulassen, besucht das junge Paar Seminare und tauscht sich mit Kollegen aus. So traten sie im letzten September die Fahrt vom Bodensee nach Hamburg an, um am zweitägigen „Trendsalon Bedienteheke“ des Unternehmens-

beraters Fritz Gempel an der Staatl. Gewerbeschule Gastronomie und Ernährung teilzunehmen. Von besonderem Interesse dabei sind Themen wie Personalführung, die Zukunft des Fleischerhandwerks oder die Wirtschaftlichkeit eines Betriebes. „Wir wollen auch künftig weiterhin Lehrlinge ausbilden, unsere Mitarbeiter schulen und unsere Verkaufsräume modernisieren. Dazu muss man am Ball bleiben“, sagt Jennifer Großmann mit einem Lächeln. *mth*

### KONZEPT

#### METZGEREI GÜNTHER – RADOLFZELL

Familiär geführte Fleischerei mit eigener Herstellung. Ausschließlicher Bezug von Fleisch aus dem Markenfleischprogramm von Neuland.

### ERFOLGSFAKTOREN

- Hohe Identifikation mit dem Beruf
- Tägliche Frische
- Freundlichkeit und Service
- Eigene Herstellung der Waren
- Kompetente Fachberatung

### PROFI-PARTNER

- **Bandsäge:** Bizerba
- **Berufskleidung:** Initial Berufskleidung
- **Feinkost:** Drews, Kühlmann
- **Fleisch:** Neuland
- **Füller:** Frey
- **Gartechnik (Heiße Theke):** Wiesheu
- **Gewürze:** Raps, Scheid
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kochkessel:** Stein
- **Kutter:** Seydelmann
- **Ladenbau/-theke:** Kramer Ladenbau
- **Räucherammer:** H. Frey Maschinenbau
- **Scherbeneismaschine:** Maja
- **Schneide- & Zerkleinertechnik:** Treif
- **Spül- und Reinigungstechnik:** Winterhalter
- **Wägetechnik:** Bizerba
- **Zusatz- und Hilfsstoffe:** Raps



# Berliner Original

Ein freundliches „Juten Tach“ für die Kunden, „berlinern“ auf Facebook und Wurstrezepte, die vererbt wurden: Die Fleischerei Oppen in Berlin-Weißensee ist in ihrem Kiez eine Institution.

Jörg Oppen ist Fleischermeister in der siebten Generation. Die Wurzeln seiner Fleischerfamilie reichen bis ins Jahr 1779 zurück. In Weißensee ist die Familie seit 1932 ansässig und seit 1994 am heutigen Standort in der Berliner Allee, der wichtigsten Einkaufsstraße dieses östlichen Bezirks. „Viele Kunden kennen uns seit 50 oder sogar 60 Jahren“, betont Jörg Oppen. Den Anteil an Stammkunden schätzt er auf 40 bis 50 %. Natürlich könne er sich noch daran erinnern, dass seine Eltern etwa 100 halbe Schweine pro Woche zerlegt haben. Bei ihm seien es jetzt etwa sechs bis acht halbe Schweine. Schultern und Backen kauft er vor allem aufgrund der Currywurstproduktion zu. Seit April 2012 betreibt er schräg gegenüber seines Ladens einen Imbiss. Mit diesem Zukauf von „Konnopkes Currywurst“, Teil einer in Berlin sehr bekannten Currywurstbude, hat er sich ein weiteres Standbein geschaffen. So nutzt er seine Kapazitäten besser aus. Neben Currywurst werden im Imbiss auch andere Fleischklassiker angeboten. Das Ambiente erinnert an DDR-Zeiten: Es gibt eine kleine Essenausgabeluke im Inneren für die in der Gaststube sitzenden Gäste sowie eine nach außen für die To-go-Currywurst. Vorsichtige Veränderungen an der Einrichtung sind aber in Planung. Der Imbiss ist als Gaststätte eingestuft. Ebenerdig neben dem Gastraum ist er mit Brat- und Garteknik eingerichtet. Im Keller gibt es zusätzlich eine kleine Wurstküche.

## TRADITION UND MODERNE

In der Fleischerei arbeiten neben Jörg Oppen und seiner Frau Cathleen sechs Angestellte sowie zwei Lehrlinge. Produktionstage gibt es zwei oder drei pro Woche, je nach Bedarf. Sein Geselle und der Fleischerlehrling arbeiten auch im Verkauf mit. Neben der Currywurst und der Blutwurst, die vor allem als Mittags- bzw. Imbissangebote verkauft werden, sind Brühwürste die wichtigsten Produkte. „70 bis 80 % der Wurstaumlage stellen wir selbst her“, berichtet Jörg Oppen. Einen Anteil von 10 % am Umsatz nehmen Partyservice und Catering ein. Bekannt ist die Fleischerei hier z. B. für Prager Schinken im Brotteig und gefüllten Schweine-

Foto: Stevers

## KONZEPT

### FLEISCHEREI JÖRG OPPEN – BERLIN

Traditionelle Fleischerei im Kiez, die auf Bestand setzt. Currywurst-Imbiss im Nachbargebäude sowie Facebook-Aktivitäten auf „berlinerisch“.

## ERFOLGSFAKTOREN

- Tradition seit 1776: Der Name gehört zum Kiez.
- Starkes „Wir-Gefühl“ im Team
- Lockerer Umgangston, auch vor den Kunden, sorgt für ein angenehmes Klima
- Facebook-Seite zur Kundenbindung
- Engagement in der Innung





bauch. „Das ist noch ein sehr altes Rezept: Der Schweinebauch wird mit einer Römerbratenmasse gefüllt und gebacken – einfach lecker“, schwärmt Jörg Oppen.

Für die Mittagsangebote und die Heiße Theke ist seine Frau zuständig. Neben den ständigen Angeboten, z. B. Schnitzel, Bockwurst, Buletten, Bratkartoffeln, gibt es wechselnde Gerichte, die auch per Facebook kommuniziert werden. Das übernimmt sein Verkäufer Jan Eckelt, der sichtlich Freude daran hat: „Tja... da is die Woche wieder vorbei. Zum Abschluss jibts Klopse, legga! Schönst Wochenende“, postet er für die „Freunde“ der Fleischerei. „Ich bin kein Technik-Crack. Als ich erfahren habe, dass Jan privat postet, habe ich ihm gesagt, dass er das auch gerne für uns machen kann“, gibt Jörg Oppen zu. Berlinern ist natürlich erlaubt und so spiegelt die Facebook-Seite die Atmosphäre im Laden sehr gut wider: locker, freundlich und manchmal etwas kess.

#### IN DER INNUNG AKTIV

Für Jörg Oppen ist es wichtig, nicht in der „eigenen Suppe zu schmoren“, wie er es nennt: „Es gibt Kollegen, die kommen nicht vor die eigene Ladentür. Natürlich binde ich mir viel Zeit ans Bein mit den Aktivitäten. Dank meiner Frau, die mir den Rücken frei hält, ist das erst möglich.“ Seit 1994 ist der Fleischermeister in der Innung aktiv: Er ist Lehrlingswart, nimmt die Prüfungen der Verkäuferinnen ab und macht beim Austausch mit französi-



Persönlicher Kontakt mit den Kunden und handwerkliche Tradition sind hier Programm.



schen Lehrlingen mit. Gelegentlich stellt er gemeinsam mit Kindergartenkindern Wurst her. „Durch alle diese Dinge, sei es nun in der Innung, bei Meisterschaften oder Prüfungen, habe ich das eine oder andere gelernt. Auch wenn eigentlich immer die Zeit dazu fehlt – vor allem, weil viele Handwerker zu wenig Zeit haben, sich Gedanken zu machen und sich um die eigenen Interessen, vor allem in der Politik, zu kümmern“, betont er: „Ich wünsche mir, dass mehr Handwerker dort aktiv sind, damit mehr Bewegung in die Bürokratie käme, die uns das Leben oft sehr schwer macht.“ Heike Sievers

#### PROFI-PARTNER

- **Därme:** Kalle, Krehalon, Devro Teepak
- **Füller:** Mainca
- **Gartechnik Heiße Theke:** Eloma
- **Gewürze:** Avo-Werke, Nubassa Gewürzwerk
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kochkessel:** Bastra
- **Kühl- und Lagertechnik:** Viessmann
- **Räucherammer:** Bastra
- **Spültechnik:** Winterhalter, Smeg
- **Vakuuierer:** Komet
- **Wägetechnik:** Bizerba
- **Wolf:** Kilia

Fotos: Sievers



**Der Profiausrüster  
für die Fleisch- und  
Lebensmittelbranche**

90 JAHRE  
MIT SYSTEM  
ZUM GENUSS  
**Ehlert**  
1924-2014

**Ehlert**  
PROFI-BEKLEIDUNG

Hygiene gemäß HACCP  
Kälte-, Nässe-, Schnitt- und Stechschutz  
vom Schutzhelm bis zur Thermounterwäsche



... und natürlich auch professionelle Fußbekleidung!

[www.ehlert-gmbh.de](http://www.ehlert-gmbh.de)

**Gustav Ehlert GmbH & Co.KG** · Schinkenstraße 9 · D-33415 Verl  
Telefon +49 (0) 52 46 / 50 300 -0 · Fax +49 (0) 52 46 / 50 300 -300





# Metzgerei vom alten Schlag

Alois Schögl's Betrieb gilt heute als eine der besten Metzgereien in Tirol. Doch nicht nur das: Auch über die Grenzen hinaus nach Bayern genießt das Familienunternehmen einen ausgezeichneten Ruf. Rund 30 Medaillen sowie Ehrungen bei internationalen Wurst- und Wurstplattenwettbewerben sprechen für sich.



**D**ass dieser Betrieb trotz seiner Größe und der Erfolge im In- und Ausland sowie seiner Modernität nach wie vor als Metzgerei „vom alten Schlag“ gilt, hat verschiedene Gründe: Zum einen

liegt es am handwerklichen sowie unternehmerischen Geschick von Alois Schögl jun., der den 1955 von seinem Vater Alois Schögl gegründeten Betrieb vergrößert und den Anforderungen der Zeit angepasst hat. Zum anderen sind wichtige Erfolgsfaktoren, dass die Metzgerei nur Schlachtvieh von heimischen

Bauern kauft und die Tiere ein- bis zweimal pro Woche selbst schlachtet und verarbeitet. „Auf diesem Niveau weiterzumachen, ist unser Ziel. Die eigene Schlachtung ist unser Steckbrief und hebt uns auch von der Konkurrenz ab“, betont Alois Schögl jun. Heute zählt der Familienbetrieb 25 Mitarbeiter. Davon sind etwa 50 % in der Produktion beschäftigt. Die dritte Generation steht schon in den Startlöchern: die Söhne Andreas (26) und Markus (25) sind beide gelernte Metzger. Markus leitet eine der beiden Filialen, Andreas arbeitet in der Produktion. Dort trägt er mit eigenen Ideen zum Erhalt der Unternehmensphilosophie bei: Mit dem acht bis zehn Wochen gereiften Dry-Aged Prime Beef bietet er den Kunden eine hochwertige Produktschiene, die deren steigenden Qualitätsbewusstsein entspricht. Daneben ist es der Familie wichtig,

Fotos: F. König





## ERFOLGSFAKTOREN

- Eigene Schlachtung
- Schlachtvieh von einheimischen Bauern
- Unterschiedliche preisliche Produktschienen
- Großabnehmer als Kundenklientel
- Gleichbleibend hohe Qualität der Ware

## KONZEPT

### METZGEREI SCHLÖGL – WÖRGL/A

Familiengeführte Metzgerei mit zwei Filialen, davon eine in einem Supermarkt. Zeitgemäßes Angebot aller Preisklassen. LEH-Belieferung, Catering- und Großkundengeschäft als weitere Standbeine.

## PROFI-PARTNER

- Kutter, Wolf, Mischmaschine, Gefrierfleischschneider, Füller und Ladenbau: Laska
- Klimaanlage, Brühkessel, Rauch- und Kochanlage: Schröter Technologie

neben dem Premiumsegment auch eine gute Mittelqualität anzubieten. Dies gelingt mit einem breit aufgestellten Angebot.

Die Fleisch- und Wurstwaren werden in der hauseigenen Produktion nach traditionellen Rezepten hergestellt, z. B. Schinken und Speck, Würstl und Frischwurst, darunter eine große Auswahl an Putenwürsten. Mit dem „Fitnesspapst“ Dr. Ulrich Strunz wurde eine „iss-leicht-Wurst“ entwickelt, die dessen Markennamen „Forever Young“ tragen darf. Diese Magerwurst enthält neben Putenfleisch, kaltgepresstes Olivenöl und probiotische Ballaststoffe. Neben Rohwürsten gibt es ein breit gefächertes Angebot an (Halb-)Dauerwürsten, Kochwurst, Rouladen und Salaten. Der Tiroler Speck wird traditionell hergestellt und reift bis zu drei Monate, um seinen Geschmack zu entfalten. Durch ihre Erzeugnisse liefert die Metzgerei das passende Cateringangebot für Familienfeiern oder große Events. Seit Jahrzehnten zählen auch die (Spitzen-)Hotellerie und die Gastronomie zu den Kunden. Neben Wirtshäusern, Supermärkten, Caterern oder Kliniken der Region schätzen aber auch das Münchner Restaurant Tantris oder das Hotel

Grand Tirolia Kitzbühel die konstant hohe Qualität der Waren. Pro Jahr werden rund 400 t Fleisch verarbeitet – 75 % davon zu Wurstwaren. Schweine, Rinder und Kälber – auch spezielle Rassen wie Tiroler Grauvieh stammen nur von Bauern aus der Region, mit denen seit vielen Jahren zusammengearbeitet wird: „Wir sind Zeuge der Nachhaltigkeit und der artgerechten Tierhaltung und einer optimalen Versorgung. Denn nur ausgeglichene und ruhige Tiere garantieren beste Fleischqualität“, erklärt Alois Schlögl jun. Aber auch kurze Transportwege und Verarbeitungszeiten, die richtige Kühlung sowie fachgerechte Verarbeitung garantieren eine gleichbleibend hohe Qualität.

### VIELFÄLTIG AUFGESTELLT

Der kleine Fleisch- und Wurstladen in der Innsbrucker Straße in Wörgl ist das Stammhaus, das Alois Schlögl sen. 1967 um den Bau eines Familienhauses in der Friedhofstraße ergänzte, in dem sich bis heute die Produktionsstätten befinden. Dort ist seine Frau Marianne mit ihrer Tatkraft das „Herz des Betriebes“. Neben dem Wörgler Hauptgeschäft und einer Filiale

im benachbarten Hopfgarten gibt es noch eine Shop-in-Shop-Filiale in einem Supermarkt der M-Preis-Kette im Industriegebiet des Ortes. „Filialen bei M-Preis könnten wir auch 20 Stück haben“, sagt er. „Doch soviel gutes Personal finden wir nicht“. Die Metzgertheken in den Supermärkten, über denen groß das Logo der Metzgerei prangt, laufen richtig gut, doch das Personalproblem bleibt. Aufgrund der langen Öffnungszeiten der Märkte werden die Shop-in-Shop-Filialen im Schichtbetrieb geführt. Bei 66 Stunden pro Woche müsste Alois Schlögl jun. sie 1,5 mal besetzen, was den Personalbedarf deutlich erhöhen würde. „Ich kann mir keine Ausfälle leisten, und die Arbeitsmoral vieler Verkäufer ist eine Katastrophe, wie wir in letzter Zeit oft feststellen mussten“, bedauert der Metzger, der übrigens auch selbst ausbildet. Ein weiteres Ladenlokal befindet sich im Kufsteiner Einkaufszentrum Inntal-Center, dessen Pächter die Produkte der Metzgerei bezieht. 20 % des Jahresumsatzes machen die Belieferung der „Sparmärkte“ sowie einer weiteren Supermarktkette mit bis zu vier Jahresaktionen aus. *F. König*  
**www.metzgerei-schloegl.at**

# Eine feste Größe

Mit ihrem Hauptgeschäft im bayerischen Rehling sowie zwei Filialen in Augsburg und Aindling befindet sich die Metzgerei Hörmann auf der Erfolgsspur. Mehrere Verkaufsstellen zählen seit jeher zur Philosophie des Unternehmens. Die Auswahl der Standorte ist aber wohlüberlegt.



