

FH FLEISCHER-HANDWERK

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

IM PORTRAIT

Einige der beliebtesten
Fleischer Deutschlands



FLEISCHER MIT ERFOLG

Fleischerei
Bauermeister, Berlin

VERKAUF

Kunden binden





Marco Theimer
Chefredakteur

KUNDEN ÜBERRASCHEN!

Glückwunsch, liebe Leser: mit dem Fleischerhandwerk geht's wieder aufwärts! Das belegen die Zahlen des 1. Quartals 2014 des Deutschen Fleischer-Verbandes, wonach 50 % der Betriebe gegenüber dem Vorjahr auf einen durchschnittlichen Umsatzzuwachs von ca. 2 % kamen. Stabile Verbraucherpreise und angemessene Preise auf den Beschaffungsmärkten wirken günstig. Der laue Frühling und das ein oder andere, mehr als erhoffte, verkaufte Kammsteak zur Grillsaison tun Ihrer Kasse richtig gut.

Mit qualitativ hochwertigen Fleisch- und Wurstwaren alleine, kommt man aber über das ganze Jahr hinweg gesehen, finanziell nicht mehr auf einen grünen Zweig. Die Zeiten, in denen die Kunden immer nur in IHREM Stamm-

geschäft eingekauft haben, sind längst vorbei. Kunden von heute wollen umworben werden und erwarten zusätzliche Leistungen und Angebote. Und da sind Sie, liebe Leser, Discountern & Co. in Sachen Fleischkompetenz und persönlicher Ansprache in der Regel überlegen. Dies gilt es vor allem im Bereich der Kundenbindung zu nutzen. Stammkunden zu pflegen und durch Aktionen und spezielle, auf sie abgestimmte Angebote zu binden, ist weit weniger aufwendig und kostenintensiv, als neue Kunden zu gewinnen.

Hier einige Beispiele aus dem Kollegenkreis: Anfang Juli lud die Metzgerei Lotter in Sulzbach-Rosenberg erstmals zur „Steakakademie“ ein, einem Workshop für Fleischfans mit viel Spaß und Know-how. Die Metzgerei Schattmaier in

Wangen im Allgäu feierte ihr 75-Jähriges mit eigens gebrandetem Dosen-Prosecco sowie einer Gutschein-Kooperation mit einer Lokalzeitung. Und die Landsberger Metzgerei Moser veranstaltet in diesem Jahr zu ihrem 60-Jährigen ein Gewinn- und Suchspiel mit wöchentlich wechselnden Motivplakaten im Laden sowie auf Facebook, bei dem nach 30 Wochen und dem richtigen Lösungswort attraktive Preise winken.

Dies sind nur einige positive Beispiele dafür, wie es gelingen kann, bestehende Kunden, durch Kreativität und Ideenreichtum noch mehr für sich zu begeistern. Eine gute Quelle für neue Ideen sind auch die Mitarbeiter, denn sie kennen die Kunden und deren Wünsche aus dem Tagesgeschäft. Weiter so!



Exklusiv
für Innungs-
Mitglieder!

„Werben Sie
schon mobil?“



FleischereiPilot

**Informieren Sie
Ihre Kunden überall
und jederzeit!**

Präsentieren Sie Ihr Fleischer-Fachgeschäft mit FleischereiPilot, der Smartphone-App des Fleischerhandwerks und nutzen Sie die vielen neuen Funktionen der mobilen Kunden-Ansprache. Zum Beispiel:



Kostenlose Push-Nachrichten:
Senden Sie tagesaktuelle Informationen direkt an die Smartphones Ihrer Kunden!



Kostenlose Newsletter:
Senden Sie regelmäßig Informationen per E-Mail, wie z.B. Ihren Wochen-Speiseplan!



Jetzt informieren!

www.fleischereipilot.de oder Tel.: 02103 / 204700



DEUTSCHLANDS
BELIEBTESTE

FLEISCHER



BRANCHENBLICK:

Aktuelles aus der Branche 4

AUS- UND WEITERBILDUNG:

Blätter zur Berufskunde 9

IM PORTRÄT:

Deutschlands beliebteste Fleischer.. 11

FOOD:

Homann Snack Star 2014..... 8

Schinken: Edle Spezialitäten 16

VERKAUF:

Kunden finden und binden20

Interview: Claudia Wild –

SBW Marketing21

PRODUKTION:

Kochen & braten.....32

Interview Otto Langguth,
Silex Elektrogeräte35

90 Jahre Fessmann.....36

Technik zum Vorteil nutzen38

HYGIENE & SPÜLEN:

Hygiene ist alles.....40

HANDEL:

Kundenorientierter Partner44

RUBRIKEN:

Kollegenbörse22

Neu auf dem Markt46

Gesucht & Gefunden.....48

Impressum.....50

FLEISCHER MIT ERFOLG

Falkensee:
Qualität zählt sich aus
Sven Gädecke 11

Berlin:
Haus- und Handgemachtes
Frank Bauermeister.....24

Bietigheim-Bissingen:
Etwas Feines braucht
der Mensch
Frank & Doris Siegle..... 26

Villingen-Schwenningen:
Glaubwürdiges Original
Werner Schmidt..... 28

Werneck:
Wissen von Generationen
Beatrix Warmuth..... 30

Titelbild:

Mit dem „Ludwig Aqua Aging“ hat Fleischermeister Dirk Ludwig aus Schlüchtern eine neue Form der Fleischreifung entwickelt (s. S. 7)

Foto: Der Ludwig

Beilagenhinweis: Dieser Auflage liegt eine Beilage von Homann Feinkost, Dissen, bei. Einem Teil dieser Ausgabe liegt eine Beilage von LGS Service, Langenbach, bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.

Heifo/ Landfleischerei Hanke Tradition trifft Innovation

Ziel der Landfleischerei Hanke in Rheden ist es, aus regionalen Rohstoffen nach alten, schlesischen Familienrezepturen qualitativ hochwertige Fleisch- und Wurstwaren herzustellen. Diesem Vorsatz kommt die Fleischerei seit Anfang Dezember ein Stück näher. Die Produktion wurde mit der neuesten Vakuumfülltechnik von Handtmann ausgestattet. Geschäftsführer Robin Hanke und Betriebsleiter Jens Böhmert entschieden sich für die Leistungsstärke und Produktqualität der Modelle VF 612 und VF 612 K, die genau auf die Bedürfnisse des Familienbetriebes ausgerichtet sind. Die Vielseitigkeit und Flexibilität der Maschinen, der schnelle Sortenwechsel durch eine zentrale Steuerungstechnologie und die hohe Füllereffizienz erleichterten die Entscheidung. Heifo fungiert hier als langjähriger und einsatzbereiter Partner. www.heifo.de



MARKENSCHAUFENSTER

KRAMER
LADENBAU
KÜHLRAUMBAU
www.kramer-freiburg.com

LIPTTECHNIK
DEUTSCHLAND GMBH
Qualität durch Erfahrung - Quality by Experience
Maschinenbau
Made in Germany
Clips - Schlaufen - Garne - Etiketten - etc.
Fon: +49 (0) 3521 718361
www.cliptechnik.de

Christian Goedeken
Handgefertigte
Fingerfood-Spezialitäten
und warme Snacks
für Ihren Partyservice
Wir produzieren weitgehend
in Handarbeit, dadurch bleibt
der Eindruck vom „Selbst-
gemachten“ erhalten
www.christian-goedeken.de



Raps Erste Gewürzsommeliers

Die 27-jährige Fleischermeisterin Sarah Winter und der 25-jährige Jungkoch Christian Villa sind Deutschlands erste Gewürzsommeliers. Als Stipendiaten der Adalbert-Raps-Stiftung begannen sie Ende Februar das Seminar „Gewürzsommelier“ und schlossen es nach vier Seminarblöcken und mündlicher sowie schriftlicher Prüfung erfolgreich ab. Gemeinsam mit den beiden nahmen 14 Gewürzbegeisterte aus verschiedenen Berufsgruppen an der Fortbildung des Clusters Ernährung vom Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn) teil. www.raps.com

GS1 Germany Hellblaue Behälter ab 2019

13 Unternehmen der Fleischbranche haben sich dazu verpflichtet seit dem 1. Juli 2014 nur noch hellblaue E Performance Behälter nach GS1 Typbeschreibung zu ordern. Bis 2019 sollen die roten Behälter durch hellblaue ersetzt sein.

Weißer E Performance Behälter werden gleichwertig dazu behandelt. Die hellblauen Behälter unterscheiden sich auch durch Konstruktionsmerkmale, festgelegt in der GS1 Typbeschreibung für E1-3 Performance Behälter. Nur wenn der Behälter z. B. das durch Lizenz geschützte E 1-3 Performance Logo trägt, ist er ein echter E Performance Behälter.
www.gs1-germany.de



Metzgerei Stark/Metzgerei Failenschmid Metzger-Know-how lebt weiter

Am 2. August schließt Metzgermeister Christian Stark aus Schweningen seinen Betrieb. Sein Arbeitsleben lang tüftelte er an der Herstellung von Wurst ohne Zusatzstoffe: Phosphat, Glutamat und fast alle anderen zugelassenen und üblichen Zusatzstoffe sind nicht enthalten. Bei Salami verwendet er Ur-Steinsalz und dunkelbraunen, unraffinierten Rohrzucker, wo sonst mit Nitritpökelsalz produziert wird. Sein Wissen hat er nun an seinen Kollegen Bertram Vöhringer von der Albmetzgerei Failenschmid aus Gächingen weitergegeben. Dieser erfuhr beispielsweise wie wichtig nach dem Füllen Wärme und Luftfeuchte sind. Werden diese Werte eingehalten, kann etwa auf Nitritpökelsalz und industriell aufbereitete Zuckerpräparate verzichtet werden. Der Wissenstransfer kam auf Initiative des Unternehmensberater Fritz Gempel zustande.
www.failenschmid.de



Fotos: Heifo Rüterborries, GS1 Germany/UtZ, Hanspeter Walter

Expertentipp

Spar Dein Geld!

Zeit, Geld und Nerven sparen, Effizienz und Profit erhöhen: Das ist das gemeinsame Ziel unserer Kunden. Der Bizerba Expertentipp gibt Ihnen ab sofort Tipps und Kniffe für cleveres Wirtschaften in Handel, Handwerk und Industrie an die Hand.

www.bizerba.de

Besser abschneiden

Eine eingeschaltete herkömmliche Schneidemaschine benötigt 100 Prozent Energie – egal ob sie schneidet oder nicht.

Die Bizerba Emotion-Technologie verringert den Stromverbrauch um bis zu 80 Prozent. Das schont den Geldbeutel und die Natur.

Abfallberge vermeiden

Etiketten auf klassischem Trägerpapier verursachen im Handwerk rund 60kg Müll jährlich.

Nachhaltigkeit und Profitdenken schließen sich jedoch nicht aus: Linerless-Etiketten verursachen keinen Müll. Ganz ohne Trägerband haften sie schichtweise aufeinander.

Mehr wissen, mehr verdienen

20 Prozent der Produkte einer Bedienungstheke erwirtschaften 80 Prozent des Umsatzes. Doch welche sind das?

Moderne Software schafft Klarheit. Sie liefert schnelle und exakte Informationen zu Abverkaufszahlen, Filialsteuerung und Warenausgang. Das macht es möglich, auf geänderte Marktbedingungen sofort zu reagieren.