Das Hauptgeschäft der Metzgerei liegt in Rehling und ist im Ort die einzige Anlaufstelle für Lebensmittel. Schon vor gut 50 Jahren zog Jakob Hörmann sen. deshalb einen kleinen Lebensmittelladen in der Metzgerei auf, der bis heute besteht. Das Zusatzgeschäft mit Käse, Backwaren, frischem Obst und Gemüse, Milchprodukten, Zeitungen und Haushaltswaren ist für die heutigen Inhaber Jakob Hörmann jun. und seine Ehefrau Karin eine wichtige Größe. Ebenso wie die Filialen,

von denen bereits Jakob Hörmann sen. zwei in Augsburg führte. Als Jakob Hörmann jun. das Unternehmen Anfang der 1990er-Jahre übernahm, schreckte er vor der Filialisierung nicht zurück. „Um eine bestimmte Produktvielfalt und Frische gewährleisten zu können, braucht man einen gewissen Durchsatz“, erklärt der Metzgermeister. 1980 kam zunächst die Filiale in der Fleischhalle des Augsburger Stadtmarktes dazu, später eine weitere im Supermarkt im nahegelegenen Aindling. Beide Filialen sind erfolgreich und tragen ihren Teil zum Gesamt-

umsatz bei. In der Augsburger Fleischhalle gibt es viele andere Imbissangebote. „Deshalb stellen wir dort unsere Kernkompetenz Fleisch und Wurst in den Mittelpunkt“, erklärt Karin Hörmann. In den Geschäften in Rehling und Aindling hingegen gibt es eine Heiße Theke, einen traditionellen „Metzgerimbiss“ mit Leberkäse und Schnitzelsemmeln, wie die gelernte Fleischereifachverkäuferin ihn nennt. „Das gehört einfach dazu“, betont Karin Hörmann. In der Heißen Theke liegen fertige Gerichte, die sich die Kunden zuhause aufwärmen können. Dazu zählen z. B. Schupfnudeln mit Sauerkraut,

Foto: Hörnung



gekochte Rouladen oder eine fertige Grundsaucе zum Braten. Zudem können die Kunden eine große Auswahl an Wurstspezialitäten im Glas und aus der Dose aus eigener Herstellung in allen Geschäften kaufen.

**REGIONALITÄT IST WICHTIG**

Einer der „Renner“ der Metzgerei ist die Salami. „Die stellen wir bis auf eine Sorte selbst her“, erklärt Jakob Hörmann jun. Bis auf italienische Salami, Südtiroler Speck und Putenfleischpro-

dukte funktionieren oder nicht, entscheidet der Kunde“, weiß sie und ergänzt: „Man muss am Ball bleiben, die Produkte mehrere Wochen lang austesten und die Kunden probieren lassen.“ Auch einen Partyservice betreibt die Metzgerei. Für die Filialen haben sich die Hörmanns gezielt entschieden. „Eine Filiale muss sich zum richtigen Zeitpunkt ergeben“, betont Karin Hörmann und fährt fort. „Wir wollen nicht mit Gewalt expandieren. Es müsste sich schon in

der näheren Umgebung etwas ergeben, was in unseren Betriebsablauf passt.“ Weitere Filialen sind derzeit nicht geplant. „Wir bilden im Moment einen Metzger in der Produktion aus, doch wir hätten noch größere Kapazitäten.“ Die Zukunft des Metzgernachwuchses wäre hier also gesichert. Denn: Ihre Auszubildenden haben die Hörmanns in der Regel übernommen. *aho*  
**www.hoermann-wurst.de**



dukte wird alles selbst hergestellt, u. a. Salami und verschiedene Sorten Schinken. Hinzu kommen Blut- und Leberwürste oder Bacon. Das Fleisch dafür stammt von regionalen Bauern, die der Metzgermeister alle persönlich kennt. Regionalität ist für die Hörmanns sehr wichtig. Auch die Eier im Laden stammen von einem nahegelegenen Hof.

Anders als das Fleisch, bekommt das Ehepaar seine Anregungen für neue Produkte von überall her. „Wenn man mit offenen Augen durch die Welt geht, sieht man viel Neues“, betont Karin Hörmann. Sie lassen sich auch von ihren Urlaubszielen inspirieren und probieren dann neue Produkte und Rezepte aus. „Ob die

**ERFOLGSFAKTOREN**

- Erfolgreiche Zusatzgeschäfte, z. B. Lebensmitteladen, Partyservice
- Kernkompetenz Theke
- Großer Anteil selbst produzierter Waren
- Aufteilung von Kompetenzen
- Mut zu Neuem

**KONZEPT**

**METZGEREI HÖRMANN – REHLING**  
 Metzgerei mit zwei Filialen und vielfältigem Fleisch- und Wurstwarensortiment. Regionaler Bezug der Tiere. Zusatzgeschäft durch Lebensmittelladen im Hauptgeschäft und Partyservice.

**PROFI-PARTNER**

- Bandsäge: Mado
- Füller: Handtmann
- Gartetechnik: Rational
- Gewürze: Hagesüd, Gewürzmüller, Hermann Laue, Van Hees
- Kochkessel: Fessmann, Maurer Atmos
- Kühlfahrzeug: Mitsubishi Sante, Kälte Karl
- Kutter: Alpina
- Ladentheke: Haeku, Ladex
- Pökelinjektor: Rühle
- Räucherammer: Maurer Atmos
- Scherbeneis: Maja Maschinenfabrik
- Schädlingsbekämpfung: Hawlik & Hawlik
- Speckschneider: Rühle
- Spültechnik: Hobart
- Reinigungstechnik: Weidner
- Wägetechnik: Mettler Toledo
- Wolf: Seydelmann

Fotos: Hornung





# Frischer geht's kaum

Die Kuffler Gruppe ist eines der größten privat geführten Gastronomieunternehmen Deutschlands. Dass sie seit mehr als 30 Jahren auch eine Metzgerei betreibt, ist eher unbekannt. Im letzten November eröffnete am 2012 neu gebauten Metzgereistandort in München-Riem erstmals eine Verkaufsstelle für die täglich frisch hergestellten Fleisch- und Wurstwaren – eine gute Entscheidung.



Die Gastronomie im Kurhaus in Wiesbaden, das Weinzelt auf dem Oktoberfest, das Seehaus im Englischen Garten in München oder die Guttschänke Schloss Johannisberg im Rheingau sind nur einige Beispiele aus dem familiär geführten Unternehmen. In allen gastronomischen Betrieben kommen täglich tausendfach Fleischgerichte und bayrische Wurstspezialitäten auf den Tisch. Die meisten benötigten Fleischteilstücke und Wurstwaren werden seit 1982 in der firmeneigenen Metzgerei hergestellt: lange Jahre davon in einer „Hinterhofmetzgerei“ in München-Schwanthalerhöhe, seit August 2012 am neuen Standort in München-Riem, der auch die Küchen des Ca-

*Fast alle täglich frisch hergestellten Fleisch- und Wurstwaren werden in der Bastra-Räucheranlage (l.) hergestellt.*



## KONZEPT

### METZGEREI KUFFLER – MÜNCHEN

Handwerklich geprägte Metzgerei eines der größten, privat geführten Gastronomieunternehmen Deutschlands. Täglich frische Zerlegung und Verarbeitung sowie Herstellung von unterschiedlichsten Fleisch- und Wurstwaren. Neuer, separater Laden auf dem Betriebsgelände.

## ERFOLGSFAKTOREN

- Kurze Wege garantieren absolute Frische
- Jahrzehntelange Erfahrung
- Professionelle Produktionstechnik
- Vielfältiges Zusatzsortiment für Genuss
- Kompetente und motivierte Mitarbeiter
- Guter Ruf



Nicht nur um die Mittagszeit ist der neue Laden ein beliebter Treffpunkt für Genießer.

terings beherbergt. Von hier aus gelangen die Waren täglich vor 9 Uhr in die Münchner Häuser sowie per Kurier zu den Betrieben im Rhein-Main-Gebiet.

In dem separaten Ladengebäude auf dem Gelände gibt es die täglich handwerklich frisch hergestellten Fleisch- und Wurstwaren sowie viele weitere speisenbegleitende Waren wie Steakpfeffer, Schmalzsalz, Öle sowie Eigenprodukte wie Leberknödel in Fleischbrühe oder Sauerkraut Pfälzer Art aus der Dose zu kaufen. „Wir wurden immer wieder von Gästen gefragt, wo man etwa unsere Weißwürste oder Spezialitäten, die es anderswo nicht so häufig gibt, z. B. Ochsenbackerl, bekommt“, begründet Stephan Kuffler die Entscheidung für den Laden, in dem zwei Mitarbeiter beschäftigt sind. Eine Bedientheke gibt es hier nicht. Alle Waren – egal, ob Rinder- oder Schweinefilets, Weißwürste, Pressack oder Gelbwurst – sind zum Teil vakuiert in einer meterlangen Kühlschrankschrankreihe untergebracht. Auf Wunsch werden diese portionsgerecht zugeschnitten. Außerdem gibt es täglich ein wechselndes Mittagsgericht wie Rinderroulade mit Blaukraut und Spätzle sowie jederzeit offenen Leberkäse, Weißwürste und Kartoffelsalat.

### HANDWERKLICH HERGESTELLT

Der Betriebsleiter der Produktion Sebastian Maier ist seit 32 Jahren im Unternehmen beschäftigt und hat die Qualität und den Geschmack der hier hergestellten Produkte viele Jahre maßgeblich mitbestimmt. Unter seiner Führung verarbeiten sechs Metzger die frisch

vom Münchner Schlachthof angelieferten Fleischteilstücke täglich von 3.40 Uhr bis etwa 12 Uhr. Seit 2004 ist der Betrieb EU-zertifiziert. „Insgesamt werden monatlich etwa 10 t Fleisch- und Wursterzeugnisse hergestellt, davon unzählige Leberknödel, Haxn und Schweinefilets. Allein 70 bis 120 Spanferkel sind es pro Woche und 2 t Weißwürste im Monat“, berichtet der Metzgermeister. Das Rindfleisch reift zwischen vier und sechs Wochen, um seine besonders gute Qualität zu erreichen. „Es war mir immer wichtig, dass unsere Wurstwaren handwerklich hergestellt werden. So kommen unsere Blut- und Leberwürste in die Krause und nicht in den Rinderkranzdarm, und werden abgebunden und nicht geclippt“, betont er.

In der Produktion ist die hochwertige Bastra-Anlagentechnik im Einsatz: zwei Kochkessel der Modellreihe 2000 Plus, eine Universal Koch- und Räucheranlage 1501 C RR mit Reiberaucherzeuger in der Tür sowie ein Klimadeckengerät DG 64 im Nachreiferaum, das im Temperaturbereich von 13-18°C arbeitet und bei dem die relative Feuchte zwischen 65 und 85 % regelbar ist. „Die Räucheranlage ist ein Qualitätsprodukt, sparsam im Verbrauch und sehr gut dafür geeignet, um unsere Pfefferbeißer oder Kaminwürz herzustellen“, erklärt Sebastian Maier. Der Nutzrauminhalt der Anlage beträgt 3.000 l, was in Abhängigkeit von der behandelten Ware einem Fassungsvermögen von 100 bis 400 kg entspricht. In den Kochkesseln entstehen alle möglichen Koch- und Brühwürste sowie Kochsinken. Auch mit Geräten dieses Typs hat der Betriebsleiter über Jahre hinweg positive Erfah-

rungen gemacht. Diese und andere Erfahrungen tauscht der Betriebsleiter regelmäßig mit den Küchenchefs der gastronomischen Betriebe aus. „Die Kunden erwarten immer etwas Neues. So haben wir derzeit etwa einen geräucherten Bauch vom Iberico-Schwein in unseren Reiferräumen. Man muss immer wieder etwas ausprobieren, sonst bleibt man stehen“, betont der Betriebsleiter, der im April seinen Ruhestand antreten wird. Einen Nachfolger hat er bereits eingearbeitet. Diesem rät er den hohen Qualitätsanspruch aufrechtzuerhalten und seine eigene Kreativität auszuleben. Dann wird auch er seine Freude daran haben, wenn der Laden, der noch als Geheimtipp gilt, seine monatlich steigenden Kundenzahlen beibehält. *mth*

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

## PROFI-PARTNER

- **Autoklav:** Korimat
- **Bandsäge:** Kolbe
- **Berufskleidung:** Greiff Mietwäsche
- **Gewürze:** Gewürzmüller (Frutarom Savory Solutions), Raps, Hela
- **Füller:** Vemag Maschinenbau
- **Kutter:** K+G Wetter
- **Klimadecken:** Bastra
- **Kochkessel:** Bastra
- **Räucheranlage:** Bastra
- **Pökelinjektor:** Rühle
- **Speckschneider:** Rühle
- **Spültechnik:** Hobart
- **Vakuuierer:** Komet
- **Wägetechnik:** Söhnle
- **Wolf:** K+G Wetter



# UMSATZCHANCE AUF RÄDERN

Noch nie waren transparente Rohstoffwege, Frische und persönliche Beratung wichtiger. Deshalb ist der mobile Handel auf geplanten Touren oder Wochenmärkten eine Chance für mehr Umsatz und lohnende Perspektive, die Fleischereien nutzen sollten.

**B**undesweit betreiben Fleischer nach Angaben des Deutschen Fleischer-Verbandes ca. 5.000 mobile Verkaufsstellen, von denen etwa 4.000 mehrfach pro Woche Wochenmärkte bedienen. Experten schätzen die Anzahl der Wochenmärkte in Städten auf etwa 3.000, die Anzahl der Markttage auf 230.000. Da diese Zahlen relativ konstant sind, gilt das auch für die Zahl der fleischerhandwerklichen Marktbesucher. Dort ist mittelfristig eher ein Austausch unter den Anbietern zu erwarten statt eine zu- oder abnehmende Zahl von Betreibern. Gute Wachstumspotenziale bestehen vor allem bei rund 1.000 Fleischern, die mit mobilen Verkaufsstellen im Tourendienst aktiv sind.

Der Grund dafür ist die Ausdünnung der Nahversorgungsstrukturen in ländlichen Regionen, einhergehend mit der Abwanderung jüngerer sowie der Überalterung weiterhin ortsansässiger Menschen. Es wird davon ausgegangen, dass in zehn oder 15 Jahren jeder Zweite auf dem Land nichts mehr am eigenen Wohnort einkaufen kann. Daher

besteht hier eine große Chance für die mobile Nahversorgung. Ein attraktives Angebot zu günstigen Preisen erwarten die Kunden jedoch. Da kleine Betriebe dies aufgrund von zu wenigen Kunden oder zu geringen Umsätzen sowie hohen Laden- und Personalkosten oft nicht leisten können, ist der mobile Handel eine Alternative. Auch im Falle einer Veränderung

von Verkehrswegen zu einem Geschäft haben Betriebe mit mobilen Verkaufsstellen ein „Ass in der Hinterhand“.

Auch Direktvermarkter sind am mobilen Handel beteiligt. Dass nicht nur Fleischereien in diesem Markt erfolgreich sind, zeigt das Beispiel von „Der Vogelsberger“ aus dem hessischen Romrod. Seit 2002 sind Fleischermeister Steffen Schäfer und Ulrike Kalb in diesem Bereich selbständig und vermarkten ihre frisch hergestellten Fleisch- und Wurstwaren in Frankfurt am Main. Inzwischen werden vier Wochenmärkte regelmäßig beliefert: dienstags der Kaisermarkt gegenüber des Hauptbahnhofs, mittwochs und samstags der Bornheimer Wochenmarkt und freitags der Schillermarkt.



Wer im mobilen Geschäft erfolgreich sein möchte, sollte einige Punkte beachten. Vorteilhaft ist es, Hartnäckigkeit und Zuverlässigkeit gekonnt miteinander zu verbinden – das gilt für das Verkaufen im direkten Kundenkontakt ebenso, wie für das zeitliche Timing oder die hygienische Unbedenklichkeit der Speisen und Getränke. Bevor man ein Verkaufsmobil erwirbt, ist es ratsam das Verkaufsgebiet sowie potenzielle Standorte genau zu analysieren und eventuelle Mitbewerber sowie deren Angebot und Preisstruktur zu kennen.

### JE NACH BEDARF

Die technische Basis für den mobilen Handel sind professionell ausgestattete Verkaufseinheiten und Fahrzeuge mit entsprechenden Kühlmöglichkeiten. Gleiches gilt auch für alle Fahrzeuge, die für den Einsatz im Partyservice und Catering oder die Belieferung von Filialen vorgesehen sind. Nachfolgend wird eine Auswahl von Herstellern mit ihren Produkten und Leistungen vorgestellt:

Als mobile Kühlmöglichkeit für Partyservice oder Catering eignet sich der Anhänger TC Transcooler von *Barthau Anhängerbau*, der 25 Eurokisten E2 oder 50 Bierkisten fasst. Der Aufbau ist innen und außen aus Chromstahlblechen gekantet und mit PU-Hartschaum 50 mm ausgeschäumt. Die Türe ist über die ganze Breite zu öffnen. Die Ladehöhe beträgt 500 mm. Für Standfestigkeit sorgen ein Stützrad vorne sowie zwei Rohrstützen hinten. Der Anhänger verfügt über einen transportstabilen Kompressor mit Sanftanlauf, der auch Spannungsabfälle bis 180 W aushält. Die Kühlung ist serienmäßig für den Stand ausgerichtet, kann aber optional um eine Kühlung während Fahrt erweitert werden.

Im Rahmen einer Designstudie zeigte *Borco-Höhns*, dass sich individuelle Verkaufsfahrzeuge her-



Barthau Anhängerbau



Borco-Höhns

### Höchsttemperaturen für kühlbedürftige Lebensmittel

■ Frischfleisch	P + 7°C
■ Geflügelfleisch, frisch	P + 4°C
■ Geflügelfleischzubereitungen	P + 4°C
■ Haarwild, frisch erlegt	P + 7°C
■ Hasen, Wild- und Hauskaninchen	P + 7°C
■ Federwild	P + 4°C
■ Hackfleisch und Hackfleischerzeugnisse bei Lagerung	L + 4°C
■ Hackfleisch und Hackfleischerzeugnisse bei Verkaufsvorgang	L + 7°C
■ Schlachtnebenprodukte, frisch	P + 3°C
■ Fleischzubereitungen	P + 7°C
■ Feinkostsalate	L + 7°C
■ Weich- und Schnittkäse	L + 10°C

L = Lagertemperatur: ist die höchst zugelassene Temperatur, bei der kühlbedürftige Lebensmittel bis zur Abgabe an den Verbraucher aufbewahrt werden müssen.

P = Produkttemperatur: ist die höchst zugelassene Temperatur, die kühlbedürftige Lebensmittel an allen Punkten einhalten müssen.

(Quelle: Borco-Höhns)

stellen lassen, die einem stationären Laden kaum nachstehen und den Vorteil bieten, räumlich noch näher am Verbraucher zu sein. Im Vordergrund der Studie stand der rechteckige Thekenaufsatz „Vila“ mit der antikratzbeschichteten Glaszahlplatte. Dieser ermöglicht mit entspiegelten Klappscheiben einen optimalen Blick auf die Ware. LED-Technik wurde zur Warenpräsentation in der Theke und unter der Verkaufsklappe eingesetzt. Die Temperierung von Wurstgehänge und Borden an der Rückwand garantiert die Frische von Lebensmitteln ebenso wie die Kontaktkühlung in der Theke, unabhängig von der Thekentiefe. Die Kunst-Mauersteinoptik und eine abgehängte Schrägdecke verleihen dem Konzept, unterstrichen von der Metallic-Lackierung in toffeebraun und

grünen Dekorelementen, einen stimmigen Eindruck. Weitere Details sind eine beheizte Körperschutzkante, ein Präsentationsmonitor sowie eine Beleuchtungsfläche mit RGB-Farbsteuerung.

Etwa zwei Drittel der Produktion von jährlich rund 1.000 Ausbauten und Bausätzen fertigt *Kerstner* im Auftrag von *Mercedes-Benz*. Das gilt auch für das Modell Citan. *Kerstner* nutzt für den Frischdienstausbau die lange Ausführung des Kastenwagens. Merkmale sind z. B. die verschweißte einteilige Bodenwanne aus Aluminium, die Polyurethan-Isolierung mit einem k-Wert von 0,341 oder die Kombination von Kühl- und Klimaanlage nach Vorgaben von *Mercedes-Benz*. Das Kühlaggregat ist zur Maximierung des Laderaums aufgebaut und trägt nur 160 mm auf. So bleibt die Gesamthöhe unter 2 m und das Fahrzeug garage-tauglich. Der Laderaum misst 1.320 x 1.120 x 1.065 mm. Typisch sind die gerade durchgezogenen Wände. Das Gewicht des Ausbaus beträgt rund 200 kg. Optional sind Standkühlung, Temperaturschreiber, eine Lackierung der Haube in Wagenfarbe und Elemente zur Ladungssicherung möglich.

Auf Augenhöhe mit den Kunden befinden sich die Verkaufsmitarbeiter beim 7,2 m-Tiefrahmenfahrzeug auf 6-t-Basis von *Fischer* – und das bei einer Zuladung mit Waren von mindestens 1,5 t. Der Prototyp dafür wurde in der hauseigenen Schweißerei zusammengesetzt und mit einem Fiat-Basis-

Fotos: Barthau Anhängerbau, Borco-Höhns

Made in Germany seit 1975

**kompaktes Kühlthekenmobil für den Tourenverkauf**

**GAMO**  
Mobile Geschäftsideen

**NEU**

FRESH-MASTER - SM 290

\*Leasingbeispiel

**€ 482,00 / Monat**

Anzahlung 20 % / Restwert 25 %  
Laufzeit 72 Monate

Fahrzeug-Barpreis € 46.800,00  
zzgl. MwSt.+ TÜV/Überführung € 790,00

\*Angebot freibleibend, nur für gewerbliche Kunden in Deutschland Bonität vorausgesetzt, Irrtum und Änderungen vorbehalten

... auf Wunsch auch mit Tourenaufbau-Paket

GAMO Fahrzeugwerke GmbH  
Kanalstraße 55  
88214 Ravensburg

Tel.: 0751 - 366 11 0  
Fax: 0751 - 366 11 51  
Email: info@gamo.de

GAMO Altenburg  
An der Lödlaer Chaussee 4  
04617 Lödla / OT Oberlödla

Tel.: 0 34 47 - 510 66 0  
Fax: 0 34 47 - 510 66 20  
Email: altenburg@gamo.de

www.gamo.de



Kerstner/ Mercedes Benz



Hahlbrock Fahrzeugausbau



Heifo



Hofmann Verkaufssysteme

kopf verbunden. Das Fahrzeug enthält eine Verkaufsklappe über die gesamte Länge, eine Multitop-Kühltheke mit Umluftkühlung, fünf Kühlschubladen unter der Theke,

Fahrtkühlung, Warmluftheizung sowie ein Bären-Leuchtsystem. Mit vorrätigen Lagerfahrzeugen stellt *Hahlbrock Fahrzeugausbau* sicher, dass Fahrzeuge innerhalb

kürzester Zeit ausgebaut und termingerechter zur Verfügung stehen. Die kompressorbetriebene Setline®-Kühlanlage ist in den Ausbau integriert. Serienmäßig gibt es in allen Ausbauten spritzwassergeschützte Innenleuchten mit separatem Schalter, Kantenschutzschienen aus Edelstahl, eine Druckentlüftung für Laderaum und Fahrerhaus und integrierte Aufnahmen für die optionale Ausrüstung von Zwischenböden. Die Gewährleistung für den GFK-Innenausbau beträgt 48 Monate, für die Kühlanlage 24 Monate bzw. 100.000 km. Die Kühltransporter von *Heifo* werden nach den Wünschen der Kunden angefertigt. Im Frischdienteinsatz können Kastenwagen bis 20 m<sup>3</sup> Ladevolumen temperiert werden. Im Tiefkühleinsatz bei -20°C mit R404a ist der Einsatz bis 10 m<sup>3</sup> Ladevolumen im Verteilerverkehr möglich. Die Kühlung erfolgt in zwei separaten Temperaturzonen in Zweikammerfahrzeugen. Für den Betrieb des Kühltransporters als Lagerraum und auf Wochenmärkten stehen verschiedene geräuscharme, leistungsstarke Standsätze zur Wahl. Hier gibt es vollintegrierte Lösungen und Standsätze als Dachmontage. Die Verkaufssysteme als Anhänger oder Mobile von *Hofmann* sind in vielen verschiedenen Größen und Ausstattungsvarianten variabel für den mobilen Handel einsetzbar. Im letzten Jahr wurde ein neues Konzept für Anhänger und Mobile mit Kühltheken in Längen von 3,50 bis

5 m entwickelt. Eine fachgerechte Innenausstattung erfolgt auf Kundenwunsch, wobei Kühltheken mit stiller Kühlung, Umluft- oder Kontaktkühlung möglich sind. Zusätzliche Bevorratungskühlungen sind als Kühltische, -boxen oder -vitrinen erhältlich. Für das Beliefern von Filialen bietet *Kiesling Fahrzeugbau* unterschiedliche Fahrzeugkonzeptionen an: Cooler Flitzer, Mini Flitzer, City Flitzer oder Speedy Flitzer. Die Aufbauten werden passend auf alle Fahrgestelle mit 3,5 t ZGG aufgebaut. Sie haben keine Radkästen und sind für den Transport von Eurokisten sowie -paletten geeignet, da der Raum voll ausgenutzt werden kann. Die Aufbauten werden in drei verschiedenen Größen und Höhen angeboten. Die Flitzer verfügen meist über zwei Seitentüren, um auch seitlich, ohne in den Laderaum einzusteigen, ent-

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

**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

Praktische und maßgeschneiderte Konzepte für Ihren Erfolg.



mobiles Fleischfachgeschäft



SEICO Verkaufsfahrzeuge GmbH  
 Telefon: 04261-669-0  
 Internet: [www.seico.de](http://www.seico.de) oder [info@seico.de](mailto:info@seico.de)



**EINFACH MEHR ...**  
 ... Erfolg haben, mit ...



Telefon: 04261 671-0

... Verkaufsfahrzeugen vom Marktführer! [borco.de](http://borco.de)

**Nützliche Links**

- [www.barthau.de](http://www.barthau.de)
- [www.borco.de](http://www.borco.de)
- [www.daimler.com](http://www.daimler.com)
- [www.fischer-fahrzeuge.de](http://www.fischer-fahrzeuge.de)
- [www.hahlbrock.de](http://www.hahlbrock.de)
- [www.heifo.de](http://www.heifo.de)
- [www.kiesling.de](http://www.kiesling.de)
- [www.kerstner.de](http://www.kerstner.de)
- [www.kress.eu](http://www.kress.eu)
- [www.mobileHandwaschbecken.de](http://www.mobileHandwaschbecken.de)
- [www.seico.de](http://www.seico.de)
- [www.stoeckel-soehne.de](http://www.stoeckel-soehne.de)
- [www.tbv-kuehlfahrzeuge.de](http://www.tbv-kuehlfahrzeuge.de)
- [www.verkaufssysteme.de](http://www.verkaufssysteme.de)





Kiesling Fahrzeugbau



Kress



Seico Verkaufsfahrzeuge

laden zu können. Der Anbau einer Ladebordwand ist möglich.

Der Kühlfahrzeugspezialist *Kress* hat seine Zusammenarbeit mit VW Nutzfahrzeuge intensiviert. Die Kühlaufbauten CoolMax und CoolerBox 2.0 sind – auf Basisfahrzeugen wie VW Crafter und VW Transporter – als kraftstoffsparende, langlebige Kühl-Logistik-Lösungen mit hoher Zuladungskapazität bekannt. Online gibt es auf dem Portal [www.umbauportal.de](http://www.umbauportal.de) Infos über verschiedene Kühlfahrzeuge.

Individuelle Verkaufsmobile mit einem zulässigen Gesamtgewicht von 3,5 t befinden sich auch im Angebot von *Seico Verkaufsfahrzeuge*. Durch eine spezifische Aufbauart (Alu-Therm-Systemaufbau) sind Verkaufsmobile mit einer Thekenauslage von bis zu 5,5 m realisierbar. Dies wird durch den Einsatz spezieller hochwertiger Werkstoffe und das Beachten der Regel, dass jedes Material da seinen Platz findet, wo es seine Stärken ausspielen kann, erreicht. Die Fahrzeuge verfügen über Kühlanlagen, die einen hygienisch einwandfreien Verkauf ermöglichen, Zusatzkühlmöglichkeiten zur Vorratshaltung sowie eine energieeffiziente Thekenaus-

leuchtung. Fachberater erklären auf Wunsch die Wirtschaftlichkeit der Fahrzeuge. Zudem gibt es preisoptimierte mobile Geschäfte, die ab Lager lieferbar sind.

Für den Transport von Wild oder anderen temperatursensiblen Lebensmitteln eignen sich auch die Kühlfahrzeuge von *TBV*. Das Herzstück ist eine Fleischhubschwinge, die per Funkfernbedienung gesteuert wird. So müssen schwere Tiere nicht per Hand an die Haken der Fleischrohrbahnen gehängt werden, sondern können mit der Hubschwinge vom Boden aufgenommen und auf die Rohrbahn umgehängt werden. Der Koffer ist aufgrund einer Inox-Edelstahlauskleidung robust und lässt sich schnell und hygienegerecht reinigen. Große Hecktüren und eine niedrige Ladekante vereinfachen das Beladen.

### MOBILE WASCHBECKEN

Für Anlässe, bei denen kein fester Wasseranschluss vorhanden ist, sind mobile Waschbecken eine sinnvolle Alternative. Der 10-l-Frischwassertank des Tischmodells und mobilen Edelstahl Handwaschbeckens ES-10-T von *gastro-HACCP.eu* lässt sich an je-

der Wasserleitung befüllen. Das Wasser wird im 230-V-Warmwasserspeicher auf die gewünschte Temperatur erwärmt (bis max. 100°C). Die Entnahme erfolgt mit einem mit dem Handrücken bedienbaren Ablassventil. Zum Lieferumfang zählen ein Seifen- (inkl. 1 l Waschlotion) sowie ein Papierhandtuchspender (inkl. 320 Blatt Papierhandtücher). Zudem ist ein Halter inkl. Spender mit 500 ml Desinfektionsgel angebracht. Der Schmutzwasserbehälter befindet sich hinter dem nach vorne entnehmbaren Frontblech mit angebrachtem Papierspender. Das Gerät entspricht der neuen Lebensmittelhygieneverordnung. Auch *Stöckel Söhne* führt

für den Einsatz in mobilen Verkaufswagen und Marktständen verschiedene mobile Handwaschbecken aus Edelstahl 18/10 im Sortiment. Das Modell 160 misst 325 x 420 x 1.365 mm (LxBxH) und erfüllt hygienische Anforderungen. Das System beinhaltet ein 5-l-Kochendwassergerät, das manuell oder über einen ¾-Zoll-Wasseranschluss auf

der Rückseite befüllt werden kann. Das Abwasser wird in einem 10-l-Kanister im Gehäuse gesammelt, der zum Leeren entnommen werden kann. Zusätzlich sind ein Küchenrollenhalter sowie zwei Transportrollen montiert. Dieses Handwaschbecken kann mit 230 V betrieben werden,



Stöckel Söhne



gastro-HACCP.eu

es gibt aber auch weitere mobile Anlagen, die auf 12 V oder 230 V ausgelegt sind.