BIZERBA

closer to your business

Hamburg Messe

„FFA Nord“ erstmals in Hamburg

Parallel zur Internorga 2015 etabliert die Hamburg Messe und Congress GmbH eine neue jährliche Veranstaltung für das Fleischerhandwerk. Die „FFA Nord“ findet vom 15. bis 17. März 2015 in der Messehalle des CCH – Congress Center Hamburg statt und bildet die gesamte Prozesskette des Fleischerhandwerks ab. Auf 7.000 m² präsentieren die Aussteller Produkte, Konzepte, Trends und Innovationen – aus den Bereichen Arbeits- und Betriebstechnik, Rohstoffe und Halbfabrikate, Lebensmittelsicherheit und Hygiene, Geschäftseinrichtung, Ausstattung und Umwelttechnik. Der neue Branchentreff wird von den Fleischerinnungen Hamburg, Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern unterstützt. www.ffa-nord.de



Deutscher Fleischer-Verband (DFV)

Leitfaden für die Schlachtung

Der vom DFV erstellte rund 70-seitige Leitfaden für die Schlachtung in Betrieben des Fleischerhandwerks beschreibt die gute handwerkliche Praxis bei Aufstallung, Betäubung und Entblutung. Er wurde von der Länderarbeitsgemeinschaft Verbraucherschutz (LAV) gemäß Art. 13 Abs. 3 der Verordnung (EG) Nr. 1099/2009 geprüft und vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft an die EG-Kommission übermittelt. Ein Betrieb kann bei Einhaltung des Leitfadens davon ausgehen, dass er geeignete Maßnahmen zur Beachtung des Tierschutzes getroffen hat. Er ist als Standardarbeitsanweisung und Grundlage von selbstschlachtenden Betrieben für das geforderte Überwachungsverfahren einsetzbar. www.fleischerhandwerk.de



Zentrag / Gilde Stiftung

Ideenwettbewerb „Fit für Azubis 2014“

Zum vierten Mal können sich Betriebe, Innungen oder Fachschulen mit eigenen Aktionen und Initiativen zum Wettbewerb „Fit für Azubis 2014“ der Gilde Stiftung mit erfolgreichen Ideen zur Nachwuchsgewinnung im Fleischerhandwerk bewerben. Die Bewerbungsunterlagen sollten der Stiftung bis zum 15. August 2014 vorliegen. Auf die Gewinner wartet ein Preisgeld von insgesamt 6.000 €. Diese werden öffentlichkeitswirksam im Rahmen des DFV-Verbandstages im Herbst 2014 in Frankfurt am Main bekanntgegeben. Den Bewerbungsbogen und weitere Infos zum Wettbewerb gibt es unter www.gildestiftung.de

Deutscher Fleischer-Verband

Seminar „Eigene Fotografie“

Wie eigene Produkte, das Unternehmen und Mitarbeiter gut in Szene gesetzt werden können, lernten die Teilnehmer beim zweitägigen Seminar „Eigene Fotografie“ in der Metzgerei Kuhn in Seligenstadt. Dabei vermittelten die Referenten Manuel Gauda und Nina Czerwenka Basiswissen und gaben professionelle Tricks für die Nutzung von Bildern beim Internetmarketing und in sozialen Netzwerken. www.fleischerhandwerk.de



Metzgerinnung Rhön-Grabfeld / Stadt Ostheim v. d. Rhön

7. Rhöner Wurstmarkt

Die Metzgerskunst hat in den Dörfern und Städtchen der Rhön Tradition. Die Vielfalt an Wurst- und Schinkenspezialitäten präsentiert der „Rhöner Wurstmarkt“ am 11./12. Oktober 2014 in Ostheim vor der Rhön. Wie in den Vorjahren haben die Besucher von 10 bis 18 Uhr die Möglichkeit die ausschließlich handwerklich erzeugten regionalen Erzeugnisse an 50 rustikalen Holzhäuschen entlang der Marktstraße zu verkosten. Dazu gibt es passende „Begleiter“, nachhaltig hergestellt, von Bäckern, Brauern, Brennern, Winzern und Direktvermarktern. Der Bogen spannt sich dabei von Klassikern aus der Wursttheke bis zu kreativen Kompositionen. Die Initiatoren der alle zwei Jahre stattfindenden Veranstaltung, die Stadt Ostheim, das Biosphärenreservat Rhön und die Metzgerinnung Rhön-Grabfeld um Obermeister Anton Koob und seine Kollegen erhalten fachliche Unterstützung vom Slow Food Convivium Hohenlohe-Tauber-Mainfranken. www.rhoener-wurstmarkt.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
mail: info@gs-de.eu

Kühlfahrzeuge
Direkt vom Hersteller
Kühlaufbauten & Kühlanhänger **KRESS**
KRESS Fahrzeugbau GmbH Tel. 06226-9263-0 info@kress.eu
Daimlerstr.7, D-74909 Meckesheim Fax 06226-9263-29 www.kress.eu

tell more - sell more Fritz Gempel marketing works

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



**Fleischerverband Bayern
Neuer Vorstand gewählt**

Beim 66. Bayerischen Fleischerverbandstag in Straubing wählten die Delegierten der bayrischen Innungen einen neuen Vorstand. Mit absoluter Mehrheit (79,1 %) der Stimmen wurde Georg Schlagbauer im Amt des Landesinnungsmeisters bestätigt. Er stellte sich erstmals der Wiederwahl und setzte sich gegen seinen Mitbewerber Georg Greiff jun., OM der Fleischer-Innung Memmingen/Mindelheim (Bezirk Schwaben), durch, der 20,1% der Stimmen erhielt. Der stv. Landesinnungsmeister Konrad Ammon jun. bekam 56 von 67 Delegiertenstimmen. Dem Vorstand gehören weiterhin wie bisher OM Werner Braun (Oberbayern), OM Roland Braun (Oberpfalz), OM Thomas Krinner (Niederbayern), OM Bernd Mack (Mittelfranken) und OM Thomas Köhn (Oberfranken) an. Neu im Vorstand sind OM Josef Bader (Schwaben) und OM Horst Schömig (Unterfranken). Rechnungsprüfer sind OM Engelbert Jais (Fürstfeldbruck), OM Oliver Lutz (Starnberg) und OM Michael Moser (Landsberg am Lech). www.fleischerverband-bayern.de

**Friedr. Dick
Ambitionierte Talente gesucht**

Der „Förderpreis der Fleischwirtschaft“ feierte zum Auftakt der IFFA im vergangenen Jahr Premiere. Ausgezeichnet werden junge, ambitionierte Talente aus Handwerk, Industrie, Handel und Wissenschaft. Dabei zählen kleine kluge Vorhaben ebenso wie große Projekte. In diesem Jahr wird der Preis in den Kategorien Handwerk/Industrie sowie Technik/Wissenschaft verliehen. Die Preisträger kürt eine Fachjury aus Forschung, Hochschulen und Presse auf der „Süffa 2014“ in Stuttgart. Partner dieses Wettbewerbs ist der Messerhersteller Friedr. Dick. www.dick.de

Fotos: Tonya Schulz, Theimer

Der Ludwig, Schlüchtern Fleischreifung durch Kohlensäure

Mit dem „Ludwig Aqua Aging“ hat Fleischermeister Dirk Ludwig eine neue Form der Fleischreifung entwickelt. Dabei legt er z. B. Rumpsteaks oder Rib-Eye-Steaks vier Wochen in Mineralwasser in



weiße Kunststoffbehälter ein, die locker, aber nicht luftdicht verschlossen werden. Entscheidend ist dabei das richtige Verhältnis von Wasser, Mineralien, Kohlensäure und Fleisch. Das Fleisch wird nur bei einer hohen Kohlensäurekonzentration optimal mit Mineralien und Spurenelementen versorgt. Es muss vollständig umschlossen sein, darf aber nicht im Wasser baden. So bleibt das Fleisch saftig und zart und erhält einen mineralischen Geschmack. Die Idee entstand aus seiner Unzufriedenheit mit dem Wet Aging im Vakuumbbeutel und er suchte eine Alternative. „Säuren wie etwa Essig werden beim Einlegen von Fleisch verwendet, um es zart zu machen und saftig zu halten“, sagt Dirk Ludwig. Auch im Restaurant Nil in Hamburg kam sein Aqua-Aged Fleisch schon auf die Teller. www.der-ludwig.de

Zentralverband Naturdarm e.V. Wechsel in der Geschäftsführung

Frau Dr. Helena Melnikov übernimmt ab dem 1. August 2014 die Geschäftsführung des Zentralverbands Naturdarm e.V. Sie tritt die Nachfolge von Frau Dr. Langner an, die bisher Geschäftsführerin des Waren Vereins der Hamburger Börse sowie des Zentralverbands Naturdarm e.V. war.

Die neue Europäische Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV)

Dieses Buch stellt die neue LMIV vor, die ab dem 13. Dezember 2014 verbindlich in allen EU-Mitgliedsstaaten gelten wird. Die Autorinnen erläutern praxisnah den Anwendungsbereich der Verordnung sowie weitere Themengebiete, die durch sie geregelt werden. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf dem deutschen Lebensmittelrecht. K. Oertel & E. Schulz: Die neue Europäische Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV). Berlin: Beuth Verlag, 384 Seiten, 48 €.



Mitten im Markt

Messe Stuttgart



» Der Weg zur SÜFFA

lohnt sich immer! «

Harry Knoll, Meßkirch

Die SÜFFA ist einfach gut zu erreichen. Sie ist überschaubar und ich kann mich hervorragend über alles informieren, was ich brauche. Wirklich kompetent. Hier sehe ich neue Trends und wohin der Markt in Zukunft geht. Man muss ja up to date sein. Meinen Nachwuchs, also unsere Auszubildenden, nehme ich auch gern mit, damit sie den richtigen Überblick über unser Handwerk bekommen. Die SÜFFA ist einfach ein Muss!

28. – 30.09.2014

Messe Stuttgart | www.sueffa.de



Die Fachmesse für die Fleischbranche



▲ **ZIGEUNER-SNACK** von Michelle Mutzbauer & Daniela Auris, BSZ Sulzbach-Rosenberg, Hessen (2011)



▲ **BAYERISCHER HOT DOG** von Frederik Schilbock & Michael Kohlhepp, "Der Ludwig", Schlüchtern (2011)



▲ **SÜSSE VERFÜHRUNG** von Adrian Scheffler, Stöck und Sohn, Hamburg (2011)



▶ **TONY'S TOAST** von Martina Weiser & Tony Weikelt, Berufl. Schulzentrum für Ernährung und Hauswirtschaft, Bautzen (2013)



◀ **SALAMI-CUPCAKE** von Catharina Politz, Fleischereifachgeschäft Sjuts, Sande (2013)

KREATIVE UMSATZBRINGER

Wenn Sie in Ihrem Betrieb für kreative Snacks zuständig sind und ihre Theke bzw. den Partyservice aufpeppen möchten, dann ist der „Homann Snack Star 2014“, das Richtige für Sie. Der Wettbewerb für Nachwuchskräfte im Fleischerhandwerk um kreative, verkaufsfördernde Snacks geht in Kooperation des Fachmagazins Fleischerhandwerk mit dem Deutschen Fleischer-Verband und Homann Foodservice 2014 in die vierte Runde. Hier alle erfolgreichen, umsatzträchtigen Sieger-Snacks der letzten Jahre:



▲ **GEFÜLLTE LAUGENKUGEL** von Sarah Schulte-Austum, Fleischerei Achterkamp, Rheine (2012)



▶ **PUTENKING** von Sebastian Zock, E-Center, Freiburg im Breisgau (Sonderpreis 2012)



▲ **MEXIKANISCHE SONNE** von Stefanie Liermann, Feinkost-Metzgerei Pum, Freiburg im Breisgau (2012)



▶ **RHEINISCHER DÖNER** von Sascha Müller & Christian Gerlach, Metzgerei Gerlach, Kempen (2012)



▲ **FEUERTASCHE** von Verena Nöthen & Kevin Frankreiter, Metzgerei Mülhausen, Ettringen (2013)

Fotos: Homan Feinkost





Ein gutes Verkaufsgespräch besteht aus Zuhören und Fragen stellen. So erfahren Bedienkräfte an der Theke, was der Kunde haben will und was ihm wichtig ist. Zuhören und Fragenstellen bauen aufeinander auf.



VERKAUFGSGESPRÄCHE FÜHREN

Wer keine Aufmerksamkeit darauf verwendet, aktiv zuzuhören, hat meist auch mit seinen Fragen keinen Erfolg. Das aktive Zuhören baut eine vertrauensvolle Atmosphäre auf und beweist die Wertschätzung für den Kunden. Aktives Zuhören braucht aber mehr als nur die Ohren des Verkäufers – es umfasst diese Gesprächsmittel:

- **Körpersprache:** Wir vermitteln mit unserer Körperhaltung, dass wir auch innerlich dem Kunden zugewandt sind. Weiterhin sind nützlich: ein offener Blickkontakt, ein Lächeln, eine leicht geneigte Kopfhaltung, Kopfnicken oder ein zustimmendes Zwinkern. So zeigen wir mit Gestik und Mimik: „Meine Aufmerksamkeit gehört jetzt zu 100 % Ihnen als meinem Kunden“.
- **Fragen, die signalisieren,** dass wir aufmerksam zuhören. Ein Beispiel: „Wenn ich Sie richtig verstehe, wollen Sie ...“
- **Reflektieren:** Dabei geben wir mit eigenen Worten wieder, was der Kunde uns gesagt hat, z. B.: „Ich weiß, was Sie meinen“ oder „Das habe ich auch schon erlebt“.
- **Bestätigend wiederholen,** etwa „Sehr gerne, 100 g in dünnen Scheiben“. Manchmal genügt auch ein kleines „Hmm, sehr gerne“ mit einem Lächeln und Kopfnicken.