Generell für den mobilen Handel gilt, dass sich der Erfolg nicht gleich von heute auf morgen einstellt, sondern das Angebot immer wieder an die Kundenwünsche angepasst und optimiert werden muss. mth

Fotos: Kiesling Fahrzeugbau, Kress, Seico Verkaufsfahrzeuge, gastro-HACCP.eu, Stöckel Söhne



### Cooler City-Logistik

- ▶ Niedrige Ladekante
- ▶ Entladen über Rampe
- ▶ Hohe Nutzlast
- ▶ ATP/FRC und HACCP



**Runner**  
by **Kiesling**

Kiesling GmbH, Kühlfahrzeuge  
D-89160 Dornstadt, +49.7348-2002-0  
[www.kiesling.de](http://www.kiesling.de); Mail: [info@kiesling.de](mailto:info@kiesling.de)

# FRISCHE AUF RÄDERN

Die Metzgerei Forster in Tettngang im Bodenseekreis zählt zu den Betrieben, die eine mehr als 100-jährige Geschichte aufweisen. Trotzdem passiert dort immer etwas Neues, wie das „Frische Mobil“ zeigt, das seit einem Jahr im Einsatz ist.



Bereits im Jahr 2007 feierte die Metzgerei ihren 100. Geburtstag. Damals wurden auch die direkt an das Stammhaus angegliederten Produktionsräume gemäß EU-Richtlinien um- bzw. neu gebaut. Umweltschonende Rauchanlagen und energiesparende Maschinen gibt es hier daher auch

schon seit einigen Jahren. Ebenso wie ihr Vater Hans, der die Metzgerei mehr als 30 Jahre mit seiner Frau Maria führte, ist auch die vierte Generation trotz der langen Tradition immer offen für Neues. Im Januar 2011 übernahmen Johannes und Birgit Forster sowie Susanne Kiechle (geb. Forster) den Betrieb und führen ihn seitdem als GmbH. 2002 legte das Geschwisterpaar gemeinsam zur selben Zeit die Meisterprüfung an der Fleischerschule Augsburg ab. Neben dem Stammhaus in der Stadtmitte vor dem Torschloss in Tettngang gehören drei Filialen in Mariabrunn, Grünkraut und Friedrichshafen-Jettenhausen sowie die Tagesgaststätte „Forsters“ zum Unternehmen. Rund 60 Mitarbeiter werden beschäftigt, von denen viele bereits seit Jahrzehnten dabei sind. Wöchentlich werden rund 50 Schweine sowie vier bis fünf Limousin-Rinder verarbeitet. Diese stammen nur von bäuerlichen Mastbetrieben aus der Region, z. B. der Familie Burgmaier aus Zwiefalten. Daraus entstehen rund 100 Wurst-

sorten. Bekannt ist die Metzgerei unter anderem für ihren Fleischkäse.

## DAUERHAFTER UMSATZ

Vor rund einem Jahr entschieden sich Johannes Forster und Susanne Kiechle dazu ihre frischen Wurstwaren vielen weiteren Kunden aus einem mobilen Geschäft heraus, dem „Frische Mobil“, zu verkaufen. Dieses wird von dienstags bis samstags jeden Morgen mit Waren – einem Drittel Fleisch und zwei Drittel Wurst – bestückt und absolviert einen festen Tourenplan. „Wir wollten unabhängig von einem Pachtobjekt sein. Gute Einzelstandorte sind heute sehr selten zu bekommen und zudem mit hohen Kosten und langen Öffnungszeiten verbunden. Daher haben wir uns für ein mobiles Geschäft entschlossen mit dem man sich im Gegensatz zu einem Pachtobjekt dauerhaft

Umsätze sichern kann“, erklärt Johannes Forster. Und diese wurden von Monat zu Monat gesteigert. Das „Frische Mobil“ hält z. B. in der Nähe von Bäckereien oder seit neuestem auf dem Wochenmarkt an der Mühle in Oberteuringen. „Aber man muss sich immer wieder nach guten Standorten umschaun, gezielt Werbung machen und die angebotenen Waren optimieren. Das geht nicht von heute auf morgen, es braucht seine Zeit“, betont der Metzgermeister. Das „Frische Mobil“ ist ein Fresh Master SM 375 KS von Gamo Fahrzeugwerke aus dem nahen Ravensburg. Das Verkaufsmobil bietet eine optimal einsehbare Verkaufskühltheke samt gekühlter Bevorratung im Unterraum. Auf Wunsch Johannes Forsters wurde auch eine kleine Heiße Theke für den zusätzlichen Snackverkauf installiert. „Das Fahrzeug wurde einfach bedarfsgerecht gebaut“. Wichtig für ihn war neben der räumlichen Nähe, dass es mit einem „normalen Führerschein“ gefahren werden kann. „Darauf können wir aufbauen“, resümiert der Metzgermeister. *mtH*  
[www.forster-metzgerei.de](http://www.forster-metzgerei.de),  
[www.gamo.de](http://www.gamo.de)

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

Wir planen u. fertigen auf hohem Niveau zu günstigen Preisen.  
 • Gebrauchte • Miete • Leasing •  
**Hofmann** Freudenberg  
 Tel. 027 34 / 497-0  
 info@verkaufssysteme.de

**HAHLBROCK**  
 Fahrzeugausbau

Die FrischdienstAusbauten für den Fleischtransport

0°C bis +12°C

- moduler Isolierausbau aus GFK-Formteilen, Demontage und Umbau möglich
- integrierte Konvekta-Kühlanlage, keine Bauteile auf dem Dach

Hahlbrock Fahrzeugausbau GmbH  
 Wischhöfers Weg 6-7, 31515 Wunstorf  
 Tel. +49 (0) 5033-1222, Fax +49 (0) 5033-5552  
[www.hahlbrock.de](http://www.hahlbrock.de)



Fotos: Gamo



# FIT FÜR OSTERN?

Zum erwünschten Umsatz an Ostern verhelfen folgende Faktoren: Neben besonderem Fleisch, z. B. von Lamm, Kalb oder Kaninchen, lassen sich Kunden mit einer einladenden Deko, persönlichen Menüvorschlägen oder Tipps zum Osterbrunch zum Mehrkauf animieren.

Jetzt schon an Ostern zu denken, schadet nicht. Da sich viele Menschen in ihren knappen, freien Tagen gerne ausruhen, sind „conveniente Festags-hilfen“ willkommen. Ein Osterbraten im Bratenschlauch, ofenfertig vorbereitet, verhilft so sogar manchem Single, das Osterfest im Freundeskreis stilvoll zu begehen. Und auch nicht jede Hausfrau legt Wert darauf stundenlang in der Küche zu verbringen, um ein Kaninchen oder Feines vom Lamm zuzubereiten. Ob Lammrücken, -lachse oder -keule – mit Kräutermarinaden oder einer Beize versehen sparen sich die Kunden Zeit. Da Ostern sehr spät fällt (18 bis 21. April 2014), hat der eine oder andere auch schon Lust zum Grillen. Daher gilt es auch an österliche Angebote in dieser Richtung zu denken, z. B. Lammsteaks oder Lamm- und Kalbswürstchen.

## FÜR DEN OSTERTISCH

Ein Osterbrunch hat in vielen Familien Tradition: Freunde und Familie treffen sich an den Ostertagen zum entspannten Brunchen mit kalten und warmen Spezialitäten. Viele kaufen aus Gewohnheit gerne dasselbe. Zu besonderen Anlässen wünschen sich die Kunden aber eine individuelle Beratung. Gute Verkäufer machen Vorschläge, erklären das Angebot und verraten auch mal einen persönlichen Favoriten. Der Einzelhandel zeichnet sich ja gerade durch die Nähe zum Kunden aus. Hier hat

der Käufer Gelegenheit etwas zu erfahren, über Ostertraditionen und Brauchtum, aber auch über neue Kreationen. Im Verkaufsgespräch können gute Ideen, die für Abwechslung auf dem Feiertagsspeiseplan sorgen, punkten. Gerade dann gönnen sich viele etwas Besonderes: Es gilt einen Spanferkelbeinschinken oder klassischen Osterschinken in Brot- oder Briocheteig aktiv zu empfehlen. Man sollte darauf hinweisen, dass der Beinschinken von Hand geschnitten ist oder auch nachfragen, ob der Kunde Zeit hat selber Eier zu färben? Über bunte Ostereier freuen sich nicht nur Kinder. Pluspunkte gibt es oft, wenn man weiß woher die Eier kommen. Zum Brunchen gehören neben Schinkenspezialitäten, z. B. verfeinert mit Spargel, Frühlingskräutern wie Bärlauch oder Ei.

Produkte dazu gibt es etwa bei Gewürzherstellern wie *Hagesüd*. Auch Feinkostsalate, besondere Aufstriche, Frikadelle oder Hackbällchen können „ostergerecht“ aufgepeppt werden.

## KUNDENBINDUNG

Neben dem beratenden Kundengespräch sind Menüvorschläge willkommene Hilfen, die die Kunden bereits im Vorfeld zur Auswahl und zum Kauf inspirieren. Diese können sowohl auf der Homepage als auch in Papierform







ausgelegt werden. Vorschläge für ein persönliches Ostermenü macht im Internet etwa die Fleischerei Mosshammer aus Graz. Wie wäre es mit gefüllten Eiern, z. B. mit Cremes aus Ricotta und Meerrettich, Sardellen oder Basilikum, einer Spinat-Kalbsbriesterrine oder frischen Einlagen für die Festtagsuppe? Die Hauptspeise je nach Gusto: Saltimboccaröllchen von der Pute, Kalbsfiletsteak in Prosciutto auf Rosmarinzwieg gespießt oder doch eher ein klassischer Osterbraten? Kalbsroulade oder Lamnbraten mit frischer Kräuterfülle? Ob frisches Kaninchen oder Milchkalb – gut ist, pro Gang zwei bis drei Gerichte anzuführen, am besten mit Rezept. Wer thematisch passendes Werbematerial benötigt, z. B. in Form von Plakaten, Auflegern oder Aufstellern wird im Internet fündig, etwa bei [www.Plakatshop24.de](http://www.Plakatshop24.de) oder [www.Metzgerwerbung.de](http://www.Metzgerwerbung.de).

### FRÜHLINGSFRISCHE

Dazu passt eine Schaufenstergestaltung und Dekoration, die den Frühling hereinholt. Idealerweise gibt es diese Ostern Blumen in Hülle und Fülle, z. B. Krokusse, Narzissen, Schlüsselblumen, Hyazinthen oder Tulpen.

Auch ein klassischer Osterstrauch aus Haselruten mit bunten Eiern in der Auslage ist ein schöner Blickfang und kommt nie aus der Mode. Geflochtene Weidenkörbe können sowohl als Ostermester dienen als auch als Präsentationsfläche für Spezialitäten der Metzgerei. Solche Geschenk Körbe bieten sich auch als Osterüberraschung an.

Eine witzige Idee sind Würste in Form von Ostereiern: Manche Hersteller von Wursthüllen, z. B. *Texda Textildarm*, fertigen Sonderformen. Wie wäre es etwa mit einem „Wurstkugel-Osternest“? Gerade Textildarm ist in vielen Varianten konfektionierbar – egal ob als

Schlauchware, gerafft oder als genähte Abschnitte, mit farbigen Nähten oder in bedruckter Form. *Texda* liefert z. B. Textildärme für Rohwurst, Koch- und Brühwurst und Kochpökelwaren. Für Aufmerksamkeit auf oder in der Theke sorgt auch Wurst mit Osterhasen-Motiven.

Die typischen Farben der Jahreszeit, Gelb, Weiß und frisches Grün freuen sich über ein paar rosa oder pinke Farbtupfer. Alles ist jetzt wieder möglich: Pastelltöne oder knallig bunt, es grünt so grün oder prunkende Blumenpracht. Wer ganz anders dekorieren möchte, nimmt Wachtel-, Enten-, Straußen- oder Emueier – es müssen ja keine Originale sein – und legt sie auf einen Heuballen. Der wirkt auch mit Plüschhasen, Küken oder Schäfchen. Auch präpariertes Federvieh hat dann Hochsaison und macht sich gut auf Heu. Eine weitere Deko aus der Natur sind dünnere Birkenstämme oder andere Rinden und Hölzer.

Auch die Kinder als Kunden der Zukunft mit einzubinden ist nie verkehrt: Ein Publikumsmagnet sind auch „Landschaften“ mit Modelleisenbahn-Charakter, „Meister Lampes Hasenschule“ oder eine Bauernhof-Idylle mit Hühnerstall und Ententeich.

F. König



### Nützliche Links

- [www.dekowoerner.de](http://www.dekowoerner.de)
- [www.hagesued.de](http://www.hagesued.de)
- [www.Metzgerwerbung.de](http://www.Metzgerwerbung.de)
- [www.Plakatshop24.de](http://www.Plakatshop24.de)
- [www.wursthuellenshop.de](http://www.wursthuellenshop.de)



# Lamm hat zu Ostern Tradition

In vielen Familien hat das „Osterlamm“ einen festen Platz auf dem Speiseplan. Für ein gelungenes Ostermahl eignet sich z. B. eine gebeizte Lammkeule mit Tomaten und Koriander.



Die Verbraucher können dem Osterfest entspannt entgegensehen. Der „Neuseelamm-Express“ bringt ganzjährig frische Ware aus Neuseeland. Das Gütesiegel „New Zealand Origin“ und die Marke **weida** garantieren die Herkunft des Fleisches aus Neuseeland.

## Erfolg durch Qualität – weida

Die Hamburger Firma **PRIME MEAT** hat sich seit ihrer Gründung 1981 auf den Import von hochwertigen Fleischspezialitäten aus Neuseeland und Australien spezialisiert. Neben der sprichwörtlichen Fleischqualität und der für deutsche Verhältnisse bedarfsgerechten Portionierung hat **PRIME MEAT** eine vollständige Produktlinie entwickelt, die alle Merkmale eines klassischen Markenartikels aufweist: prägnantes Markenzeichen, displaystarke SB-Vakuumverpackung, klare Produktaussagen und verbraucherfreundliche Anwendungshinweise.

## Service ist Programm

Zum erstklassigen Markenprogramm gehört aber auch der entsprechende Service. **PRIME MEAT** bietet seinen Kunden noch mehr Service und deshalb hat

### Gebeizte Lammkeule mit Tomaten und Koriander

**Zutaten** (für 4 Personen): ca. 1,4 kg Weida Lammkeule, 1 Bio-Limette, 3-4 Knoblauchzehen, 1 TL Koriandersamen & frische Korianderblätter, Pfeffer aus der Mühle, Salz, 3 EL Olivenöl, 4 Zwiebeln, 8 getrocknete Tomaten (ohne Öl), 400 ml Lammfond (oder Instant-Fleischbrühe), 1 kg große Strauchtomaten, 2-3 EL Balsamicoessig

**Vorbereitung:** Lammkeule trocken tupfen. Limettenschale abreiben. Knoblauch pellen und hacken. Die Koriandersamen zerstoßen. Limettenschale, Knoblauch, Koriandersamen, Pfeffer und 2 EL Olivenöl verrühren und die Lammkeule damit kräftig einreiben. In einen Gefrierbeutel geben, im Kühlschrank mindestens sechs Stunden beizen.