Aber Vorsicht! Wer aktives Zuhören nur vortäuscht, oder nur so tut als wäre er aufmerksam, wird vom Kunden fast immer durchschaut und hat als Bedienkraft verloren. Ein klares „Nein“ also zu diesen manchmal zu beobachtenden Verhaltensweisen:

- **Übergehen, was der Kunde sagt,** etwa durch nicht anhören oder nur aus eigener Sicht urteilen.
- **Verständnis vortäuschen:** Nur scheinbares oder widersprüchliches Eingehen auf den Partner mit Redefloskeln, wie „An und für sich haben Sie Recht, aber ...“ oder „Ich finde das durchaus interessant, aber...“
- **Verzerren:** Die Meinung, die Sichtweise oder die Interessen des Kunden werden verzerrt, „das Wort im Munde umgedreht“.

Gekonnt Fragen stellen

Die andere Seite der erfolgreichen Kommunikation mit dem Kunden ist es, gekonnt Fragen zu stellen. Die größte Gefahr dabei ist, dass sich die Fragen wiederholen und den Kunden langweilen. Die wichtigsten Fragen von Bedienkräften sind die W-Fragen, die so heißen, weil man mit einem fragenden W-Wort beginnt. Hier eine Auswahl, mit der man den Sprachschatz erweitern kann:

- Wie kann ich Ihnen helfen?
- Was kann ich noch für Sie tun?

- Was darf ich Ihnen noch anbieten?
- Wieviel möchten Sie?
- Was darf's denn sein?
- Wie kann ich Ihnen weiterhelfen?
- Worauf haben Sie Lust heute?
- Was kann ich Ihnen anbieten?
- Womit kann ich Ihnen dienen?
- Welche Wünsche haben Sie?
- Was möchten Sie heute kochen?
- Womit kann ich Ihnen eine Freude machen?
- Worauf haben Sie heute Appetit?
- Wie geht es Ihnen heute?
- Wofür kann ich Sie begeistern?
- Womit kann ich Sie verwöhnen?
- Was darf ich Ihnen heute leckerer verkaufen?
- Welche Wünsche haben Sie heute?
- Welche Wünsche kann ich Ihnen heute erfüllen?

Sicher erkennen Sie, dass es auf den Kunden ankommt, welche dieser Fragen geeignet sind. Entscheidend ist es, durch Wiederholungen der immer gleichen Fragen nie langweilig zu sein. Übertragen Sie diese sprachliche Lebendigkeit im Verkaufsgespräch auf die Begrüßung und Verabschiedung des Kunden.

Bestätigungen

Der dritte wichtige Bereich eines erfolgreichen Verkaufsgesprächs sind die Bestätigungen, die dem Kunden signalisieren, dass er klug und richtig einkauft. Dazu einige beispielhafte Situationen:

- **Beim Aufschneiden von Schinken:** „So sieht ein wirklich guter Schinken aus“.
- **Beim Verkaufen von Steaks:** „Das sind wirklich sehr schön marmorierte Steaks. So eines werde ich mir am Wochenende auch auf den Grill legen“.
- **Zum Traditionsprodukt Ihrer Fleischerei:** „Das ist ein altes Familienrezept vom Vater unseres Chefs. Die vielen einzelnen Gewürze, das magere Fleisch und eine lange Reifezeit gehören zu den Geheimnissen“.
- **Zu Schweineschnitzeln:** „Das sind schöne Schnitzel aus der Oberschale. Fest und trocken, das sind eben die Schweine hier von uns“.
- **Zum Hackfleisch:** „Ganz frisches Hackfleisch und viel magerer als vorgeschrieben“ oder „So sieht schönes Hackfleisch aus, das machen wir jede Stunde frisch“.

Fritz Gempel





WISSENS-CHECK TRAINING:

Know-how: Aktives Zuhören und Fragen stellen



Übertragen Sie die Vielfalt der W-Fragen im umseitigen Text auf die Begrüßung der Kunden und formulieren Sie mindestens fünf verschiedene Begrüßungsformeln. Diese können auf verschiedene Kundentypen gemünzt sein oder zu bestimmten Tageszeiten passen.



Formulieren Sie mindestens fünf verschiedene Formeln zur Verabschiedung des Kunden. Bedenken Sie: Sie wollen auch sprachlich korrekt und phantasie-reich wirken.



- Welche drei dieser Kommunikationsbeispiele entsprechen dem aktiven Zuhören?
- Den Kopf senken (damit wir uns besser konzentrieren können und nicht durch das Aussehen des Kunden von seinen Wünschen abgelenkt werden)
 - Blickkontakt aufbauen, Lächeln, Kopfnicken
 - Immer versuchen, ein guter Schauspieler zu sein. Es genügt im Zweifelsfall, wenn wir so tun, als ob uns der Kunde interessieren würde.
 - Mit eigenen Worten zustimmend wiederholen, was der Kunde gerade gesagt hat.
 - Bestätigende Rückfragen an den Kunden



- Was darf beim aktiven Zuhören niemals passieren?
- Während des Verkaufsgesprächs ganz kurze Gespräche mit Kollegen führen
 - Zwecks Zeitgewinn den Kunden auch schon ansprechen, wenn dieser noch nicht hersieht
 - Zur Beschleunigung des Verkaufs den Kunden unterbrechen: „Ich weiß schon, was Sie wollen“
 - Wenn der Kunde sehr viel und lange erzählt, nebenher die Theke aufräumen
 - Bei langatmigen Schilderungen des Kunden mit der Gabel oder dem Finger auf das Schneidbrett tippen, um so zu zeigen „Zeit ist Geld“



Fachrechnen-Aufgabe:

Eine Verkäufer/innen-Arbeitsstunde mit einem Bruttogehalt von 11,50 € kostet dem Unternehmen (mit Lohnnebenkosten, Urlaub, Krankheitstage u. a.) 23 €. Das Unternehmen investiert für sieben Verkaufskräfte über acht Wochen hin zweimal wöchentlich je 1,5 Stunden ein Verkaufsgesprächstraining. Das Ziel der Maßnahme ist, dass der Durchschnittseinkauf pro Kunde von 12,30 auf 13,20 € gesteigert werden soll. Der Gewinn der Fleischerei nach der Steigerung des Durchschnittseinkaufs beträgt 9 %. Wie lange muss der höhere Durchschnittseinkauf stattfinden, damit der Aufwand für die Trainingsstunden wieder hereingeholt wird? Die durchschnittliche tägliche Kundenzahl beträgt 280.

1.932 : 0,081 = 23.852 : 280 = 85 Öffnungstage dauert es, bis durch den höheren Durchschnittseinkauf der Trainingsaufwand wieder hereingeholt ist.
Fachrechnen-Aufgabe: $8 \times 1,5 \times 7 \times 23 = 1.932 \text{ € Aufwand}$; $0,90 \times 9 \% = 0,081 \text{ € Mehrgewinn pro Kunde nach dem Training}$



Qualität **zahlt** sich aus

Die Fleischerei Gädecke, etwa 6 km westlich von Berlin am Rand von Falkensee gelegen, ist ein typischer Stammkundenladen. Sven Gädecke schätzt den Anteil der Stammkundschaft auf über 90 %. Das Geschäft existiert hier seit 1960, 1993 übernahm es Sven Gädecke von seinem Vater. Beim

und seiner Frau rund 25 Angestellte, davon sieben in der Produktion. Zudem bildet er drei Azubis aus – zwei Fleischer und eine Fachverkäuferinnen. Als Obermeister der Innung Havelland liegt ihm die Ausbildung junger Leute am Herzen. Er würde gerne mehr ausbilden, findet aber niemanden. Damit sich sein Akti-

aus der Prignitz, knappe 50 km entfernt – jede zweite Woche ein Tier. Außerdem verkauft er Château Boeuf-Rindfleisch aus Frankreich. Der überwiegende Teil der Wurst wird selbst hergestellt, auch die Rohwurst. „Etwa 20 % der Wurst, am Umsatz gemessen, kaufen wir zu, z. B. Serranoschinken“, so der Fleischermeister. „Aber alles andere, etwa Koch- und Brühwurst, selbst Corned Beef, machen wir selbst.“ Seit drei Jahren arbeitet die Fleischerei weitgehend ohne Geschmacksverstärker und Zusatzstoffe. Laktose zu ersetzen sei sehr schwierig gewesen. Produ-

Einen Grund zum Feiern gibt es bei der Fleischerei Gädecke im Havelland oft. Nun wurde das Team der Fleischerei um Inhaber Sven Gädecke von Kunden zu einem von Deutschlands beliebtesten Fleischern gewählt.



Neubau 1993 baute er neben der Fleisch- und Wursttheke einen Fleischerimbiss sowie einen Bäcker- und Gemüseladen ein. Ein Partyservice gehört auch dazu. „Der macht etwa über das Jahr gesehen 30 % vom Umsatz aus“, sagt Sven Gädecke. Im Sommer betreibt er zudem den Burger-Imbiss „Bull-Burger“ mit großzügiger Freifläche neben seinem Laden. Im Team der Fleischerei arbeiten neben ihm

onsradius vergrößert, baut er ein Zimmer über der Fleischerei aus, in das ein Azubi einziehen könnte. Zudem beteiligt er sich am „Zukunftstag“, einer Aktion an dem Schüler für einen Tag in seine Fleischerei reinschnuppern können. Seit einem Jahr vertraut der Fleischermeister auf Fleisch der Marke „LandJuwel“. „Das hat nochmal einen Schub gegeben“, sagt er. Das Rindfleisch bekommt er von einem Züchter

ziert wird dienstags bis sonntags, wobei sonntags nur für den Partyservice gearbeitet wird. Speziell dafür will Sven Gädecke einen ca. 70 m² großen Veranstaltungsraum für 30 bis 70 Personen anbauen. Ferner plant er die Rückwand hinter der Theke neu zu gestalten, den Imbissbereich zu vergrößern und das Feinkostangebot auszuweiten.
Heike Sievers
www.partyfalkensee.de

Metzgerei G. Luithlen Albstadt-Ebingen

Seit fast 15 Jahren stellt Metzgermeister **Günther Luithlen** (m.) alle seine über 120 Wurstwaren ohne Zusatzstoffe her, d. h. sie enthalten keine Allergene oder Gluten. Das gilt auch für Maultaschen, Spätzle sowie Speisen für die Heiße Theke oder den Partyservice.

Unterstützt wird er dabei von seiner Tochter Sabrina, ebenfalls Metzgermeisterin, Ehefrau Ivanka sowie zwei weiteren Mitarbeitern. Die Metzgerei betreibt die Familie seit 1990. Bekannt ist sie auch für ihre liebevoll und individuell nach Kundenwunsch gestalteten Geschenk-dosen. Aus „normalen“ Wurstdosen entstehen so z. B. „Wurst im Bikini“ (l.), ein Wanderer oder Holzfäller

oder Motive zu Hochzeiten, Firmenjubiläen oder vielen anderen Themen.

mth



Metzgerei Bosch Herrenberg



In der letzten selbstschlach-tenden Metzgerei der Familie Bosch in Herrenberg im Landkreis Böblingen – 1952 gegründet von Hans und Lore Bosch – gibt es über 200 verschiedene Fleisch-, Wurst- und Käsespezialitäten. Seit 1983 führt Metzgermeister **Walter Bosch** (r.) den Betrieb in zweiter Generation. Mit seinen beiden Kindern Dennis (2.v.l.) und Fabienne – ebenfalls seit 2011 bzw. 2013 mit dem Meistertitel honoriert – steht schon die nächste Generation in den Startlöchern. Neben dem Hauptgeschäft gibt es eine Filiale. Zu den Spezialitäten der Metzgerei zählen der Bauernschinken Hausmacher Art, Haus-salami, Schwäbischer Presskopf, Rauchfleisch und natürlich Maultaschen. *mth* www.metzgerei-bosch.de

Fotos: Theimer



Metzgerei Meinzer Karlsruhe

Seit 40 Jahren sind Metzgermeister **Helmut Kral** (3.v.l.) und seine Frau Beate verheiratet. Während Beate Kral und ihre langjährigen Mitarbeiterinnen an der Theke die vielen Stammkunden umsorgen, kümmert sich ihr Ehemann zusammen mit Sohn Patrick und einem langjährigen Mitarbeiter um die Qualität der Wurstwaren in der Produktion. Besonders stolz ist das Metzgerpaar auf den selbstgemachten Fleischsalat, der jeden Monat mehrere hundert Mal über die Ladentheke geht. Eine Besonderheit ist auch die rollende Wursttheke – ein kleiner LkW, der die Menschen im Umland mit frischen Waren versorgt. *kre*



Metzgerei Schneider Pliezhausen

Seit 1934 gehört zu den Grundsätzen des Familienbetriebs Schneider Metzgerei in Pliezhausen die Philosophie der Premiumqualität, die handwerkliche Verarbeitung und die Verwendung natürlicher Zutaten. „Wie überall, hat auch bei uns modernste Technik Einzug gehalten. Geblieben aber sind die traditionellen Zubereitungsarten unserer Erzeugnisse und die strikte Einhaltung und Pflege überlieferter Familienrezepturen“, verrät **Marcus Schneider** (r.), der für die Produktion und den Einkauf verantwortlich ist. Zusammen mit seinem Bruder Jochen, dessen Zuständigkeitsbereich der Verkauf ist, hat er die Geschäftsführung in dritter Generation inne. Für die Zukunft ist mit **Sarah Schneider** (m.) bereits gesorgt. Um den Qualitätsgedanken bis zum Kunden zu tragen, werden die 17 Fachgeschäfte mehrmals täglich durch Kühlfahrzeuge mit rauch- und kesselfrischen Erzeugnissen versorgt. „Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung“, sagte **Jochen Schneider** (l.) beim Besuch vor Ort. „Das ist eine tolle Bestätigung – auch für unsere Mitarbeiter!“ *lan*
www.metzgerei-schneider.de

Fotos: Kreisl, Nubert

Der WebShop für die Lebensmittelbranche

ehlert **online**



Kluge Rechner

... kennen sich mit Logarithmen aus.
Wir uns mit Logistik!

REINIGUNG

VERPACKUNG

DÄRME

MESSER

BEKLEIDUNG

GEWÜRZE

www.ehlert-express.de



Bestellung bis 13.00 Uhr:
Versand am selben Tag.

eXtra schnell
eXtra professionell

www.ehlert-express.de

Metzgerei Gerstle Güglingen



Mit größter Sorgfalt und höchsten Ansprüchen produziert die Metzgerei Gerstle in Güglingen und Frauenzimmern täglich die hauseigenen Fleisch- und Wurstspezialitäten. „Qualität, Frische und Geschmack sind die wichtigsten Grundregeln“, verrät Inhaber **Reiner Gerstle** (r.) der die Metzgerei von seinen Eltern übernommen hat. Durch die eigene Schlachtung von Rindern und Schweinen aus der Region und der Produktion von 95 % der Fleisch- und Wurstwaren nach eigenen Rezepturen und ohne Konservierungsstoffe sowie frei von Laktose und Gluten, kann die Metzgerei großen Einfluss auf die Frische und Qualität nehmen. Bei den Kunden besonders beliebt sind z. B. die unterschiedlichen Salamisorten, luftgetrockneter Schinken oder die Maultaschen, die alle drei Wochen in größerer Stückzahl produziert werden. Auch die dekorativen Geschenkkörbe, die Ehefrau **Ute Gerstle** (l.) zusammenstellt, sind besonders nachgefragt. Mit Sohn **Philipp** (m.), ebenfalls Metzgermeister, ist auch die Zukunft bereits gesichert. *lan* www.metzgerei-gerstle.de

Metzgerei Sack Karlsruhe

In jeder der fünf Filialen von Metzgermeister **Michael Grom** (r.) steht eine TV-Anzeige, die die Kunden mit Informationen über Angebote versorgt, ihre Meinung über Geschäft und Produkte können Kunden über ein iPad kundtun. Catering, Grillkurse, saisonale Aktionen, Dry aged-Beef – kaum etwas, das der gewitzte Metzger nicht anpackt. In der großen Produktionsstätte ist alles auf Qualität und Frische ausgelegt. Großen Wert legt der 38-Jährige auch auf gutes Personal und ist dafür gerne bereit, einen ordentlichen Lohn zu bezahlen. *kre* www.metzgerei-sack.de





Alle bisher
ausgezeichneten
Fleischer gibt es
auch auf Facebook!
www.facebook.com



Die Kurve zeigt nach oben

Kurz vor der Grenze zu Dänemark ist die Fleischerei Jacob Clausen weit über den Standort Flensburg bekannt. Die eigene Herstellung nach Familienrezepten, eine sehr gut laufende Heiße Theke sowie ein Partyservice mit Rundum-Sorglos-Paket sind die Erfolgsfaktoren des Betriebs.

Zwischen 11 und 13:30 Uhr kann es Kunden der Fleischerei im Engelsbyer Einkaufszentrum passieren, dass sie bis auf die Straße stehen – aber sie kennen das. Einige davon haben die Fleischerei 2013 im Rahmen einer Leserumfrage der B&L MedienGesellschaft zu einer der 100 beliebtesten Fleischereien Deutschlands gewählt. Die Heiße Theke ist so beliebt, dass es im 33 m² großen Ladengeschäft schon einmal eng werden kann. „Clausens Gourmetbraten“ mit Rosmarinkartoffeln, Sour Creme und Brokkoli, Spitzkohleintopf mit Hackfleisch oder Bayerischer Leberkäse mit Spiegelei und Bratkartoffeln: 120 bis 200 Essen gehen täglich zum Mitnehmen in Thermopoten verpackt über die Ladentheke. Der Menüplan wechselt alle 14 Tage. Verwendet wird nur Fleisch aus eigener Produktion. Die Fleischerei Clausen gibt es seit mehr als 70 Jahren, seit elf Jahren unter der Regie von Fleischermeister Dirk Hammann. „Einkauf zum Erlebnis machen“ lautet die Devise von Anne und Dirk Hammann. „Wir machen immer mal etwas Neues, haben viel in Werbung investiert und das hat sich gelohnt. Die Kurve zeigt seit elf Jahren immer nach oben“, so der Inhaber. Neben drei bis vier Aktionen pro Jahr und viel Abwechslung bei den Wurstsorten zählt auch



eine immer breitere Convenience-Palette in Sachen Fleisch zum Angebot. „Ob Gourmetbraten in Alufolie, Rinderrouladen in Soße oder der Gulaschtopf: Gerade am Wochenende decken sich viele Kunden mit unseren Fleischgerichten ein, da sie diese nicht mehr selbst kochen wollen oder können“, erklärt Anne Hammann. Im Trend sind auch kleine Fleischspieße, jeweils mit Rind, Pute oder Schwein. Als sehr beratungsintensiv bezeichnet die Chefin ihr Geschäft, die Kommunikation mit den Kunden ist ihr wichtig. „Im Laden herrscht eine sehr lockere Atmosphäre. Wir kennen

rund 80 % der Kunden mit Namen und es ist immer Zeit für einen Schnack.“ Anne Hammann bewertet auch die große Anzahl von Kochsendungen sehr positiv für ihren Betrieb: „Ist doch toll, wenn ein Tim Mälzer sagt: Kaufen Sie ihr Fleisch besser im Fleischerfachgeschäft als im Supermarkt.“ Ein weiteres wichtiges Standbein der Fleischerei ist der Partyservice. Hier geht der Trend zum Komplettpaket: Nicht nur das Essen, auch die Bewirtung, Zelte, Tische, Teller und Besteck können gestellt werden. Neben dem klassischen Braten sei das Fingerfood- Buffet, z. B. mit Backpflaume im Speckmantel, Wraps mit Lachs oder Hähnchen mit Kasseler-Carpaccio, derzeit besonders gefragt.

Auch für den Partyservice gilt: Alle Fleisch- und Wurstwaren stammen aus eigener Produktion. Die Produktionsstätte ist getrennt vom Ladengeschäft und wurde komplett erneuert. Dort befinden sich zwei Kühlhäuser für Fleisch und Wurst, getrennte Räume für die Zerlegung sowie die Wurstzubereitung. Die Wurstwaren werden in Kaltrauch, der über drei Etagen geht, geräuchert. „Das macht den Geschmack aus“, ist sich Dirk Hammann sicher. Das sehen übrigens nicht nur seine Kunden so, auch das Gourmetmagazin „Der Feinschmecker“ wählte die Fleischerei 2010 zu einer der besten Fleischereien des Landes. *Alexandra Höß*
www.fleischerei-clausen.de



Wiberg

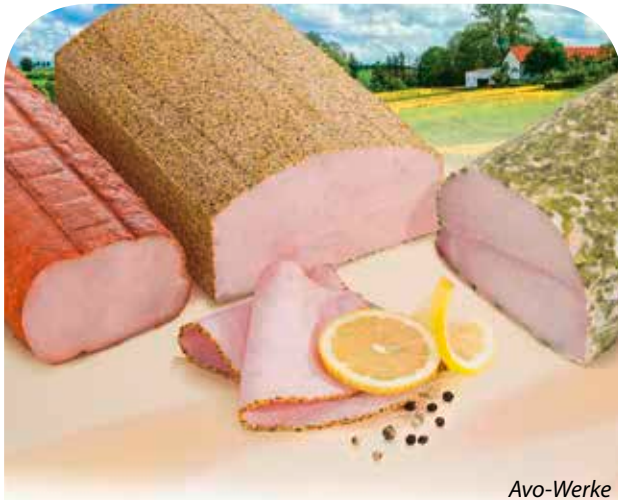
EDLE SPEZIALITÄTEN

Das Pökeln und Injektieren ist gerade bei der Herstellung von Schinken und anderen naturgewachsenen Produkten Teil der Veredelung. Roh- und Kochpökelfleisch gehören zu den hochwertigen Artikeln im Sortiment, sind bei den Kunden beliebt und lassen sich als traditionelle Spezialitäten sehr gut verkaufen.

Das Pökeln von Fleischprodukten dient vor allem dem Haltbarmachen sowie dem Erhalten und Stabilisieren der roten Fleischfarbe. Das Endprodukt mit seinem Gefüge, seinem angenehmen Geschmack und einer der natürlichen Fleischfarbe zwar ähnlichen aber kochhitzebeständigen Farbe, unterscheidet sich charakteristisch von frischem Fleisch und anderen Fleischprodukten. (Koller 1941 „Salz und Rauch“). Durch den Pökelprozess wird neben der Umrötung eine Aromatisierung sowie ein antioxidativer und antimikrobieller Effekt erzielt. Die angestrebte Haltbarkeit von Rohpökelfleisch ist vom Wasserentzug und damit von der Kochsalzkonzentration (a_w -Wert = 0,95) und dem angewandten Verfahren abhängig. Garfleischpö-

kelerzeugnisse werden vor allem durch Hitzebehandlung stabilisiert. Die Trocken- sowie auch die kombinierte Trocken-/Nasspökelfleisch kommen bei der Herstellung von Rohpö-

kelfleisch zum Einsatz. Bei größeren Fleischstücken werden heute überwiegend Spritzpökelfleischverfahren, bei kleineren teilweise auch nur Lakepökelfleischverfahren angewandt.



Avo-Werke

WIRKUNGSVOLLE ZUTATEN

Schon geringe Mengen an Polyphosphat in Kombination mit einem Kochsalzgehalt von 2 bis 2,5 % verbessern den Scheibenzusammenhalt sowie die Ausbeute deutlich. Citrate haben nur dann einen Effekt auf die Ausbeute und Zartheit, wenn die gespritzten Fleischstücke mechanisch behandelt werden. Bei einer konventionellen Herstellung (ohne Poltern) ist kein Einfluss auf Ausbeute, Konsistenz und Farbe vorhanden. Als Pökelfleisch werden die Salze der

Fotos: Wiberg, Avo-Werke

Salpetersäure – Nitrate – und der salpetrigen Säure – Nitrite – eingesetzt. Da das Verwenden von Pökelfstoffen nicht unproblematisch ist, wurden zum Schutz vor Missbrauch Rechtsvorschriften, die mehrfach verändert wurden, erlassen. Maßgeblich sind derzeit die Verordnung (EG) Nr. 1333/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16.12.2008 über Lebensmittelzusatzstoffe (ABl. Nr. L 354 S. 16, ber. ABl. 2010 Nr. L 105 S. 114) und die Verordnung über die Zulassung von Zusatzstoffen zu Lebensmitteln zu technologischen Zwecken (Zusatzstoff-Zulassungsverordnung) vom 29.1.1998 (BGBl. I S. 230). Sie regeln u. a. die Verwendung von Pökelfstoffen.