**Zubereitung:** Zwiebeln pellen und in Spalten schneiden. Übriges Olivenöl in einem Bräter erhitzen. Lammkeule darin ringsum nicht zu scharf anbraten und die Zwiebeln zugeben. Getrocknete Tomaten vierteln. Lammfond abgießen, Tomaten zufügen. Salzen und pfeffern. Zugedeckt im vorgeheizten Backofen bei 200°C (Gas: Stufe 3-4, Umluft: 180°C) ca. 75-85 Min. schmoren. Strauchtomaten abspülen (ggfs. halbieren). 15-20 Min. vor Ende der Garzeit um die Keule legen. Lammfond mit Salz, Pfeffer und Balsamicoessig abschmecken. Lammkeule 5-10 Min. ruhen lassen. Fleisch aufschneiden und mit Tomaten und Fond anrichten. Dazu passen Baguette oder Kartoffeln.

Weitere Informationen und Rezepte:  
Tel.: (040) 85 310 00  
[www.weida-rezepte.de](http://www.weida-rezepte.de)



**weida**

prime meat from New Zealanda

das Unternehmen seinen Standort dort, wo die aus Neuseeland ankommende Ware zentral angeliefert wird. In Zusammenarbeit mit zwei großen Kühlhaus-Organisationen (MUK/TRANSTHERMOS und Frigo) ist **PRIME MEAT** dank des Know-hows dieser Unternehmen in der Lage, jede beliebige Region in Deutschland direkt zu versorgen. So können alle Kunden sicher sein, dass sie die fantastischen neuseeländischen Lamm-, Schaf- und Hirschfleischspezialitäten aus erster Hand erhalten.

## Garantierte Spitzenqualität

Neuseeland ist mit seiner traumhaften Natur traditionell auch ein Agrarland. Über die Hälfte der Gesamtfläche des Landes wird landwirtschaftlich genutzt. Eine besondere Bedeutung kommt der Fleischzeugung zu. Die hervorragende Fleischqualität aller **weida**-Spezialitäten kommt frischeversiegelt, als gefrorene und gekühlte Ware, bei ihren Kunden an.

**weida**

wünscht Guten Appetit!





# SICHER RÄUCHERN

Um beim Räuchern ein gleichmäßiges und gutes Ergebnis zu erreichen sind hochtechnisierte Anlagen im Einsatz, die vollklimatisiert und meist elektronisch gesteuert sind. Diese müssen spezielle Sicherheitsanforderungen erfüllen, damit sichere Produktionsprozesse gewährleistet sind.

Um einen sicheren Umgang mit Rauchanlagen sicherzustellen, hat der Hauptverband der gewerblichen Berufsgenossenschaften mit der BGR 138 Sicherheitsregeln für Räucheranlagen festgelegt. Zunächst muss immer eine Betriebsanleitung des Herstellers vorhanden sein, aus der hervorgeht, aus welchen Teilen die Anlage zusammengesetzt ist und wie diese funktionieren. Sie muss auch Hinweise für den sicheren Betrieb enthalten, ein-

schließlich der erforderlichen Anleitung für z. B. Rüsten, Warten, Reinigen, Benutzung und Störungsbeseitigung. Die Raucherzeuger müssen so beschaffen sein, dass Räucherrauch in explosionsfähiger Konzentration nur im Schwellbereich, und auch dort nur in so geringen Mengen auftreten kann, dass eine Entzündung des Rauchs nicht zu einer Gefährdung führt. Bei Durchzugsanlagen etwa muss die Raucherzeugung in unmittelbarer Verbindung mit der





Räucherammer stehen. Dabei darf zum Transport von Schwel- luft, Räucherrauch, Umluft und Abluft keine zusätzliche Energie zugeführt werden. Zudem muss der Räucherrauch spätestens bei Austritt aus dem Raucherzeuger so verdünnt sein, dass das Verhältnis von Frischluft zu Schwel- luft mindestens 20:1 beträgt. Letzteres trifft auch bei Kreislaufanlagen zu, bei denen der Rauch aus der Kammer/ Mischeinrichtung zu- rück zum Raucherzeuger geführt wird. Soweit Rauchkondensat in den Rohrleitungen nicht vermieden werden kann, muss dieses in einen geeigneten Sammelbehäl- ter abgeführt werden. Rohrleitun- gen, in denen Rauchharzbildung nicht ausgeschlossen werden kann, müssen eine gefahrlose Reinigung ermöglichen. Dies wird z. B. durch entsprechend angebrachte Reini- gungsrohrstutzen oder integrierte Reinigungsanlagen erreicht, wie sie die meisten Rauchanlagenherstel- ler anbieten.

Bei begehbaren Räucherammern müssen die Türen auch im verriegel- ten Zustand auch von innen leicht zu öffnen sein. Räucherammern mit Türschwellen müssen mit Auffahrrampen ausgerüstet sein. Um ein Umkippen des Räu- cherwagens beim Überfahren der Rampe infolge von Gewichtsver- lagerung zu vermeiden, darf die Steigung 1:8 nicht überschreiten. Zudem müssen Führungshilfen- oder Schienen vorhanden sein. Innenliegende Handgriffe an Wagen sind ebenfalls ein Muss. Räucher- ammern, die betriebsmäßig be- gangen werden müssen und eine Tiefe von über 5 m aufweisen, müssen beleuchtet sein.

Sie müssen zudem so beschaffen und der Aufstellungsort so ge- wählt sein, dass eine Brandgefahr durch Strahlungswärme unter Be- rücksichtigung der vom Herstel- ler angegebenen Sicherheitsab- stände verhindert ist. Mit Aus-

nahme des Innenraums dürfen zugängliche Teile keine Tempera- turen erreichen, die Verbrennun- gen bei Personen verursachen.

#### BEDIENUNG DER ANLAGEN

Vor der ersten Inbetriebnahme sind Räucheranlagen durch einen Sachkundigen zu überprüfen. Dies gilt auch nach wesentlichen Um- bauten sowie einem Austausch

von Anlagenteilen verschiedener Hersteller. Eine Nachprüfung der Räucheranlagen muss in regel- mäßigen Abständen, jedoch min- destens halbjährlich, wiederholt werden.

Der Unternehmer hat für jede Räucheranlage unter Berücksich- tigung der Betriebsanleitung und Anlagenbeschreibung des Herstel- lers sowie der betriebsspezifischen

Gegebenheiten eine Betriebsan- weisung zu erstellen. Darin sind auch Hinweise aufzunehmen, welche Maßnahmen bei Betriebs- störungen zu ergreifen sind. Prin- zipiell dürfen Räucherammern während des Betriebs nicht geöff- net werden – das betrifft nicht die Kammern, in denen Unterdruck herrscht. Bei auftretenden Undich- tigkeiten in der Anlage, durch die



# 90 Jahre Innovation und Perfektion

Setzen Sie neue Maßstäbe mit uns.

#### FESSMANN GmbH und Co KG

Herzog-Philipp-Str. 39, 71364 Winnenden  
Telefon 07195 701-0, Fax 07195 701-105  
info@fessmann.de, www.fessmann.de

**Nützliche Links**

[www.bastra.de](http://www.bastra.de) • [www.fessmann.de](http://www.fessmann.de) • [www.kerres-group.de](http://www.kerres-group.de)



Bastra



Fessmann

Rauch in gesundheitsgefährdender Menge in die Atemluft gelangen kann, ist durch geeignete Lüftungstechnische Maßnahmen für die Verdünnung der Rauchkonzentration auf ein ungefährliches Maß so lange Sorge zu tragen, bis die Undichtigkeiten beseitigt sind oder der Räucherprozess ist sofort zu stoppen.

Reinigungsmittel dürfen nur dann mit Leichtmetallen oder Zink in Berührung gebracht werden, wenn dies der Hersteller des Rei-

nigungsmittels ausdrücklich für unbedenklich erklärt hat. Denn: Beides kann miteinander explosiv reagieren. Ein Unternehmer hat die an der Räucheranlage beschäftigten Mitarbeiter vor ihrer Beschäftigung und danach in angemessenen Zeitabständen, mindestens jedoch einmal im Jahr, zu unterweisen. Die Unterweisung muss Hinweise über das sachgemäße und bestimmungsgemäße Arbeiten mit Räucheranlagen umfassen. Er muss zudem auf auftre-

tende Gefahren bei einem unsachgemäßen Arbeiten hinweisen und die Maßnahmen bei Betriebsstörungen beschreiben.

**AUSGEWÄHLTE ANLAGEN**

Nachfolgend werden einige Anlagen und Lösungen von ausgewählten Herstellern vorgestellt: Mit dem BastraSmart500 präsentiert *Bayha & Strackbein* einen neuartigen Anlagentyp, der auch im Bereich der Heißen Theke einsetzbar ist und ein Räuchern im Sichtbereich des Kunden ermöglicht. Er ist in fast jedes Ladenkonzept integrierbar. Ausgestattet mit der umweltfreundlichen Bastra Rauchkondensat-Technologie (Flüssigrauch) lassen sich damit durch Heiß- und Kalträuchern sowie durch Kochen, Braten, Backen, Garen, Dämpfen, Trocknen und Umröten frische Fleisch- und Wurstwaren erzeugen oder Fisch, Geflügel und Käse veredeln. Außerdem eignet sich diese Anlage zur Herstellung von Gerichten für den Direktverzehr sowie hochwertiger, handwerklich hergestellter Convenienceprodukte, welche die Kunden zuhause selbst

fertig zubereiten können. „Der dadurch erzielbare Mehrwert der damit erzeugten Produkte bietet Erfolg versprechende Möglichkeiten, um sowohl die Kundenbindung als auch die Wertschöpfung nachhaltig zu steigern,“ erläutert Bastra-Geschäftsführerin Claudia Buse. Die Bedienung erfolgt über die Bastra-Mikroprozessor-Steuerung MC 500, die bis zu 99 Programme mit je 30 Behandlungsschritten ermöglicht. Die Anlage kann im Temperaturbereich bis 180°C arbeiten. Mit einem nutzbaren Kammervolumen von 430 l ist sie auch eine sinnvolle Ergänzung für viele Aufgaben im Partyservice und Catering. Das integrierte Aufnahmegestell fasst acht oder 16 Behälter oder Bleche der GN-Größe 2/1 bzw. 1/1 sowie Rauchstöcke und Roste. Serienmäßig sind die vollautomatische Drucklüfterzeugung, integrierte Kühldusche, kontinuierliche Luftumwälzung sowie vollautomatische Abluft- und Frischluftklappen. Optional erhältlich sind eine Sicherheitsglastür sowie eine Kühleinrichtung zum Anschluss an eine bauseitige Kühlmaschine.

Fotos: Bayha & Strackbein, Fessmann

**KERRES**  
anlagensysteme

Ihr kompetenter Partner für Räucher-, Koch-, Klima- und Reifetechnik sowie für Intensivkühlsysteme. Wir bieten kundenspezifische Lösungen für Handwerk und Industrie.

KERRES Anlagensysteme GmbH  
Manfred-von-Ardenne-Allee 11  
D-71522 Backnang  
Fon +49 (0) 7191 - 91 29-0  
[www.kerres-group.de](http://www.kerres-group.de) [info@kerres-group.de](mailto:info@kerres-group.de)






Kerres

Bei der Wahl eines Raucherzeu- gers spielen die Reproduzierbar- keit und Produktqualität eine ent- scheidende Rolle. Die kompakten Turbomat-Anlagen T1800, T1900 und T3000 von *Fessmann* benöti- gen wenig Platz und sind gering in der Höhe. Im Modell T3000 z. B. sorgt eine Technologie mit stufen- losem Umwälzgebläse für einen feinen Räuchergeschmack. Die Lüftergeschwindigkeit kann indi- viduell auf die Produkthanforderun- gen erstellt werden. Zudem bietet das Unternehmen seinen Kunden ein Klimapaket zum Reifen von Salami und Rohwurst an. So kann in Turbomat T3000 Salami ohne Personaleinsatz über das Wochen- ende reifen, was Kosten und Zeit spart. Diese Anlagen sind mit der Food.Con-Steuerung ausgestattet, die über Lan-Verbindungen arbei- tet und bis zu 100 Arbeitspro- gramme mit individuell für jede An- lage auswählbaren Prozessschritten (Basis Nummern) speichert. Außer- dem können die Anlagen durch einen externen Zugriff rund um die Uhr ferngewartet werden. Zusätz- lich gibt es eine Software, mit der


der Anwender den Status und die historischen Daten mehrerer An- lagen auswerten und verwalten kann. Mit Food.Log erhält der Anwender einen umfassenden Überblick über alle relevanten Daten, die zur Qua- litätssicherung der Produkte nötig sind. Alle Turbomat-Anlagen sind in der Eco.Line-Bauweise gefe- rtigt, d. h. dass eine Paneelbau- weise mit Triplex-Isolierung eine Reduzierung des Wärmeverlustes um mehr als ein Viertel ermög- licht. Für eine umweltfreundliche und komfortable Selbstreinigung der Anlage und des Raucherzeu- gers sorgt die vollautomatische Cleaning-in-Place-Reinigung (CIP). Mit der Ratio-Familie, bestehend aus dem Glimmraucherzeu- ger Ratio-Top, dem Reiberaucherzeu- ger Ratio-Friction sowie dem Flüs- sigraucherzeu- ger Ratio-Liquid hält das Unternehmen für fast jede Anforderung die passende Räu- chertechnologie bereit. Da Ratio- Top bereits drei Minuten vor dem Beginn des Räucherns zündet, ist beim Programmstart die maximale Rauchmenge vorhanden. Auch *Kerres* bietet für fleischer- handwerkliche Unternehmer Lö- sungen für eine wirtschaftliche und umweltgerechte Wärmebe- handlung von Lebensmitteln an. Zum Programm der Universalan- lagen zum Räuchern zählt z. B. der Kombischrank CS 350 mit einem Fassungsvermögen von bis zu 50 kg. Für die Produktion von Rohwürsten und Schinken sowie landestypischen Kaltrauchproduk- ten kommt bei diesem Hersteller die bewährte Klima-Rauch-Reife- Technik zum Einsatz. Er setzt bei seinen Anlagen auf die Sägemehl- Verglimmung, mit der fast alles vom leichten Raucharoma bis zum kräftigen Schwarzgeräuch- ten gelingt. Die Reiberaucherzeu- ger produzieren auf Knopfdruck bei niedrigster Temperatur ein mildes Raucharoma sowie eine ansprechende Rauchfarbe – ideal

auch für Kaltrauchanwendungen. Ein Touch-Mikroprozessor mit ein- deutigen Begriffen in der Landes- sprache erleichtert die Bedienung. Jeder Prozessschritt wird anhand der Soll- und Ist-Werte kontrolliert. Ein Kochkessel-Programm von 250

bis 1.000 l Kesselinhalt, eine Koch-, Back- und Bratanlage sowie eine Intensiv-Kühlanlage komplettie- ren das Sortiment. Bei Fragen und Problemen stehen die Fachbera- ter aller genannten Unternehmen gerne zur Verfügung. *bew/ mth*



DER NEUE STAR  
AM FRISCHEHIMMEL



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

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

Foto: Kerres



# AUF DIE HÜLLE KOMMT ES AN

Das Spektrum an Hüllen ist heute vielfältiger denn je. Ob Naturdarm oder Kunsthülle – fast für jeden Bedarf steht eine passende Lösung zur Verfügung. Dabei hat sich der Darm zu einem Multifunktionaltalent entwickelt.