NÜTZLICHE HELFER

Hausgemachte Metzger-Kochschinken sind ganzjährig in der Theke verlässliche Verkaufrenner. Die Kunden erwarten bei Kochpökelfwaren ein saftiges, aber nicht wässriges Erzeugnis mit einer typisch fleischigen Struktur. Auch regionale Geschmacksvorlieben sollten bei der Auswahl berücksichtigt werden. Hierauf geht *Hagesüd* mit seinem El-do-Lak-Sortiment ein. Diese Produktpalette ist so angelegt, dass sowohl technologische als auch geschmackliche Individualwünsche erfüllt werden können. Das zelltiefe Eindringen der flüssigen Stoffe ermöglicht eine intensive Wirkung und sorgt für eine hohe Wirtschaftlichkeit. Die schnelle und gleichmäßige Verteilung der exakt abgestimmten Wirkstoffe gewährleistet ein sortentypisches Ergebnis, das zusammen mit dem deutlichen Pökelaroma den Fleischiegengeschmack unterstützt.

Um eine sortentypische Würzung während der Produktion noch einfacher und sicherer zu gestalten, bieten die *Avo-Werke* ein vielfältiges Sortiment. Die Lake-Zusatzwürzungen Avo O Liq-würz gewährleisten in Kombination mit den Spritzmit-



Höhenrainer
Delikatessen

teln Avo-Blitz und Avo-Gold ein ergiebiges Resultat mit einer sortentypischen Geschmacksbildung. Die darauf fein abgestimmten Avo Liq-würz Lake-Zusatzwürzungen, z. B. in den Geschmacksrichtungen Walnuss oder Bärlauch, intensivieren die Note und ermöglichen die Produktion von saisonalen Spezialitäten. Die gewürzte Kochpökelspezialität „ZitroPepp-Kassler“ gelingt mit dem Sun Spice-Würzmantel ZitroPepp sowie dem Spritzmittel Avo-Blitz 2000 P FM 20. Deren Geschmack lässt sich nach Belieben mit der Lake-Würzung Avo Liq-würz Zitrone intensivieren. Den deftigen Zitronen-Würzmantel erhält das Kassler in der Presse. Die Sun Spice-Folie wird mit der Würzseite zum Fleisch hin eingelegt. Dann wird die Oberfläche der eingefüllten Fleischzuschnitte damit in der Mitte überlappend abgedeckt. Der Würzmantel haftet nach dem Kochen gleichmäßig an, ohne Gewürznester zu bilden. Auch beim Aufschneiden löst sich die Würzung nicht ab. *Van Hees* führt mit dem flüssigen Lakezusatz Schinko® CP Liquid oGAF ein Produkt, das hohe sensorische Ansprüche und gute Produktionswerte bei der Herstellung von Kochpökelfwaren erfüllt. Die Kombination aus Citrat und Phosphat entfaltet dabei Synergieeffekte, die sich positiv auf die Ausbeute, Konsistenz und Farbe auswirken. Citrat und Phosphat bewirken eine optimierte Eiweißquellung und einen intensiven Eiweißaufschluss. Sie

sorgen damit für ein bestmögliches Wasserbindevermögen, optimalen Scheibenzusammenhalt sowie eine stabile Konsistenz. Umrötungshilfsmittel bewirken zudem eine schnelle Umrötung sowie eine anhaltende Farbhaltung. Der Lakezusatz löst sich in Wasser sofort und komplett auf und entfaltet seine Wirkung unmittelbar im Fleisch. Auch aus der warmen Küche sind Schinkenprodukte nicht wegzudenken. Ob im Cordon Bleu, auf Toast oder auf der Pizza sind sie

eine wichtige Zutat. Um der Vielfalt an Gerichten entsprechende Geschmacksrichtungen zur Verfügung stellen zu können, bietet *Wiberg* abwechslungsreiche Combis und Würzungen. *Wipure Schinken Combi* ist eine Trocken-Combi, die in Kombination mit den Schinkenwürzungen des Unternehmens ein hochwertiges Ergebnis liefert. So ist die RSC7 Top Combi eine deftige Mischung mit Knoblauch und einer leichten Zwiebelnote. Diese Combi enthält keine zugesetzten Geschmacksverstärker und Aromastoffe, kennzeichnungspflichtige Allergene, Hefeextrakte, Brühen und Würzen. Im Bereich der Flüssig-Combis hat der Salzburger Gewürzspezialist u. a. Top Class Schinken Pure im Repertoire. Dieses geschmacksneutrale Hilfsmittel ermöglicht eine flexible Würzung mit den entsprechenden Würzmischungen. Das Unternehmen bietet hier z. B. Schinkenwürzungen mit Pfeffer und





Tannenhof

Muskat, die Novapure Grill Schinkenwürzung, die fleischbetont, mild aromatisch und mit einem typischen Grillgeschmack abgerundet ist, sowie die Rustico Schinkenwürzung mit einer Knoblauch und Bratzwiebelnote.

VIelfältiger Genuss

Bei der Rohschinkenherstellung hängt die Qualität des Endproduktes maßgeblich von den Grundzutaten, den verwendeten Hilfsstoffen, einem sicheren Herstellungsprozess sowie einer kontrollierten Reifezeit ab. Das *Nubassa Gewürzwerk* reagiert auf diese Herausforderungen mit speziellen Pökelpunkten wie der Linie Nuba-Roh-Pök und den speziellen Nuba-Roh-Pök-Reifekulturen. Damit entstehen im abgekürzten Naturreifeverfahren vielfältige Rohschinkenkreationen. Die Pökelpunkte ermöglichen einen kontrollierten Reifeprozess sowie eine optimale pH-Wert Steuerung. Die geringen Trockenverluste gewährleisten zudem eine hohe Ausbeute von 90 bis 95 %. Durch die neu entwickelte Wirkstoffkombination entstehen im kombinierten Nass-Trocken-Pökelfverfahren innerhalb von acht bis zehn Tagen hochwertige rohe Schinkenspezialitäten, die einen zarten Biss und ein mildes, mediterranes Geschmacksprofil aufweisen. Die Produkte sind ohne Zusatz von Gluten, Laktose, Glutamat, Milcheiweiß sowie ohne künstliche Farb- und Konservierungsstoffe hergestellt.

Stassit 1000 ist eine Entwicklung von *Lay Gewürze*. Volllösliche und natürliche Gewürzextrakte aus Wacholder, Pfeffer, Koriander und eine Verfeinerung mit original Jamaika Rum

erzeugen eine besondere Würznote. Durch die Volllöslichkeit kann dieses Produkt auch bei Laken zum Injizieren und Tumbeln eingesetzt werden. Die enthaltenen Additive sichern eine stabile Umrötung und eine kräftige natürliche Farbe der Pökelpunkte.

Auch durch Produkte von anderen Fleisch- und Wurstwaren- sowie Schinkenherstellern können Fleischer ihr Angebot nach Bedarf ergänzen. *Höhenrainer Delikatessen* bietet eine Vielfalt an Puten-Schinkenspezialitäten an. Das helle Fleisch des Brustschinkens mit 1,5 % Fett kann warm und kalt serviert werden. Der saftig gebratene Grillbrustschinken mit rustikaler Kruste und herzhaftem Aroma ergänzt das Sortiment, ebenso wie die mit Paprikastein gewürzte und geräucherte Paprikabrust. Der



Proviande

kalt geräucherte und mild gesalzene Lachs-Rohschinken mit 2 % Fett hat eine lange Reifezeit. Alle Produkte enthalten weder Gluten noch Laktose.

Auch Schweizer Spezialitäten – weitere Infos dazu über *Proviande* – sorgen für Abwechslung in der Theke. Bündnerfleisch (g.g.A.) reift in der reinen Bergluft Graubündens und wird so auf natürliche Art haltbar gemacht. Das Fleisch ist fettarm und proteinreich. Ebenfalls luftgetrocknet, behält das Walliser Trockenfleisch (g.g.A.), das nur aus Rindfleisch hergestellt wird, so seinen ureigenen Geschmack. Schweizer Rohschinken ist eine ungeräucherte Spezialität aus Graubünden, die aus Stücken von Edelschweinen besteht und gesalzen einige Monate getrocknet wird.

Zum Sortiment von *Tannenhof Schwarzwälder Fleischwaren* zählen der luftgetrocknete Badische Bergluftschinken, der aus dem Kernstück der Schweinekeule geschnitten wird und mindestens sechs Monate reift. Er wird mit Meersalz und Kräutern der Region trocken und mild gesalzen. Der Schinken erhält seinen milden Rohschinken-Charakter durch die gute Fermentation und den hohen Gewichtsverlust von 35 % und ist in Stücken von ca. 1,3 bis 3 kg erhältlich. Zart und ausgereift präsentiert sich der Burgunderschinken. Für diese Rohschinkenspezialität verwenden die Schinkenmeister die besten Stücke aus der Keule. Sie wird zunächst mehrere Tage in Spätburgunder Rotwein gebeizt und dann leicht über Buchenholz geräuchert. Danach reift sie mehrere Wochen und entwickelt ihren typischen Charakter.






Abwechslungsreiche und hochwertige Koch- und Rohpökelpunkte liegen im Trend. Eine starke Kundennachfrage und die Chance für eine hohe Wertschöpfung sind Argumente, warum dieses Sortiment gepflegt und weiter ausgebaut werden sollte. *ast*

Nützliche Links

- www.avo.de
- www.hagesued.de
- www.hoehenrainer.de
- www.lay-gewuerze.de
- www.nubassa.de
- www.swiss-meat.com
- www.tannenhof-schinken.de
- www.van-hees.com
- www.wiberg.eu

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 finden Ihre Kunden viele ergänzende Informationen zu den Kalenderthemen.



Bis zum 30.09.2014 zum
AKTIONSPREIS
 bestellen und mehr als
 10% sparen!

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 „Genussmomente 2015“.

Kalender-Menge	Aktionspreis/Stück bis 30.09.2014	Normalpreis/Stück ab 01.10.2014
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 kein Lizenznehmer der f-Marke
- Firmeneindruck laut Anlage
- Firmeneindruck wie im Vorjahr
- Firmeneindruck wie Kundenzeitschrift
- Firmeneindruck lt. Logodatei (bitte senden an kalender@blmedien.de)
- Ohne Eindruck
- Bitte senden Sie mir vorab einen Musterkalender
- Ich habe noch Fragen und bitte um Anruf
- Ich stimme zu, per E-Mail über Produktneuheiten der B&L MedienGesellschaft informiert zu werden

_____ Firma

_____ Vorname/Name

_____ Straße/Nr.

_____ PLZ/Ort

_____ Telefon/Fax

_____ E-Mail

_____ Datum/Unterschrift

KUNDEN FINDEN UND BINDEN

In vielen Geschäften spricht man die Kunden mit ihrem Namen an. Dies sind meist Stammkunden und in der Regel die Basis des Erfolgs. Deshalb sollte man das Ziel haben möglichst viele Kunden langfristig zu binden.



Bestehende Kunden zu pflegen und zu binden hat viele Vorteile. Denn: Es ist weitaus weniger aufwändig, Kunden zu behalten als neue zu gewinnen. Die Kosten und der Aufwand für die Neukundengewinnung sind um ein vielfaches höher. Zudem bestätigen Experten, dass der Kundenbindung eine enorme Gewinnwirkung zugesprochen wird. Fest steht auch, dass loyale Kunden weniger auf den Preis achten. Solche Aussagen bestätigen, dass man einiges daran setzen sollte, um aus Gelegenheitskunden Stammkunden zu machen. Das kann etwa mit Verkaufsförderungsmaßnahmen geschehen. Als Verkaufsförderung werden alle Maßnahmen bezeichnet die ergriffen werden, um den Verkauf eines Produktes zu fördern und zu erhöhen. Instrumente dafür sind z. B. Zweit- oder Verbundplatzierung. Während es bei der Zweitplatzierung darum geht, das Produkt an einer zweiten Stelle



im Laden, etwa in der Kassenzone, anzubieten, werden bei der Verbundplatzierung mehrere passende Produkte gemeinsam präsentiert. In den Sommermonaten können das z. B. Grillartikel, im Winter besondere Saucen oder Relishes, sein.

TO-GO-AKTIONEN

Verkaufsförderung bedeutet aber auch den Kunden weitere Produkte nahe zu bringen. So könnte man etwa neue Wurstsorten verkosten lassen oder mit entsprechenden Werbemitteln auf eine bestimmte Produktgruppe oder Aktion aufmerksam machen. Das Verpackungsunternehmen Meyer/Stemmler bietet dafür u. a. ein umfangreiches Snackkonzept an: Vom Coffee-to-go-Becher in drei Größen über spezielle Snack-Kartonagen bis zur beschichteten Spezialverpackung ist das Sortiment sehr gut für Neueinsteiger ins Snackgeschäft geeignet. Auch Metzgereien, die in diesem Bereich bereits aktiv sind, finden hier innovative Ergänzungen und interessante Ideen um vorhandene Produkte neu zu platzieren, z. B. Suppe to-go. Solche Kartonagen sind ideal, um Paketangebote wie „Schnitzelbrötchen & Getränk“ oder ein deftiges „Handwerker-Frühstück“ mit „Bild“- oder einer anderen Tageszeitung kombiniert anzubieten. Spezielle Verpackungen für Suppen, Fleischsalate, Frikadellen & Co. helfen dem To-go-Geschäft auf die Beine. Eine Verkaufsförderungsmaßnahme für diesen Geschäftsbereich ist aber nur ein Beispiel dafür, wie mehr Aufmerksamkeit geschaffen werden kann. Auch andere saisonale Aktionen können über das Jahr verteilt werbewirksam eingesetzt werden.