Naturdärme werden meistens für regionale und traditionelle Wurstspezialitäten eingesetzt. Sie verleihen der Wurst nicht nur eine „rustikale“ Optik, sondern stehen bei diesen Erzeugnissen vor allem für eine gewisse „Echtheit des Originals“. Naturdarm sorgt bei Würsten nicht nur für optische Vorteile, sondern bietet auch eine Reihe von Eigenschaften, die eine optimale Reifung begünstigen. Durch die Durchlässigkeit für Luft etwa ist Naturdarm eine authentische Hülle für zahlreiche Koch-, Brüh- und Rohwürste. Wie eine „zweite Haut“ lässt er die Wurst sozusagen atmen, was bei der Reifung die Entfaltung des typischen Aromas der Wurst fördert. Zudem gewährleistet er die nötige „Bräthafteigkeit“. Für die unterschiedlichen Wurstsorten kommen in der Regel Naturdärme von Schafen, Schweinen und Rindern zum Einsatz. Typische Vertreter einer im Schweinedarm abgefüllten Wurst sind etwa Landjäger oder Weißwürste, Blut- und Leberwürste. Schafsdärme eignen sich für Brühwürste wie Wiener bzw. Frankfurter Würstchen oder Debreziner aus dem Bereich Rohwurst. Mettwürste mit einem großem Durchmesser oder Bierschinken können auch in die Butte vom Rind abgefüllt werden. Das Handling von

Naturdarm ist generell aber etwas aufwändiger als bei Kunsthüllen. Daher ist es wichtig einige Regeln dabei zu beachten. Erhältlich sind Naturdärme u. a. bei Fachhändlern wie *Enders* oder *Ehlert* sowie direkt bei Anbietern wie *CDS Hackner*, *Peter Gelhard Naturdärme*, *Hans Schütt* oder *Schinner Naturdärme*. Als Naturdarm gibt es von *SPM\* Sun Products* z. B. den getrockneten Schweinedarm *Sun Nature Twister*, der durch eine 3D-Optik sowie eine hohe Maschinengängigkeit gekennzeichnet ist. Er ist als Abschnitte sowie als geraffte Ware in den Kalibern 40, 58 und 80 mm lieferbar.

Weitere Hersteller und praktische Tipps zum Handling damit gibt es auch im Internet beim Zentralverband Naturdarm unter der Adresse [www.naturdarm.de](http://www.naturdarm.de). Um das Handling zu erleichtern haben die Naturdarmhersteller in den letzten Jahren eine ganze Reihe von Produktinnovationen wie Soft- oder Hard-Tubes entwickelt, die vom Anwender direkt von den Tubes auf die Füllhörner gezogen werden können. *CDS Hackner* etwa hat den Safety-Ring eingeführt, der für mehr Sicherheit bei der Wurstproduktion steht. Dies ist ein metallisierter Gummiring, der den Naturdarm bis zur Verarbeitung sicher auf dem SilberPfeil® Pipe hält. Sollte der Ring aus Versehen in das Wurstbrät gelangen, kann er leicht von Fremdkörperdetektoren erkannt werden.

**Nützliche Links**

- [www.cds-hackner.de](http://www.cds-hackner.de)
- [www.ehlert-express.de](http://www.ehlert-express.de)
- [www.fleischerei-profi.de](http://www.fleischerei-profi.de)
- [www.hans-schuett.de](http://www.hans-schuett.de)
- [www.kalle.de](http://www.kalle.de)
- [www.naturdarm.de](http://www.naturdarm.de)
- [www.peter-gelhard.de](http://www.peter-gelhard.de)
- [www.schinner-naturdarm.de](http://www.schinner-naturdarm.de)
- [www.sun-products.de](http://www.sun-products.de)
- [www.texda.com](http://www.texda.com)
- [www.viscofan.com](http://www.viscofan.com)
- [www.viskoteepak.com/de](http://www.viskoteepak.com/de)
- [www.walsroder.com](http://www.walsroder.com)

**FARBEN UND FORMEN**

Kunstdärme ermöglichen die Herstellung von Würsten in unterschiedlichsten Größen, Formen und Farben. Das Angebot reicht dabei von Därmen auf Collagenbasis über Hüllen aus Kunststoff bis zu Viskosehüllen sowie Hüllen mit besonderer Funktion. Wie bei einigen Naturdärmen, gibt es auch essbare Kunstdärme. Dazu zählen Collagenhüllen, die der



by World Pac

**MEHR ALS  
NUR EIN  
DARM!**



Vertriebs GmbH

**SPM\*Sun Products  
Vertriebs GmbH**  
Parkstraße 21  
76131 Karlsruhe  
Tel: 0721-62811-0  
Fax: 0721-62811-28  
[spm@sun-products.de](mailto:spm@sun-products.de)  
[www.sun-products.de](http://www.sun-products.de)

"WE DON'T IMITATE...  
...WE INNOVATE!"





SPM Sun Products

Wurst einen knackigen Biss verleihen – ähnlich eines Schafsaitleins. Es gibt sie auch in nicht essbaren Varianten. Diese Hüllen verfügen über eine gute Durchlässigkeit für Wasserdampf und Rauch, eine gute Farbannahme sowie Aromabildung beim Räuchern. Der Erfinder dieser Hüllen ist Walter Becker,

der auch das unter dem heutigen Namen bekannte Unternehmen *Naturin* mitbegründete. Es gibt sie für die unterschiedlichsten Kaliber und Wurstsorten. Die Collagenfolie *Coffi* von *Viscofan/ Naturin* eignet sich z. B. für die Umhüllung von delikaten Kreationen. Sie reduziert das Auslaufen von

Kochschinken und Braten und ermöglicht ein problemloses Entnetzen. Kunststoffhüllen bestehen aus Polymeren und finden bei dickerer, großkalibriger Brüh-, Leberwurst, Kochschinken aber auch bei Sülze Verwendung. Der Kunststoff vermeidet Gewichtsverluste der Wurst sowie den Sauerstoffzutritt und verbessert somit die Haltbarkeit der Erzeugnisse.

*Kalle* präsentierte z. B. auf der IFFA 2013 in Frankfurt eine sehr feste Kunststoffhülle, die sogar beim Einstich eines Thermometers während des Kochprozesses intakt bleibt. Das ermöglicht eine sichere Temperaturkontrolle, was zu einer hohen Produktausbeute führt. Cellulose-, Faserhüllen und Schäl Därme gehören zur Kategorie der Viskosehüllen, die allesamt ungenießbar sind. Cellulosehüllen müssen vor der Verarbeitung kurz gewässert werden und können sowohl kalibertreu als auch stark dehnbar sein. Sie werden überwiegend für streichfähige Roh- und Brühwürste eingesetzt. Sowohl Rauchfarbe- als auch das -aroma gelangen durch die Hülle auf die Wurstoberfläche und sorgen für

ein ausgeprägtes Geschmacksprofil.

hat zwei Innovationen in seinem Sortiment, mit denen der steigenden Anforderung nach Lebensmittelsicherheit Rechnung getragen werden kann. Bei *Wienie-Pak Window* sind je nach Größe ungefähr 80 % des Darmumfangs eingefärbt und die restlichen 20 % durchsichtig. So kann die Rauchfarbe der Würste während der Verarbeitung leicht verfolgt werden.

### FASER- UND TEXTILHÜLLEN

Bei Faserhüllen handelt es sich um mit Faservlies verstärkte Cellulosehüllen. Sowohl Cellulose als auch Faserhüllen sind in der Lage, die Ausdehnung beim Füllen durch eine faltenfreie Rückschrumpfung wieder auszugleichen, weshalb sie vor allem für den Einsatz in der Rohwurstherstellung geeignet sind. Hier hat *CaseTech* im vergangenen Jahr eine Variante mit völlig neuartiger Funktion auf den Markt gebracht. Der *Walsroder Faserdarm BU* (Bio Fungistatisch) enthält einen unbedenklichen Hilfsstoff, der das Wachstum von Schimmelpilzen

Foto: SPM Sun Products

**HansSchütt**

Kunstdärme für jede Anforderung  
Ihr Partner für flexible Folien

Hans Schütt e.Kfm      Immelsweg 19      Tel. 04101 85 60-0  
info@hans-schuet.de      25469 Halstenbek      Fax 04101 85 60-77



auf der Außenseite der Wurst unterdrückt. Diese Stoffe werden auf der Außenseite der Wurst, z. B. bei Salami, aufgebracht. Das Produkt ist gegen verschiedene Schimmelarten wie *Penicillium Nalgovience* wirksam, wirkt aber auch gegen Hefen. Die Wursthülle basiert auf pflanzlichen Rohstoffen (Gewürzölextrakten) und ist deshalb eine nachhaltige Problemlösung. Durch den Einsatz der Hülle verlängert sich laut Hersteller die Lagerfähigkeit des ungefüllten Produktes durch eine Verminderung des Keimwachstums. Die Verarbeitung dieser Hüllen und der weitere Prozess verläuft ohne Unterschiede zu üblichen Faserdärmen: bestimmungsgemäß wässern und prall füllen, verschließen und die Rohwurst herstellen. Grundlegende hygienische Maßnahmen dürfen dabei aber nicht außer acht gelassen werden.

Textildärme ähneln optisch nicht-essbaren Naturdärmen wie Fettenden und Mägen. Sie können genäht werden, wodurch viele Sonderformen entstanden sind. Früher zunächst nur als schützende Hülle für die Wurstmasse gedacht, entwickelten sie sich zu handwerklich hochwertigen Wurstdärmen. Selbst hergestellte Wurstspezialitäten in textilen Hüllen vermitteln dem Kunden ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit und fördern auf diese Weise den Aspekt einer gelebten Regionalität. Sie sind ein Spiegelbild einer Region, in der es die Menschen im Fleischerhandwerk verstehen mit Einfallsreichtum, Geschick und Geschmack traditionelle Rezepturen und Verarbeitungsmethoden zu entwickeln und zu bewahren. Außerdem können Fleischereien durch regionaltypische Spezialitäten ihre Position im Markt stärken. Wenn diese dann durch eine fachgerechte, kundenindividuelle und aktive Beratung verkauft werden, ist das Plus in der Kasse ein

Leichtes. Denn: Neben dem Preis ist auch die Optik der Wurst beim Kauf ein entscheidender Faktor. *Texda Textildarm* führt eine Vielzahl passender und individuell gestalteter solcher textiler Hüllen – egal ob für Roh-, Koch- und Brühwurst oder Kochpökelwaren. Textildarm ist in vielen Varianten konfektionierbar, sei es als Schlauchware, gerafft oder in Form von genähten Abschnitten, mit farbigen Nähten versehen oder bedruckt. Im Wursthüllenshop finden Interessierte neben dem Kernsortiment auch so genannte Event Casings sowie saisonale Kreationen, die sich z. B. als Hingucker für das bevorstehende Osterfest eignen (s. Seite 41/42).

#### ZUSÄTZLICHER NUTZEN

Eine einfache und sichere Herstellung von Dekorwürzung für Kochpökelwaren, Schinkenprodukte und Rohwurst ermöglichen die Sun Spice-Därme, Flachfilme und Blätter von *SPM\* Sun Products*. Neu für den Bereich Rohwurst sind die Sorten Chili Scharf, Kräuter B und Knoblauch geröstet. Für Kochpökel- und Schinkenprodukte eignen sich Chili-Paprika-Mix und Zitropepp. Mit den Sun Flavor Gourmet-Därmen gibt es einen geraffter Gewürzdar, der vielseitig verwendbar ist. Die Verarbeitung von Raupen erhöht die Produktivität eines Betriebes. Solche gibt es bei diesem Anbieter als Hochbarriere-Hüllen oder durchlässige Hüllen. Die Sun Smoke- (Flüssigrauchdepot), Sun Caramel- (Karamelldepot) und Sun Flavor (Marinadendepot)-Därme ergänzen das Portfolio.

Doch egal für welche Hüllen sich eine Fleischerei bei der Wurstproduktion entscheidet, es sollte immer darauf geachtet werden, welche Wünsche die Kunden haben und welchen technologischen und verkaufsfördernden Nutzen die Hüllen bieten. So steht dem Verkaufserfolg fast nichts mehr im Wege. bew/ mth

## Innovation

ist bei Düker-REX Füllern Standard.



Die neuen Vakuumfüllmaschinen der Serie 400 speziell für Handwerks- und Mittelbetriebe. Ergebnis aus 30-jähriger Erfahrung. Innovative Technik und ein Steuerungskonzept mit Touchscreen und „REX-Servodrive“ garantieren höchste Produktionssicherheit.

Düker-REX – immer einen Schritt voraus.

Düker-REX  
Tel: 0 60 93 / 99 32-190  
dueker-rex.de

Erfahrung • Fortschritt • Service



**DÜKER  
REX**  
FLEISCHEREIMASCHINEN

## Der Salami-Darm für was ganz Besonderes. Machen Sie Ihre Rohwurst attraktiver.

**NaloNet** 



**Kalle GmbH | Wursthüllen KALLE GROUP**  
65203 Wiesbaden  
[www.kalle.de](http://www.kalle.de)



**Kalle**  
Tradition • Dynamik • Zukunft



Als zu Beginn des 20. Jahrhunderts Rohstoffknappheit zur Verteuerung von Naturdärmen führte, war die Zeit für eine Erfindung gekommen, die auch heute noch überraschende Entwicklungsmöglichkeiten beim Füllen von Würsten bietet: den Cellulose-Darm. Erfunden wurde diese vielseitige Lösung von Kalle mit Sitz in Wiesbaden.

# WURSTHÜLLEN MIT MEHRWERT

Die erste Wursthülle auf Cellulosebasis wurde 1928 in der Chemischen Fabrik Kalle hergestellt. Musste dieser Darm zunächst noch geklebt werden, ermöglichte ein spezielles Verfahren bald die Herstellung von nahtlosen Därmen: Kalle brachte Viskose, d. h. chemisch gelöste Cellulose, in zähflüssiger Form in einem Spinnverfahren in Schlauchform. Damit konnte 1929 die erste nahtlose Zellulosehülle, der Cellophan-Darm Nalo, in Produktion gehen. In den folgenden Jahrzehnten wurde daraus ein umfangreiches Produktsortiment, das heute unter dem Markennamen Nalo, der Abkürzung für nahtlos, in mehr als 80 Ländern vertrieben wird. Die Meilensteine dieser Entwicklung sind der Kranzdarm, die mit nassfestem Papier verstärkte Faserhülle sowie die wasserdampfdichte NaloTop-Hülle, die ein Brühen ohne Kochverluste ermöglicht.

## STETIGE ENTWICKLUNG

Der langjährige, ständige Austausch vor Ort beim Kunden und die enge Zusammenarbeit im Rahmen gemeinsamer Projekte führte nach und nach zur Entwicklung speziell angepasster Kunstdärme. So standen ab 1990 Hüllen aus synthetischen Polymeren im Zentrum der Entwicklung. Neue Anforderungen, insbesondere nach hoher Effizienz in der Verarbeitung,

waren der Antrieb dafür, die bereits in den 1970er Jahren entwickelten Polyester-Hüllen Nalophan sowie die Mitte der 1980er Jahre entwickelten einschichtigen Polyamidhüllen NaloFlex anzubieten. Heute sind synthetische Polymere die zweite große Rohstoffklasse, die bei Kalle zur Herstellung von Wursthüllen eingesetzt wird. Entsprechend den Anwendungserfordernissen können die Hüllen ein- oder mehrschichtig sein. Mit jeder einzelnen Schicht kann man eine spezielle Funktion, z. B. Barriere gegenüber Wasserdampf oder Sauerstoff, mechanische Festigkeit, oder Haftung zum Wurstprodukt verbinden.

Der Schwerpunkt der Produktentwicklung der letzten Jahre waren Value Adding Produkte, d. h. Hüllen mit einem Zusatznutzen für die Anwender. Zusätzliche Funktionen, wie etwa der Übertrag von Rauch, Farbe oder Gewürzen von der Hülle direkt auf die Oberfläche des

Wurstprodukts während des Brühvorgangs, sparen Produktionsschritte und bringen dem Anwender Kosten- und Zeitvorteile. Außerdem fördern sie die Produktsicherheit und ermöglichen die Herstellung eines breiteren Produktsortiments. Zu dieser Produktgruppe gehören: NaloColor, NaloSmoke, NaloProtex, NaloPro.

Zu den Produkten aus Cellulose und Kunststoff, die es in einer großen Auswahl an Farben, Formen und Kalibern und damit für nahezu jede Anwendung gibt, kommen die aktuellen

Produkte NaloProSpice, NaloBar PR und NaloEco sowie mit NaloCoat ein neues Kollagen-Gel, das als Hülle den Würstchen die gewünschte Konsistenz und Biss verleiht.