Astrid Schmitt

Fotos: Meyer Stemmler, privat

Weitere Tipps für die Betriebsführung

- **„Am“ statt „im“ Unternehmen arbeiten:** Inhaber sollten überlegen mit welchen Produkten und Maßnahmen sie ihr Geschäft am Markt konkreter positionieren können. Was können sie besser als der Metzger oder Discounter von nebenan? Das ist notwendig um die Existenz zu sichern.
- **Mitarbeiter einbeziehen:** Oft haben Mitarbeiter wirklich gute Ideen. Darauf sollten Unternehmer zurückgreifen. Das steigert außerdem deren Motivation und verbessert das Arbeitsklima, mit dem Ergebnis, dass sich die Mitarbeiter mehr mit dem Unternehmen identifizieren.
- **Krisen nicht aussitzen:** Bei finanziellen Schwierigkeiten muss das Zahlenwerk umgehend in Ordnung gebracht werden – es gibt immer eine Lösung. Weiter abwarten und alles schlimmer werden lassen, ist keine Lösung.
- **Weiterbildung fördern:** In jedem Geschäft sollte Wert auf die Weiterbildung und Sensibilisierung der Mitarbeiter gelegt werden. Sie sind es, die das Geschäft repräsentieren und durch aktiven Verkauf und beste Beratung die Existenz aller im Unternehmen sichern.
- **Eigene Stärken kommunizieren:** Jeder sollte wissen, dass ein neuer Wind weht. Vorbei sind die Zeiten, in denen ein Plakat im Schaufenster und eine wöchentliche sw-Anzeige in der Lokalzeitung genügte, um den Laden zu füllen. Die Realität sind Hochglanzbroschüren und Bestpreis-Garantien von Einkaufszentren: Hier gilt es geschickt die vielen „Fachgeschäft-Pros“ nach außen zu tragen.

Wie kann man Verkaufsförderung im Fleischerfachgeschäft umsetzen?

Verkaufsförderung erhöht den Verkaufserfolg, d. h. mehr Umsatz pro Kunde und Verkaufsmitarbeiter, und ist ein „rundes“ Paket an Stimmigkeiten. Dazu zählen eine ansprechende Beleuchtung im Laden, eine mit Warendruck schön belegte Theke und die Heraushebung toller Produkte ebenso wie ein schönes Verkaufsgespräch um aktiv zu verkaufen – unterstrichen mit Tafeln, Plakaten, Bildschirmen u.v.m. Viele Geschäfte investieren regelmäßig in die neueste Technik, bemerken aber nicht, dass die Schnittstelle zwischen Kunde und Verkaufsumsätzen aus Fleisch und Blut ist – die Mitarbeiter im Verkauf. Aktives Verkaufen und Zusatzverkäufe sind in der Praxis nach wie vor ein großes Defizit. Kunden werden mit den immer gleichen wiederkehrenden Floskeln „abbedient“ und täglich bares Geld verschenkt, weil Verkaufsmitarbeiter nicht wirklich auf die Kunden eingehen und im Kopf mit anderen Dingen beschäftigt sind. Auch viele gute Produkte liegen in den Theken oft auf den falschen Plätzen oder werden nicht verkaufsfördernd präsentiert.

HANDELN, NICHT ABWARTEN!

Hier erläutert die Verkaufstrainerin und Unternehmensberaterin Claudia Wild von der SBW-Fachberatung für Fleischer und SBW-Marketing & Werbung das Thema. Gemeinsam mit Inhabern, Mitarbeitern und Führungskräften erarbeitet sie Strategien, um erfolgreich am Markt zu bestehen.



Sie haben eine Erfolgsmethode für Fleischer entwickelt. Was steckt dahinter?

Diese Methode setzt sich aus vier einzelnen Modulen zusammen: der Verkaufsoptimierung, dem SBW-Mitarbeitertraining, der SBW-Unternehmerstrategie sowie Marketing & Werbung. Die Module sind einzeln oder als Komplettpaket wählbar – je nach den betrieblichen Anforderungen. Wenn das eigene Fleischerfachgeschäft in Schwierigkeiten geraten ist, sollte man auf jeden Fall nicht die Augen verschließen und warten bis das letzte Ersparte reinvestiert ist, sondern der Tatsache ins Auge blicken, dass es von alleine nicht mehr besser wird.

Wie beurteilen Sie die Zukunft der Fleischerfachgeschäfte in Deutschland?

Viele Geschäfte wird es künftig nicht mehr geben. Nicht etwa, weil sie eine schlechte Qualität verkaufen – im Gegenteil. Die Qualität ist sehr oft überdurchschnittlich gut. Viele Betriebe können sich nicht gut genug vermarkten. Wenn dann noch Einkaufscenter mit Hochglanzbroschüren gezielt die Zielgruppen des Geschäftes abwerben, ist schnell eine ernste Lage zu meistern. Eine Erfolgsformel könnte lauten: Die „Schaffermmentalität“ ins Unternehmertum bringen!

*Vielen Dank für das Gespräch! Astrid Schmitt
www.sbw-marketing.de*

Foto: privat



Leasen Sie Ihre Vision
040 - 808 100 400

„Mit ALBIS
als Partner
schneide ich
immer gut ab.“

www.albis-hitec.de

Branchenkenntnis zahlt sich aus

Ob Aufschnittmaschine oder Räucheranlage – angepasst an Ihre Anforderungen verleihen wir Ihnen finanziellen Freiraum, wie Sie ihn sich wünschen. Dank unseres Finanzierungsantriebs profitieren zudem Vertriebspartner von zufriedenen Kunden.



ALBIS
H I T E C

KOLLEGENBÖRSE: WER BIETET WAS?

Betrieb	Produkte	Betrieb	Produkte
Metzgerei Ammon Würzburger Str. 550 · 90768 Fürth Tel. (0911) 73 50 35	Die von uns hergestellten Produkte enthalten garantiert nur drei Zusatzstoffe. Putenwurst beinhaltet 100 % Putenfleisch.	Metzgerei Miller Pfaffenhofener Str. 6 · 86565 Weilach Tel. (08259) 10 21	verschiedene Schinken und Presssacke, Cambo, Rinderrauchfleisch, Wacholderhüfte, Haxensülze, Rohwurst
Bischofs Fleischwaren GmbH Brabanter Str. 57 · 52525 Waldfeucht Tel. (02455) 17 16	z. B. Haussalami, Mailänder Salami, hausm. Rotwurst, Schlackwurst, Pfefferbeißer, Cranberryleberwurst, u.v.m.	Metzgerei Miller Memminger Str. 1 · 87727 Babenhausen Tel. (08333) 47 42	Allgäuer Bauernsalami, Hausmacherpresssack, Harzer Zungenblutwurst, Schwarzwurst, Hausmacherleberwurst
Metzgerei Brunner Holzhamer Str. 17 · 83128 Halfing Tel. (08055) 90 30 84	Lohnschlachtungen	Metzgerei Preußner Dr.-Enders-Str. 1 · 95030 Hof Tel. (09281) 70 98	Fleisch und Wurstprodukte
Metzger-Innung Dingolfing-Landau Kreuzstr. 12 · 84130 Dingolfing Tel. (08731) 735 75	Wurst	Metzgerei Rottenwallner Schießstattstr. 4 · 83646 Bad Tölz Tel. (08041) 60 61	Fleisch- und Wurstprodukte, Spezialitäten: Tölzer Bauernschinken, Bergschinken Toellente
Metzgerei Eberle Krenmoosstr. 22a · 85757 Karlsfeld Tel. (08131) 919 81	Wurst, Rohschinken, Salami	Metzgerei Schiller Ringstr. 1 · 94234 Viechtach Tel. (09942) 83 06	Fleisch
Landmetzgerei Gassner Wasserburger Str. 2 · 83556 Griesstätt Tel. (08636) 58 10	Fleisch und Wurstprodukte	Metzgerei Schuhbauer Bischof-Krautbauer-Str. 8 92436 Bruck i. d. Oberpfalz Tel. (09434) 6 83	Wurstspezialitäten, Bauernseufzer, Pfefferbeißer
Metzgerei Groß Hauptstr. 68 · 95131 Schwarzenbach Tel. (09289) 3 20	Schinken, Wurst, Salami	Metzgerei Schuster Mariabergstr. 5 · 87487 Wiggensbach Tel. (08370) 300	Hausgemachte, speziell italienische Salami, Kant- u. Edelsalami, Kaminwürzen, Allgäuer Landjäger, rohe Hausschinken, Chilibeißer
Stadtmetzgerei Hoch Ludwig-Thoma-Sr. 25 · 95447 Bayreuth Tel. (0921) 560 67 39	19 Sorten Salami, Brühwurst, Kochwurst, roher Schinken, Rohpökelfwaren, Fleisch- und Wurstwaren auf Anfrage	Metzgerei Ullrich Untere Waaggasse 6 · 91413 Neustadt Tel. (09161) 23 70	Fränkische Wurstwaren, Konserven
Metzgerei Kaffenberger Erbacher Str. 46 · 64395 Nieder-Kainsbach Tel. (06161) 23 00	eigene Schlachtung, Wurst- und Fleischwaren auf Anfrage	Metzgerei Weber Johannisstr. 9 · 91207 Lauf Tel. (09123) 27 01	Fleisch- und Wurstwaren (auf Anfrage)
Metzgerei Kaindl Eichendorffstr. 2 · 86415 Mering Tel. (08233) 56 95	verschiedene scharfe Pfeffersalamis	Metzgerei Wirth Hochstraße 1 · 88179 Oberreute Tel. (08387) 4 90	Schwarzgeräuchertes und Landjäger
Metzgerei Kraus Strauer Str. 3 · 96317 Kronach Tel. (09261) 616 36	Kronacher Bierwürmer, (würzige hautfreie Salami im Knabberformat), Hochlandrinderzipfel		
Metzgerei Koch Bleicherstraße 49 · 88400 Biberach Tel. (07351) 47 49 40	Oberschwäbisch-regionale Fleisch- und Wurstspezialitäten aus eigener Schlachtung, verschiedene Brühwurst und -würstchen, sieben Kochschinken		
Metzgerei Koller Bad Oberdorfer Str. 22-24 87541 Bad Hindelang Tel. (08324) 20 79	z. B. Hirsch-, Gams- und Wildschwein-Salami naturgereift, Salami-Brezn, Bergwurz, Wildschwein-Leberpastetchen im 110g-Glas, Gams-Wurz u.v.m.		
Metzgerei und Imbiss Maisch Heinrich-Vogl-Str. 23-25 · 85560 Ebersberg Tel. (0 80 92) 2 23 70	Fleisch und Wurstprodukte		
Metzgerei Maischberger Angerstr. 1 · 86807 Buchloe Tel. (08241) 45 23	u. a. Allgäuer Kaminwürzen, Allgäuer Schüblinge, Allgäuer Rauchkochsalami, Allgäuerle (nach Art Brühpolnische)		
Metzgerei Makula 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.



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
- kreative Rezeptideen
- Expertentipps
- effiziente Küchentechnik
- Bewährte Erfolgskonzepte
- Deko-Erlebniswelten

BESTELLEN SIE HIER ISBN 978-3-928709-18-7
www.gastroinfoportal.de/fachbuecher



Achtung neue Adresse:
B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Ridlerstr. 37 · 80339 München

* inkl. MwSt., inkl. Versand. Der Preis versteht sich bei Auslandsbestellungen unverzollt und unversteuert. Übersee zzgl. Versandkosten.

Fotos:



PATENTER PARTNER

In Thalgau bei Salzburg ist ein österreichisches Unternehmen ansässig, das 1991 gegründet wurde und seine Produkte mittlerweile in über 80 Ländern vertreibt: Rex Technologie, spezialisiert auf Füll- und Portioniersysteme für fleischverarbeitende Betriebe.

Der Geschäftsführer von Rex, Christian Haas hat Grund zur Freude: „Mit der neuen Generation unserer Vakuumfüllmaschinen haben wir zu den Marktführern aufgeschlossen. Die neuen Vakuumfüllmaschinen der Serie 300, 400, und 700 die dünn- und dickflüssige Massen verarbeiten, sind nicht deswegen so gut, weil die Werbung das verspricht. Sie basieren auf einer 25-jährigen Entwicklungsarbeit.“ Die 300er-Serie ist für Handwerks- und Mittelbetriebe konzipiert, die ihr Sortiment häufig wechseln und mit normalen Brätmengen arbeiten. Die Restmengen sind minimal und die Energiekosten niedrig. Langlebig ist das aus verschleißfestem Edelstahl gefertigte Flügelzellenförderwerk.



lung wird weder gequetscht noch geschmiert, dafür aber schonend transportiert. Dieses Feature macht sich vor allem bei größeren Brät-einlagen, bei Fleischstücken oder Rohwürsten bezahlt. Dank der neu entwickelten Hebe-Kippvorrichtung kann der in verschiedenen Größen erhältliche Trichter des RVF 400 einfach und sauber befüllt werden.

VIELSEITIG EINSETZBAR

Industrieeffahren, innovativ und entwicklungspezialisiert: Mit diesen Attributen darf sich Rex Technologie auch hinsichtlich der neuen Baureihe RVF 700 schmücken. Sie ist wie die zuvor beschriebene Serie 400 auf die Anforderungen der fleischverarbeitenden Industrie sowie mittlerer und größerer, teilweise hochspezialisierter Betriebseinhei-

ten ausgerichtet. Zu den Vorteilen zählen die exakte Portionierung, der einfache Sortenwechsel sowie ein klares Schnittbild ohne Quetschen, Drücken oder Reißen der Füllmasse. In Kombination mit diversen Clipmaschinen und Vorsatzgeräten ist sie vielseitig einsetzbar. Auch hier garantiert die neu entwickelte Hebe-Kippvorrichtung ein sauberes und damit hygienisches Füllen des Trichters – selbst dann, wenn das Produkt flüssig ist.

Überarbeitet wurde auch der Rex-Servodrive und damit die Antriebstechnik des österreichischen Unternehmens. Das neue Antriebskonzept verbraucht wenig Energie, läuft ruhig und geräuscharm und

ist über Jahre nahezu wartungsfrei. Außerdem toleriert es Spannungsschwankungen von +/- 30 % der Nennspannung. Die Ausfallraten sind damit minimal. Der integrierte Touchscreen bietet eine leichte Menüführung. Alle eingestellten Werte werden ständig überwacht und können jederzeit verändert werden: Auf anfallende Wartungsarbeiten wird automatisch aufmerksam gemacht.

Für die Rohwurstproduktion eignet sich der flexible Füllwolf, der an die Baureihe RVF 700 angebracht werden kann. Sein unabhängiger Servoantrieb, der über die Touchscreensteuerung geregelt wird, ermöglicht eine individuelle Anpassung der Schnittgeschwindigkeit an die jeweilige Anforderung.

www.rex-technologie.com

DAS RICHTIGE MASS

Flexibel einsetzbar ist die neue Serie 400: Sie ist für den kleineren und mittleren fleischverarbeitenden Betrieb ebenso geeignet wie für größere Unternehmen. Das glattflächig und hygienisch gestaltete, platzsparende Maschinengehäuse ist selbsttragend und komplett aus Edelstahl. Das große Flügelzellenförderwerk gewährleistet in seiner verstärkten Ausführung eine exakte Portionierung der Füllmassen: Es arbeitet genau – und das bei maximaler Laufzeit. Die Fül-









ISO 9001
ISO 22000



OSKUDA® Kunst-Darm GmbH
 Osterheide 3 | D-49124 Georgsmarienhütte / GERMANY
 T + 49(0) 54 01 / 8679-0 | F + 49(0) 54 01 / 8679-20
 info@oskuda.com



Haus- und Handgemachtes

Die Berliner Fleischerei Bauermeister setzt auf ausgewählte Qualität: das Beste von Rind und Schwein, selten gewordene Kartoffelsorten, die heute kaum noch jemand anbaut, sowie geschälten Spargel.

Die Neuland-Fleischerei liegt in Berlin-Charlottenburg. Als typischer Kiezladen ist der Stammkundenanteil nahe 100 %, schätzt der Inhaber und Fleischermeister Frank Bauermeister. Das Eckhaus beherbergt seit über 100 Jahren eine Fleischerei, seit 1992 führt der Fleischermeister das Geschäft. „Ich komme nicht aus einer Fleischerfamilie“, sagt der 53-jährige Berliner. Er habe Fleischer gelernt und war zwei Jahre im Beruf tätig. Danach habe er jedoch acht Jahre bei der Polizei gearbeitet. Rückblickend ist er mit seiner Entscheidung, danach wieder zurück in den Fleischerberuf zu gehen, zufrieden: „Ich kann kreativ sein, kann mir neue Dinge überlegen. Innovationen gehören hier dazu.“ Sein Angebot spiegelt das wider. Etwa 85 % der Wurstsorten und Schinken in der Theke tragen den Schriftzug „hausgemacht“

auf dem Etikett. Zudem gibt es Obstsaft aus dem Fläming, Kartoffelsorten wie „Reichskanzler“ und „Linda“, die in Brandenburg gewachsen sind, geschälten Spargel und frische Milch aus dem benachbarten Bundesland. „Ich habe hier in der Nähe drei Bio-Supermärkte und da muss ich mir mit meinem Angebot etwas einfallen lassen – überzeugende Produkte, die man dort nicht kaufen kann. Regionalität ist mir dabei wichtig“, betont Frank Bauermeister: „Jedoch

nicht ohne die Qualität aus den Augen zu lassen“. So sei es ihm noch nicht gelungen, Geflügelfleisch aus Brandenburg zu beziehen, dass seine Qualitätskriterien erfüllt. Derzeit verwendet er „Loué“-Geflügel aus Frankreich.

Bei Schwein und Rind wird er durch Neuland beliefert. Seit 1993 – ein Jahr nachdem er die Fleischerei übernahm – setzt er auf das Markenfleisch. Der Trend beim Fleisch gehe aber sicher auch in Richtung Regionalität, wobei

KONZEPT

FLEISCHEREI BAUERMEISTER, BERLIN

Alteingesessene Fleischerei in Berliner Kiezlage, die auf ihr umfangreiches und hausgemachtes Sortiment sowie Zusatzangebote setzt.

ERFOLGSFAKTOREN

- Hohe Qualität des Angebotes
- Großes Vertrauen bei den Kunden
- Trends früh erkennen
- Regionales Zusatzsortiment
- Zuvorkommender freundlicher Service



Zum ständigen Angebot in der Fleischerei von Frank Bauermeister gehören mehr als 100 Sorten Wurst. Auch der „Kiezschinken“ ist bei den Kunden beliebt.

die Logistik noch eine entscheidende Problematik sei. Auch das professionelle Schlachten in der Nähe zu ermöglichen, sei wichtig. „Die Qualität, auf die der Bauer monatelang bei den Tieren hingearbeitet hat, kann der Mann an der Zange innerhalb von Sekunden zunichte machen“, betont Frank Bauermeister. Derzeit bekommt er seine Lieferungen dreimal in der Woche: pro Woche etwa zehn halbe Schweine, ein halbes Rind sowie ein bis zwei Lämmer. Produziert wird an vier Tagen.

STARK IM MITTAGSGESCHÄFT

In Frank Bauermeisters Team arbeiten 16 Angestellte, davon sechs in der Produktion – er inklusive. Er hat vier Auszubildende (zwei Fleischer und zwei Fachverkäufer/-in). Für das Mittagsangebot, das aus drei Gerichten besteht, wird täglich frisch gekocht. Angeboten werden eine Suppe bzw. ein Eintopf und zwei Hauptgerichte (z. B. Zürcher Geschnetzeltes mit Reis; Blut/ Leberwurst mit Sauerkraut, Kartoffeln; Rouladen), auch ohne Fleisch (z. B. überbackene Zucchini mit Reis und Rohkost) zu Preisen zwischen 3,50 und 10,90 €. Darüberhinaus bietet die Heiße Theke die üblichen Klassiker an: Leberkäse geht besonders gut, berichtet Frank Bauermeister. Das Mittagsge-

schäft werde immer wichtiger, derzeit sorgt es für 30 % des Umsatzes. Einen Partyservice bietet er nicht vorrangig an, denn „eigentlich bringt das unterm Strich nichts“, meint er. Werde er jedoch von guten Kunden angefragt, übernimmt er diese Dienstleistung gerne. „Aber mein freies Wochenende mag ich eigentlich auch“, gibt er unumwunden zu. Frank Bauermeister läuft gern, 40 bis 50 km pro Woche dürften es sein: „Der Ausgleich tut mir gut, um den Kopf frei zu kriegen.“

Zum ständigen Angebot der Fleischerei gehören mehr als 100 Sorten Wurst. Zu den Topsellern zählen Leberkäse, Mortadella und Wiener. Auch Rohwurst stellt Frank Bauermeister selbst her, z. B. grobe und feine Knoblauchwurst, Kümmel-, Bauernsalami und ungarische Art. Anfangs habe er sich mit Lakereifung versucht, war aber vom Ergebnis nicht überzeugt. Jetzt produziert er alle zwei bis drei Wochen Rohwurst, „nicht GDL-gereift“, wie er betont, in seiner Klima-Rauch-Anlage. Der Wurst- und Schinkenanteil liegt bei 60 %, der von Fleisch bei 40 % des Thekenverkaufs.

Mehrmals pro Jahr ruft der Fleischermeister die „Werbewoche“ aus. Thematisch zur Saison, z. B. Angrillen, Weihnachten, o. ä. erweitert er sein Angebot dann um entsprechende Wurst- und

Fleischspezialitäten. Einmal im Jahr lädt er Interessierte zu einem „Tag der offenen Tür“ ein. In diesem Jahr durften die Kunden etwa zusehen, wie Rostbratwurst hergestellt wird. Danach konnten sie die Würste nach dem Grillen verkosten. „Die beste Werbung sei Mundpropaganda“, findet Frank Bauermeister. Deshalb schaltet er auch nicht regelmäßig Anzeigen oder PR-Beiträge, gelegentlich weist er jedoch in lokalen Zeitungen auf sein Geschäft oder besondere Aktionen hin.

Heike Sievers

www.neuland-bauermeister.de

PROFI-PARTNER

- **Bandsäge:** Mado
- **Fleisch:** Neuland
- **Füller:** Vemag Maschinenbau
- **Gasherd:** Bartscher
- **Gewürze:** Avo-Werke, Nubassa Gewürzwerk, Rohgewürze
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Kutter:** K+G Wetter
- **Räucherkamme r:** Maurer-Atmos
- **Säfte (Zusatzgeschäft):** Flämिंगgarten
- **Scherbeneismaschine:** Maja
- **Wägetechnik:** Bizerba
- **Vakuuierer:** Webomatic

Etwas Feines braucht der Mensch

Naturgutes Fleisch, geschmackvolle Rinderraritäten, küchenfertige Spezialitäten – und Ernährungsbildung gibt es obendrauf: Das Fleischerfachgeschäft Helmut Siegle in Bietigheim-Bissingen hat sich in vielerlei Hinsicht einen Namen gemacht.



Die Metzgerei war eigentlich nicht unser Traumberuf“, erzählt Doris Siegle beim Besuch vor Ort gleich zu Beginn ganz offen. Ihr Mann Frank hatte ursprünglich Biologie studiert, sie selbst ist gelernte EU-Sekretärin. Da eine erfolgreiche Karriere als Biologe ausblieb, entschied sich Frank Siegle dazu, eine Fleischerlehre zu machen und ins Geschäft seiner Eltern einzusteigen. „Dazu hat er eine passende Frau gebraucht – und ich war ja schon da“, sagt Doris Siegle – und lacht. Heute sind sie beide Geschäftsführer der Helmut Siegle GmbH in Bietigheim-Bissingen. „Ich bin für den Laden zuständig und mein Mann für die gesamte Produktion – so ist das gut aufgeteilt“, sagt sie. Noch heute befindet sich die Metzgerei in den ursprünglichen Räumlichkeiten, nur nach hinten wurde ein wenig angebaut. Anschließend an den Verkaufsraum liegen die Produktion und die Küche, sowie daneben der Stall und die EU-zugelassenen Schlachträume.