Mit der Fähigkeit, auf die Anforderungen des Marktes mit geeigneten Lösungen zu reagieren, hat sich Kalle heute in vielen Anwendungsbereichen die Marktführerschaft erarbeitet und ist im Segment der Kunstdärme zu einem Global-Player aufgestiegen. *ast*





# UNERWÜNSCHTE MIT-ESSER



Seit dem 1. September 2013 ist die neue Biozid-Verordnung (EU) Nr. 528/2012 in Deutschland anzuwenden. Nun dürfen zum Nachweis von Nagetieren im Regelfall nur noch ungiftige Nachweisköder eingesetzt werden.

onsbetriebes gefährden andere Schädlinge wie ein Trockenlager. Die Broschüre erklärt zudem die jeweiligen Erkennungsmerkmale und gibt praktische Tipps zu Risiken und Vorsorge. Das Poster dient der Förderung des Bewusstseins bei den Mitarbeitern für die Gefahr „Schädlingsbefall“ im Umgang mit Lebensmitteln. Denn: Wer dafür sensibilisiert ist, sieht mehr als ein Ahnungsloser. Ein professionelles Konzept zur Prävention und Bekämpfung von Schädlingen ersetzt es aber nicht. Heutiger Standard in der Lebensmittelhygiene ist die so genannte integrierte

Schädlingsbekämpfung mit einem Schwerpunkt auf der Vorsorge. Deren Ziel ist die Vermeidung bzw. die frühzeitige Erkennung eines Befalls, der mit der Ware eingebracht wurde. Das Konzept des Dienstleisters APC macht Hygiene mess- und kontrollierbar. Das Vier-Bausteine-System orientiert sich am HACCP-Konzept und besteht aus den Punkten Prävention, Monitoring (Nachweis) und Bekämpfung sowie einer rechtssicheren Dokumentation. Es erfüllt die geltenden Verordnungen und Richtlinien zur Lebensmittelhygiene und bringt Betriebe auf die sichere Seite. Die Voraussetzung ist aber die Einhaltung eines umfassenden Hygienekonzeptes. [www.apc-ag.de](http://www.apc-ag.de)

**D**ie wesentlichen Änderung: Bisher enthielten Köderstationen gegen Ratten und Mäuse präventiv wirkstoffhaltige Köder. Die eingesetzten Antikoagulanzen (Blutgerinnungshemmer) aus der Gruppe der Rodentizide waren toxisch und hochwirksam. So ließ sich ein aufbauender Nagerbefall frühzeitig bekämpfen. Jetzt dürfen zum Nachweis im Regelfall nur noch ungiftige Nachweisköder eingesetzt werden. Erst wenn im Rahmen eines regelmäßigen Servicetermines oder durch die Verantwortlichen des Betriebes vor Ort ein Befall durch Nagetiere festgestellt wird, dürfen die Systeme mit Toxködern belegt werden. In diesen Fällen gilt: Die Köderstellen müssen in kurzen, festgelegten Zeitintervallen, mindestens aber wöchentlich, kontrolliert werden. Auch hier gelten Dokumentations- sowie Kennzeichnungspflichten. Rodentizide, die Antikoagulanzen der

zweiten Generation enthalten, dürfen nur noch von sachkundigen und geschulten Anwendern eingesetzt werden.

Über Schädlinge und ihre „Lebensräume“ informiert ein Poster mit dem Titel „Offene Türen für heimliche Mitesser“, das der Dienstleister APC herausgegeben hat. Vereinfachte Illustrationen der häufigsten Vertreter von Schädlingen, die in Lebensmittelbetrieben auftreten, helfen dabei einen „Fund“ zu identifizieren. Ist ein kleiner Falter ein Schmetterling oder eine gefürchtete Motte? Eine Tabelle gibt Aufschluss über die bevorzugte Nahrung, die Lebensweise und die Schadwirkung der Eindringlinge. Eine übersichtliche Schemazeichnung zeigt auch die gefährdeten Betriebsbereiche wie Wareneingang, Haustechnik oder Abfallbereich. Die eingezeichneten Tiersymbole warnen, welche Gefahr davon droht. Den Bereich Haustechnik bevorzugen z. B. Mäuse und Orientalische Schaben. Den Nassbereich eines Produkti-

Foto: APC



können  
Ihre Existenz  
kosten!

Sicherheit durch DEKUR Ultraschallgeräte

Nager im  
Lebens-  
mittelbereich

**DEKUR**<sup>®</sup>

Electronic-Geräte GmbH

56329 St.Goar-Fellen

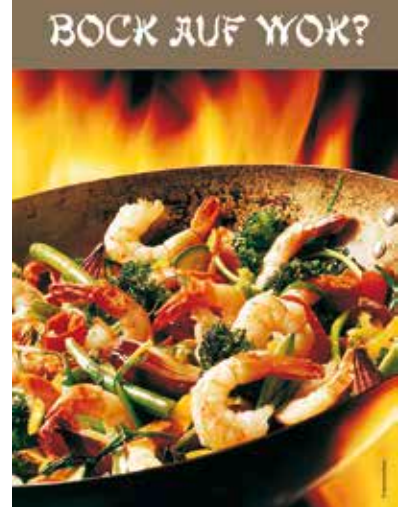
Tel.: 06741-2999980

[dekur@dekur-international.de](mailto:dekur@dekur-international.de)

[www.dekur-international.de](http://www.dekur-international.de)

### Mini-Baguette zum Dippen

Als Beilage zu Salaten und Suppen oder als Appetizer eignen sich die neuen Dip-Sticks von Edna. Die Mini-Backwaren wiegen 20 g pro Stück und sind eine Alternative zu großen Baguettes. Im Vergleich dazu müssen die Sticks nicht aufgeschnitten werden und bleiben deshalb lange frisch, weil es keinen Anschnitt gibt. Da sie bereits fertig gebacken sind, müssen sie vor dem Servieren nur kurz im Ofen erwärmt werden, sodass sie außen knusprig und innen saftig weich sind. Ebenfalls neu im vielfältigen Sortiment sind die 45 g schweren Midi-Brötchen, eine Alternative zu kleinen und großen „normalen“ Brötchen. [www.edna.de](http://www.edna.de)



### Asia-Aktion

Fünf authentische Asia Compounds, u. a. in den Varianten Erdnuss-Sate, Red Thai Curry oder Süß-Sauer Sauce hält Moguntia Food Service für seine neue pan-asiatische Aktion bereit. Die Saucen sind schnell in der Zubereitung und behalten aufgrund der kurzen Garzeit ihre Farbe. Passend dazu gibt es neben Dekorationsmaterial auch Zusatzartikel wie Erdnusscreme, Mienudeln oder geröstetes Sesamöl. [www.moguntia-fs.de](http://www.moguntia-fs.de)

### Fingerfood für den Partyservice

Eine deutsch-japanische Köstlichkeit aus dem abwechslungsreichen Sortiment des Seafoodspezialisten Christian Goedeken jr. ist das Lachs-Wasabi-Mousse auf Pumpnickel. Cremiger

Frischkäse, geräucherter Lachs, Wasabicreme und Noriblätter sind hier die Zutaten. Angerichtet ist das Ganze auf Pumpnickel. Die Snacks sind nach 90 Minuten Auftauzeit servierfertig. Als warme Alternative dazu gibt es die Blätterteig-Törtchen mit Spargel und Garnele. Hier wurde Frischkäse mit grünem und weißem Spargel im Blätterteig verarbeitet. Als Topping dient eine Garnele. Das Törtchen ist nach zwölf Minuten Erhitzen verzehrfertig und kann heiß oder kalt gegessen werden. [www.christian-goedeken.de](http://www.christian-goedeken.de)



### Zum Reifen und Trocknen

Mit dem TS 800 G führt KBS Kältetechnik einen Reife- und Trocknungsschrank, der zur Wurst- und Fleischreifung sowie zum Herstellen von Dry Aged Beef genutzt werden kann. Eine vollelektronische Steuerung sorgt für ein optimales Klima sowie die richtige Temperatur und Luftfeuchtigkeit. In der Steuerung sind drei Programmzyklen einprogrammiert, sieben weitere können individuell festgelegt werden. Darüber hinaus eignet sich der Schrank als Präsentationsplattform. Desweiteren im Sortiment vertreten ist die Tischkühlvitrine View, die verpackte Lebensmittel in Szene setzt. [www.kbs-oem.de](http://www.kbs-oem.de)

## UNTERNEHMEN IM NETZ

### ANZEIGE

**clippy GmbH** [www.clippy.de](http://www.clippy.de) home | kontakt | impressum

produkte | farben | technik | unternehmen | vertriebspartner

CLIPPY® Classic · CLIPPY® Stabil · CLIPPY® Country

**CLIPPY® Classic**  
**CLIPPY® Stabil**  
**CLIPPY® Country**  
**Zubehör**

Kunststoff-Bodenrost-DBGM mit Clip-Verbindung, der ideale Bodenbelag für:

- Camping
- Hobby
- Freizeit
- Ausstellung
- Büro
- Messe
- Industrie

Clippy hat viele herausragende Eigenschaften:

- Format ca. 500 x 500 x 25 mm
- Fullwam und Fulltrocken
- rutschhemmend
- druckfest
- einwandfreier Wasserablauf
- hygienisch und elastisch
- verhindert Ermüdungserscheinungen
- leicht verlag- und wiederaufhebbar
- Zuschnitt auf jedes Zwischenmaß möglich

### Schallwellen gegen Nager

Die Ultraschallgeräte von Dekur Electronic-Geräte schützen Betriebe, Menschen und Wirtschaftsgüter gegen Nageschädlinge. Durch den Einsatz eines solchen Gerätes geraten Ratten und Mäuse in eine Stresssituation, die sich durch unfreiwillige Laufphasen auswirkt. Die normale Reaktion der Tiere ist die Flucht. Alle Ultraschallgeräte werden in einem vollschutzisolierten Kunststoffgehäuse geliefert. Der



Wirkungsbereich des Dekur 6000-4 etwa beträgt rund 300 m². Die Lieferung erfolgt mit zwei Jahren Werks-garantie. [www.dekur-international.de](http://www.dekur-international.de)



## À la Smartphone

So leicht wie die Bedienung eines Smartphones ist der Umgang mit dem neuen Combidämpfer FlexiCombi MagicPilot von MKN: integrierte Info-schritte, Favoritenprogramme im Startmenü und die Bedienungsanleitung als Videoclip direkt im Gerät, kommen dem Motto „Enjoy Cooking“ nach. Das Konzept EasyLoad erleichtert den Umgang mit Blechen und GN Behältern. Ohne umzugreifen hat der Anwender dabei stets alles im Griff. Standard sind zudem ein Langlebgarraum aus V4A Edelstahl, eine dreifach verglaste Garraumtür und ein Wärmetauscher. Die Verbrauchsanzeige GreenInside zeigt den Ressourcenverbrauch an. [www.mkn.eu](http://www.mkn.eu)



## Speisen mobil überwachen

Für transparente Kontrollen in Echtzeit hat Rieber das System °Check entwickelt. Damit lassen sich der Ort und die Temperatur von Speisen jederzeit per Smartphone im Blick behalten. Ebenso ermöglicht °Check die Dokumentation, Erfassung und Verwaltung aller HACCP-relevanten Daten mittels eines QR-Codes. Die Daten können dabei entweder mit Mobile-°Check oder Auto-°Check erfasst werden. Bei Mobile-°Check erfasst und übermittelt der Kunde die Daten selbst per Smartphone an eine zentrale Datenverwaltung. Bei Auto-°Check sind die Sensoren in den zu überwachenden, stationären und mobilen Geräten installiert. Die Sensoren übermitteln die Daten an eine zentrale Datenverwaltung. [www.riever.de](http://www.riever.de)



Interspace Gewürzwerke, Inkiess Voscoplast

## Fein und würzig



Für das Frühjahr präsentiert Hagesüd Interspace einige saisonale Spezialitäten, z. B. den Osterschinken aus der Ober-/Unterschale ohne Schwarte oder Putenbrust mit Aprikosen. In der Spargelsaison bei den Kunden punkten lässt es sich auch mit Kohlen-Spargel-Schinken, Spargel-Schinken-Sticks, Schinken-Spargel-Törtchen oder Spargel-Formfleisch-Schinken. Das streufähige El-do-Lak P Pulver Gold hilft diese Spezialitäten sicher herzustellen. Die dem Produkt eingesetzten Wertstoffe sind löslich. Eine intensive Umrötungskomponente sorgt für eine hohe Farbstabilität sowie eine schnelle Umrötung. Da die Scheiben gut zusammenhalten besteht auch ein wirtschaftlicher Nutzen. [www.hagesued.de](http://www.hagesued.de)

## Praktischer Kassenhelfer

Das Programm von Inkiess umfasst Arbeitsmittel für den Kassenbereich, z. B. Geldzählkassen in zahlreichen Varianten sowie weitere praktische Helfer. Dazu gehören Einsätze für elektronische Kassenschubladen, Geldkassetten, Rolljalousiekassen, Behälter für Banknoten und Karten sowie Belegefächer. Die funktionalen Produkte verfügen über einen hohen Gebrauchswert sowie eine lange Lebensdauer. [www.inkies.de](http://www.inkies.de)

Fotos: MKN, A. Handtmann Maschinenfabrik, Rieber, Hagesüd



## Sicher füllen

Mit den Vakuumfüllern VF 608 plus und VF 610 plus von Handtmann können Füllmassen oder grob stückige Ware gefüllt, portioniert und abgedreht werden – egal ob in Kunst-, Collagen- oder Naturdarm sowie andere Behältnisse. Das Herzstück der Füller ist das Flügelzellenförderwerk, das eine hohe Gewichtsgenauigkeit garantiert. Die optimale Zuführung und das effektive Vakuumsystem sind in der Rohwurstherstellung ein Vorteil. Durch die schonende Portionierung entstehen luftfreie Produkte mit gleichmäßiger Partikelverteilung. Die Reduzierung von Restbrät um bis zu 40 % bei kalten und festen Massen spart Zeit und senkt die Produktionskosten. Die Bedienung der Steuerung ist leicht und basiert auf Windows CE für die Speicherung von über 300 Produkten. Die Füller verfügen über ein vielfältiges Sortiment an Zubehör, z. B. die Haltevorrichtungen HV 414 und HV 416, die bei häufigen Produktwechseln in der Brüh- und Rohwurstherstellung vorteilhaft sind. [www.handtmann.de](http://www.handtmann.de)



- ▶ Anbautyp zur Steigerung der Arbeitsergonomie und -sicherheit
- ▶ Kompakte Bauweise ermöglicht Einsatz auch bei engen Platzverhältnissen
- ▶ Entlastung des Bedienpersonals
- ▶ Einfacher und schneller Sortenwechsel mittels Touch Screen Steuerung
- ▶ Garantiert gleichbleibend stramme und fest gefüllte Ware
- ▶ Darmhaltevorrichtung zur Beschleunigung des Füllprozesses



**Heinrich Frey Maschinenbau GmbH**  
Fischerstr. 20 · D-89542 Herbrechtingen  
Tel.: +49 7324 172 0 · [www.frey-maschinenbau.de](http://www.frey-maschinenbau.de)







ICH LESE **FH** FLEISCHER-HANDWERK

...weil Qualität  
entscheidet!

Jens-Uwe Büniger  
Fleischermeister, Berlin





### Füllen wie ein Profi

Heinrich Frey Maschinenbau hat die Förderwerke der Vakuumfüller für handwerkliche Betriebe optimiert. Die Folge sind laut Hersteller bessere Füllergebnisse. Modifiziert wurde z. B. die F-Line F50, die über ein Flügelzellenförderwerk, bestehend aus acht Füllkammern, verfügt. Die Rotoren sind in Edelstahl mit Plasmabeschichtung ausgeführt. Das Förderwerk besteht aus fünf beweglichen Teilen. Zu den Vorteilen zählen ein schneller Sortenwechsel sowie wenig Restbrät. Der Fülltrichter fasst 90 l, auf Wunsch ist ein 60-l-Fülltrichter mit

Schutzgitter erhältlich. Mit einer theoretischen Füllleistung von 2.200 kg/h bietet die F-Line F50 auch Reserven für den Fall, dass größere Füllmengen verarbeitet werden müssen. Die Würstchen werden auch bei hoher Arbeitsgeschwindigkeit darmschonend abgedreht. Bedient wird die Maschine mit der CAN60-Steuerung, die alle Informationen per LCD-Display anzeigt. Zudem ist der Vakuumfüller F-Line F60 erhältlich, der mit einer Touch-Screen-Steuerung TC266 bedient wird. [www.frey-maschinenbau.de](http://www.frey-maschinenbau.de)

### Autoklaven-Range ausgebaut

Der Autoklavenhersteller Panzer Koch- und Räucheranlagen hat sein Programm an Vielzweckautoklaven erweitert. Die gängigen Größen mit 120, 240 und 340 l wurden um Modelle mit einem Fassungsvermögen von 500 bis 1.500 l ergänzt. Auch Sondergrößen sind erhältlich. Alle Beheizungsarten wie Dampf, Strom, Gas oder Öl sind realisierbar. Steuerungen mit Datenübertragung, Überwachung der Arbeitsprozesse per PC, automatische Drucksteuerung beim Aufheizen, Halten und Abkühlen sowie Umwälzpumpen gewährleisten eine Arbeitsweise ohne Fehlprodukte. Zubehör wie ein Kühlmantel um den Innenbehälter oder ein isoliertes Auffangbecken mit Rückführung für Heißwasser ergänzen das Angebot. [www.panzer-autoklaven.de](http://www.panzer-autoklaven.de)



Fotos: Frey Maschinenbau, Panzer Koch- und Räucheranlagen, CT CliptechnikDeutschland

### Cliptechnik für viele Zwecke

Sicherheit und Hygiene sind bei der Wurstproduktion ein Muss. Dafür führt CT Cliptechnik ein vielfältiges Programm an Clipmaschinen. Es bewegt sich von manuell betätigten Einzelclippern über pneumatisch angetriebene Tisch-Einzel- und Doppelclipper bis zu voll-elektronisch gesteuerten Clipautomaten. Die Tisch-Doppelclipper der Modelreihe CDC 800 Easy eignen sich für die rationelle Produktion von Wurstketten mit und ohne Schlaufe. Darin können maschinell geraffte Darmraupen eingesetzt werden. In einem Arbeitsgang werden zwei Clips gesetzt und so zugleich das Wurstende und der Anfang der nächsten Wurst verschlossen. Je nach Modell können Därme vom Kaliber 25-105 mm verschlossen werden; der Clipabstand zwischen den Portionen ist einstellbar. Unterschiedliche Cliptypen sind ohne das Auswechseln von Maschinenteilen einsetzbar. Die seitlichen Auflagebleche sind in ihrer Höhe justierbar, der Längenanschlag auf dem linken Blech bestimmt die Portionierung. [www.cliptechnik.de](http://www.cliptechnik.de)



## MultiFresh® by IRINOX – Höchstleistung für Fleischer

*Kompromisslose Frische durch Kompetenz & Innovation:*



**Internorga**  
Halle A 3, Stand 311

- ★ Von 95°C auf 3°C in weniger als 90 Minuten
- ★ Garheiß nachschieben – kein Gefrieren
- ★ Dauerbetrieb ohne Abtauen
- ★ Schockfrostern
- ★ Programmiert Auftauen
- ★ Niedertemperaturgaren

Abläufe und Frische-Qualität optimieren, Bratverlust und Überproduktion minimieren – mit Multifresh® erreichen Sie alle Ziele durch Schnellkühlen, Schockfrostern und (Nacht-)Garen bei niedrigen Temperaturen.

**IRINOX**

Der Schnellkühler-Spezialist

[irinox.deutsch@irinox.com](mailto:irinox.deutsch@irinox.com)  
[www.irinoxprofessional.com](http://www.irinoxprofessional.com)

## Reinigen + Waschen mit Produkten von Seeger

**Seeger**

D-72336 Balingen  
Tel. +49 7433 960-0  
Fax +49 7433 960-150  
[www.seeger-sauber.de](http://www.seeger-sauber.de)



Seeger-Produkte erhalten Sie im Fleischereibedarfs-Großhandel

# 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 **Primo-Frost**

Tel. 023 02/28 27 70 - Fax 023 02/22 941  
mail@scharfen.de, www.scharfen.de

Autoklaven

## 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

## 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

Autoklaven

## PANZER Autoklaven

- 120–1.000 l Inhalt
- 1,0–3,5 bar Druck
- alle Beheizungsarten
- TÜV-geprüft nach Druckgeräterichtlinie 97/23/EG
- kabellose Datenübertragung
- über 40 Jahre Erfahrung
- fachmännische Beratung und Einweisung
- perfekter After Sale Service
- ständig gebr. Geräte vorrätig

Panzer Koch- und Räucheranlagen  
Postfach 1282 • D-74184 Weinsberg  
Telefon/Fax 0 71 34/1 77 44  
E-Mail: kra-panzer@alice-dsl.net  
www.panzer-autoklaven.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

UNIFILLER-SYSTEME

SPRÜH-SYSTEME

BACKTRENNMITTEL

Darmaufziehgeräte

## DA-TURBOFIX® Steinmetz

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

Dosenöffner

Maschinenbau und Großküchentechnik  
Tel.: 07841-680190

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

T (DE) 0171 31 393 07  
T (A) +43 7229 606-0  
F (A) +43 7229 606-400  
www.laska.at • laska@laska.at

▲ Füllen  
▲ Küttern  
▲ Wolfen

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  
Grillöl • 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  
...das Pastore für Sicherheit und Erfolg!

REZEPTE | FORUM | NEUHEITEN

## KAESEWEB.DE

immer ein Genuss!



## Gewürze



Die ganze Welt des Würzens

Gewürzmischungen · Marinaden

**HAGESÜD INTERSPICE**  
Gewürzwerke GmbH & Co. KG  
71282 Hemmingen · Saarstraße 39  
Telefon: (0 71 50) 942-60  
E-Mail: info@hagesued.de

www.hagesued.de  
Handy-App:  
www.hagesuedmobil.de



Member of 

## Klima- und Rauchanlagen

info@autotherm.de



*Klima- und Räuchertechnik*

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

## Kochkammern und -schränke

info@autotherm.de



*Klima- und Räuchertechnik*

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

## Kuttermesser

**Messer-Hersteller**



Engelhartes  
Warenzeichen  
seit 1895

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

**J.F. FUCHS**  
J. Fr. F. Fuchs  
seit 1830  
...wenn es auf Messers Schneide ankommt

## Ladengestaltung

## promedia theken TV

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 Würzsaucen mit ungehärteten Fetten

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

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/com

Kuttermesser | Abschneidmesser | Schweinespaltmesser  
Gattermesser | Entschwartungsklingen | Gefriergutschneider  
Slicermesser | Kreismesser | Steakmesser | Injektornadeln  
Schneidwerkzeuge für Großwölfe | Messer mit Verzahnungen



*We know how!*

**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

## Gütezusätze



*We know how!*

**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



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

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

www.walter-geraetebau.de

## 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**




**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
- 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

## Kunstdärme



**HansSchütt**  
Kunstdärme für jede Anforderung  
Ihr Partner für flexible Folien  
Hans Schütt e. Kfm. • info@hans-schuetf.de  
Immlsweg 19 • 25469 Halstenbeck  
Tel. 04101 8560-0 • Fax 0401 8560-77

**gastroinfo portal**  
www.gastroinfoportal.de

## Kunststoffverkleidung

Horo-Kunststofftechnik Vertriebs GmbH

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

# GESUCHT & GEFUNDEN

## Portioniermaschinen

**Weisser** Maschinenbau und Großküchentechnik  
Tel: 07841-680190

## Pökelinjektoren

**günther** Maschinenbau  
Günther Maschinenbau GmbH  
Bauhof 7, D-64807 Dieburg  
Tel: 0 60 71/ 9878-0, Fax 987825  
Internet: www.guenther-maschinenbau.de  
E-Mail: info@guenther-maschinenbau.de

## Eilige Anzeigen

unter  
Tel.: 0 89/ 3 70 60-120  
Fax: 0 89/ 3 70 60-111

## 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

## Rauchwürstpräparate und Rohwurststreifemittel

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

## 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 Pökeltüteszusätze

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

## Schlachthofeinrichtungen

**RENNER** SCHLACHTHAUSTECHNIK GmbH  
Fachsenfelder Straße 33  
D-73453 Abtsgmünd  
Telefon 073 66/9 2096-0  
Telefax 073 66/9 2096-99  
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

**World Vision** Zukunft für Kinder!  
**WORLDVISION.DE**

## Schneidwerkzeuge

**DICK** Traditionsmarke der Profis  
Messer . Werkzeuge  
Wetzstähle . Schleifmaschinen  
www.dick.de

## Spülmaschinen

**MEIKO** 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

## Tumbler

**günther** Maschinenbau  
Günther Maschinenbau GmbH  
Bauhof 7, D-64807 Dieburg  
Tel: 0 60 71/ 9878-0, Fax 987825  
Internet: www.guenther-maschinenbau.de  
E-Mail: info@guenther-maschinenbau.de

## Vakuumverpackung

**lava** Professionelle Vakuumeräte  
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

## www.FleischNet.de

**Weisser** Maschinenbau und Großküchentechnik  
Tel: 07841-680190

## Walzensteaker

**günther** Maschinenbau  
Günther Maschinenbau GmbH  
Bauhof 7, D-64807 Dieburg  
Tel: 0 60 71/ 9878-0, Fax 987825  
Internet: www.guenther-maschinenbau.de  
E-Mail: info@guenther-maschinenbau.de



Impressum 3. Jahrgang  
Offizielles Organ von:



**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

**Verlagsleitung München:**  
Annemarie Heinrichsdobler (089) 370 60-100  
Paula Pommer (Stv.) -110  
**Redaktion:**  
Marco Theimer (mth), (089) 370 60-150  
Chefredakteur (verantwortlich i. S. d. P.)  
**Ständige Autoren:**  
Fritz Gempel (fge), Astrid Schmitt, Heike Sievers  
**Anzeigen:**  
Paula Pommer (verantwortlich) (089) 370 60-110  
Gerhild Burchardt -205  
Rosi Höger -210  
Gabriele Leyhe -225  
Rocco Mischok -225  
Bernd Moeser -200  
Gaby Schwarzmann -215

Gültige Anzeigenpreisliste Nr. 17  
vom 1.1.2014

### Anzeigenabwicklung:

Stefanie Wagner -260  
Felix Hesse -261  
**Layout:**  
Sanda Kantoci -256  
Michael Köhler -255  
Liane Rosch -258  
S. Anderle/ Sonar Gröbenzell,  
Rita Wildenauer, Paloma Ernd  
**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  
Manuskripte übernimmt der Verlag  
keine Gewähr. Namentlich gekenn-  
zeichnete Beiträge geben nicht immer  
die Meinung der Redaktion wieder.

Nachdruck und Übersetzung veröffent-  
lichter Beiträge dürfen, auch auszugs-  
weise, nur mit vorheriger Genehmigung  
des Verlages erfolgen. Im Falle von  
Herstellungs- und Vertriebsstörungen  
durch höhere Gewalt besteht kein  
Ersatzanspruch. Für den Inhalt der  
Werbeanzeigen ist das jeweilige  
Unternehmen verantwortlich.  
**Geschäftsführer der  
B&L MedienGesellschaft mbH & Co.  
KG, 40724 Hilden:**  
Harry Lietzenmayer  
**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 geschnittene 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



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



Voller Geschmack,  
perfekte Konsistenz,  
tolles Handling

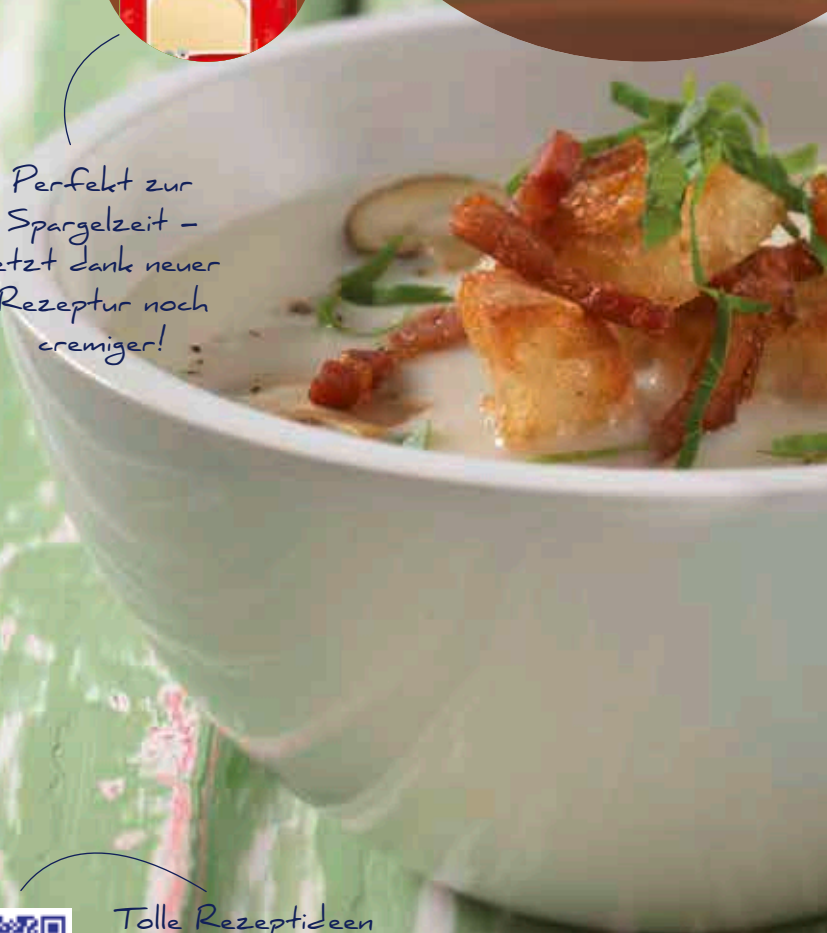
# Das optimierte eto Suppen- Sortiment

Neue Rezepturen –  
für raffinierte Suppenkreationen  
in Ihrem Party-Service

Ein Service von  
**Fleischer**  
Wir bieten ein umfang-  
reiches und hochwertiges  
Sortiment für Küche und  
Party-Service.



Perfekt zur  
Spargelzeit –  
jetzt dank neuer  
Rezeptur noch  
cremiger!



### Für Mittagstisch und Party-Service...

Das überarbeitete Suppen-Sortiment von eto glänzt mit neuer Struktur und optimierten Rezepturen:

- + Klare Gliederung in Classic- und Royal-Suppen
- + Komplettes Suppen-Sortiment jetzt ohne gehärtete Fette
- + Jetzt noch mehr Produkte ohne gluten- oder laktosehaltige Zutaten
- + Optimierung der klaren Suppen und Brühen – je nach Variante höherer Gemüseanteil oder kräftigerer Fleischgeschmack
- + Überarbeitung der Cremesuppen – jetzt noch cremiger und mit verbesserter Cook&Chill-Eignung/Kühlstabilität sowie Bain-Marie-Sicherheit
- + Vielseitig einsetzbar:  
als Vor- oder Hauptspeise

Mit verschiedenen geschmacksgebenden Komponenten oder tollen Toppings zaubern Sie ganz schnell und einfach Ihre eigenen raffinierten Suppenkreationen. Tolle Anregungen liefert das Suppenkochbuch von eto!



# eto

Kochen mit Liebe.



Tolle Rezeptideen  
zum downloaden unter  
[www.oetker-food-service.de](http://www.oetker-food-service.de)