SCHMACKHAFTE SPEZIALITÄTEN

95 % der angebotenen Produkte stellt die Metzgerei selbst. Zu den Spezialitäten zählen z. B. der Flößer-Braten, über 120 Wurstwaren nach traditionellen und speziellen Rezepten, darunter zwölf hausgemachte Salamisorten oder Dry Aged Beef. Auf Letzteres, das Txogitxu (sprich: „Schogidschu“) by Siegle, sind sie besonders stolz. „Es ist das wohl ungewöhnlichste Rindfleisch, das wir je verkostet haben“, verrät Doris Siegle. Das dunkelrote Fleisch stammt von Kühen, die Kälber geboren und abertausende Liter Milch gegeben haben. „Zubereitet hinterlässt es im Mund einen Geschmack nach gerade gemolkener, unbehandelter Milch und Kräutermilch. Es ist mürbe im Biss und der unvergleichlich aromatische Geruch lässt meinen, man findet sich in einem Salami- oder Käsefrikeller in Italien wieder“, beschreibt sie. Jetzt ist dieses besondere Fleisch nicht nur in Portugal, Spanien und Frankreich erhältlich, sondern auch in Bietigheim-Bissingen. „Wir haben das wunderbare Fleisch einer herrlichen deutschen Fleckviehkuh mit all unserer Fleischerhandwerkskunst im ‚Dry-Aging‘ Verfahren in unserem Kühlraum und Reifeschrank vorbereitet“, gibt Frank Siegle einen Einblick in den Entstehungsprozess.

Ein weiteres Highlight ist das Premium Rindersteak in Trockenreifung – Original „Mein Siegle“. „Unser Fleisch reift mindestens 28 Tage, geschützt durch eine aromatische Schutzhülle aus aufgetragenem Kräuterschmalz. Haben die

ERFOLGSFAKTOREN

- Anspruch an höchste Qualität
- Über drei Generationen gewachsene Fleischerhandwerkskultur mit eigener Schlachtung
- Kennerschaft für Fleisch und Wurst und die dafür nötige Kompetenz
- Höflichkeit, Ehrlichkeit, Motivation und Freude am Handwerk

KONZEPT

FLEISCHERFACHGESCHÄFT HELMUT SIEGLE – BIETIGHEIM-BISSINGEN

Seit drei Generationen geführte Metzgerei mit ausgewählten Wurst- und Fleischwaren. EU-Qualitätsrichtlinien im Einklang mit dem Bewusstsein für traditionelle Fleischerhandwerkskunst.

trockengereiften Stücke ihren optimalen Reifezustand erreicht, werden sie in einzelne Schnitte zerlegt und die äußere Schicht entfernt“, verdeutlicht der Fleischermeister. Das Rindfleisch aus Trockenreifung ist verständlicherweise hochpreisiger als „normal“ gereifte Stücke, da die Produktion einen erhöhten Lager- und Zeitaufwand erfordert. Preisdiskussionen gibt es in der Metzgerei nicht, solange die Qualität stimmt.

QUALITÄT IST KEIN ZUFALL

Dass hier die Qualität stimmt, beweist nicht nur der Erfolg bei der Umfrage zu den „Beliebtesten Fleischern“, sondern auch viele weitere nationale und internationale Preise. „Fleisch ist immer nur so gut, wie die Aufzucht und die Haltung der Tiere, von denen es stammt. Wir wissen über jeden Bereich in der Produktionskette genau Bescheid“, sagt Frank Siegle. „Unser Vieh stammt nur von kleinen, befreundeten familiär geführten Erzeugerbetrieben aus nächster Nähe. Schon seit Jahrzehnten haben wir mit den Betrieben der Landwirte Hans Buck in Oberriexingen und Bernhard Authenrieb in Sersheim zuverlässige und vertrauensvolle Partner.“ Die Philosophie des „naturguten Fleisches“ zeigt sich neben den kurzen Transportwegen auch in dem Einsatz hofeigen erzeugter vegetarischer Futtermittel und der Minimierung von Zusatzstoffen.

ERNÄHRUNG IST „WURST“

Wie wichtig den beiden Geschäftsführern die Ernährung ihrer Kunden ist, sieht man an den zahlreichen Flyern, die im Laden ausliegen. Ob „Wissenswertes für Diabetiker“ oder „Siegle's Slim Line“ – Produkten mit einem Fettgehalt unter



10 bzw. 15 % – hier wird auf jeden Sonderwunsch eingegangen. 99,9 % der Produkte sind zudem ohne Laktose hergestellt. Doris Siegle, Fachfrau für Ernährungsfragen, steht den Kunden zur Beratung zur Verfügung und bietet auch Ernährungsabende an. Nicht nur die Kunden werden aufgeklärt, auch für Schulklassen oder Kindergärten öffnet die Metzgerei gerne die Produktionstüren und die 15 Mitarbeiter werden regelmäßig fachlich geschult. „Die Kunden schätzen die persönliche Ansprache und die fachliche Kompetenz“, freut sich Doris Siegle. Das Konzept scheint aufzugehen, denn über mangelnde Kunden kann sich die Metzgerei nicht beschweren. Ein einziger Wermutstropfen bleibt, denn beide Kinder wollen nicht in die Fußstapfen ihrer Eltern treten. Doch bis es soweit ist, wird noch viel Zeit vergehen. *lan*
www.metzgerei-siegle.de

PROFI-PARTNER



- **Bandsäge:** Kolbe foodtec
- **Berufskleidung:** Como fashion
- **Brühwanne:** Haas
- **Fahrzeuge (Transport):** Peugeot
- **Füller:** Handtmann
- **Gewürze:** Raps, Hagesüd, Frutarom Savory Solutions (Gewürzmüller)
- **Kassensystem:** Mettler-Toledo
- **Kutter:** Seydelmann
- **Räucherammer:** Fessmann
- **Reinigungsmittel:** Seeger, Fibo
- **Reinigungsequipment:** Walter
- **Scherbeneismaschine:** Maja
- **Schädlingsbekämpfung:** Rentokil
- **Wägetechnik:** Soehnle

Fotos: Nubert, Metzgerei Siegle

Glaubwürdiges Original



Claudia und Werner Schmidt



Mehr Bilder aus dieser Metzgerei finden Sie online: www.fleischnet.de/haller

Kurze Wege, Regionalität und ein hoher Anspruch an die Qualität der Produkte waren schon im Jahr 1928 in der Metzgerei Haller ungeschriebene Gesetze – und gelten noch heute. Seit 1993 füllt die Familie Schmidt diese Philosophie im Sinne der Familie Haller mit Leben und machte den Traditionsbetrieb fit für die Herausforderungen von heute sowie der Zukunft.

Der Vieheinkauf in der Grönderzeit dieser Schwarzwälder Traditionsmetzgerei wurde per Fahrrad getätigt und die Fleischteile per Handkarren vom Schlachthof zur Weiterverarbeitung in die Metzgerei gebracht. Heute sind dafür zwar Autos im Einsatz, doch der Ursprungsgedanke von Regionalität, Nachhaltigkeit und Transparenz ist identisch und aktueller denn je. „Jeder Kunde kann sich aus dem Stand heraus die Tiere auf unserem eigenen Hof ansehen und davon überzeugen, dass wir alles dafür tun, um einen hohen Anspruch an Qualität und

Frische zu gewährleisten“, erklärt Werner Schmidt. Als 25-jähriger übernahm der Industriekaufmann und Metzgermeister 1993 die Fleischerei und führt sie seitdem mit Ehefrau Claudia und Bruder Axel, ebenfalls Industriekaufmann, in zweiter Generation sehr erfolgreich. „Die größte Herausforderung ist es, über Jahre hinweg glaubwürdig zu sein und eine hohe und beständige Qualität zu bieten“, betont er. Schon sein Vater Manfred Schmidt war Metzgermeister mit Leib und Seele. Dessen Stammhaus war die Dauchinger Landmetzgerei im weniger Kilometer von Villingen-Schwen-

ERFOLGSFAKTOREN

- Hohe Transparenz in Erzeugung und Produktion
- Große Identifikation mit dem Betrieb und dessen Konzept
- Familiärer Zusammenhalt
- Hohe Qualität der Rohstoffe
- Permanente Weiterentwicklung des Betriebes

nungen gelegenen gleichnamigen Ort. Diese zählt heute ebenso zum Unternehmen wie zwei Filialen in Rottweil und Villingen. Die Filialen leitet mit Tochter Stefanie Barembuch bereits die dritte Generation, zu der auch ihr Bruder Christian, ebenfalls Metzgermeister, gehört.

Fotos: Metzgerei Haller Feinkost, Theimer



KONZEPT

METZGEREI FEINKOST HALLER – VILLINGEN-SCHWENNINGEN

Familiengeführte Metzgerei mit eigenem Hof, drei Filialen, Partyservice und Catering sowie Präsenz auf mehreren Wochenmärkten. Zudem Qualivo-Markenfleischqualität in den eigenen Verkaufsstellen sowie regelmäßige Belieferung des Lebensmitteleinzelhandels.

PROFI-PARTNER

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Bandsäge:** P. Kolbe GmbH/ Kolbe foodtec
- **Fahrzeuge (Transport):** Mercedes-Benz, Peugeot
- **Füller:** Handtmann
- **Gewürze:** Hagesüd, Hela, Raps
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kochkessel:** Maurer-Atmos
- **Kühltechnik:** UPC Cool tec
- **Kutter:** K+G Wetter
- **Pökelinjektor:** Friedrich Jürges
- **Räucheranlage/-kammer:** Maurer-Atmos
- **Scherbeneismaschine:** Maja Maschinenfabrik
- **Speckschneider:** Treif
- **Spültechnik:** Hobart, Meiko
- **Wägetechnik:** Bizerba
- **Zusatz- und Hilfstoffe:** Hagesüd, Hela



Jede Woche werden im EU-zugelassenen Produktionsbereich hinter dem Hauptgeschäft rund 10 t Fleisch zu etwa 150 Wurstsorten und Frischfleisch be- und verarbeitet. Montags stehen 35 bis 40 Schweine, freitags fünf bis sechs Bullen auf dem Schlachtplan. Alle Tiere werden nach den strengen Kriterien des Premium-Markenfleischprogramms „Qualivo“ aufgezogen. „Dabei handelt es sich um eine kontrollierte Erzeugung mit eindeutigen, garantierten und überwachten Richtlinien. Kein Bulle ist z. B. bei der Schlachtung älter als ein Jahr“, erläutert Werner Schmidt. Die Tiere werden nur mit Qualivo-Futter, das aus Getreide, Körnermais, Kräutern, Mineralstoffen und Vitaminen besteht, sowie Milch und Heu gefüttert und in Laufställen mit Stroheinstreu und viel Luft und Licht gehalten. Zu Gunsten der Fleischqualität kommt kein kostengünstiges Futter wie Silage und gentechnisch verändertes Futter in die Tröge. Das sichert dem Pächter des firmeneigenen Hofes nachhaltig sein Einkommen und dem Metzgermeister eine glaubwürdige Qualität. Auf dem Hof, dem Elternhaus von Schmidts Mutter, ist eine Herde Limousin-Rinder im Aufbau. Den Großteil des Bedarfs an Fleisch decken langjährige Erzeuger, die nach den Qualivo-Kriterien arbeiten.

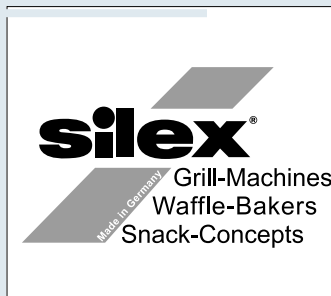
WENN FESTE ANSTEHEN

Seit Februar 2013 erstrahlt das Hauptgeschäft in Villingen-Schwenningen in neuem Glanz. Mit einer größeren Fläche für Imbiss und Heiße Theke, Zusatzartikel und

mehr Sitzgelegenheiten als zuvor wurden auch hier Nägel mit Köpfen gemacht. „Wir haben täglich Catering-Aufträge, egal ob Partyservice, Flying Buffets, oder ein Galadinner“, berichtet Werner Schmidt. Damit werden 7-8 % des Gesamtumsatzes erwirtschaftet. Auch Salatbuffets, Pfannengerichte ab 30 Personen, Spanferkel, Vegetarisches, Desserts oder – wenn erforderlich – Geschirr oder Personal zählen zum Leistungsspektrum. Dazu gibt es internationale oder heimische Weine vom ortsansässigen Wein-

haus Hess, womit sich der Kreis in Sachen Regionalität entsprechend schließt. *mth*

www.metzgerei-haller.de



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

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



Fotos: Theimer

Außerdem beliefert die Metzgerei mit einem großen Verkaufslkw mit abgetrennter gläserner Zelle dreimal pro Woche Märkte in Schweningen und Bad Dürkheim. „Wir produzieren täglich frisch und das schätzen unsere Kunden. Das ist auch ein Grund dafür, dass wir mit unseren Fleisch- und Wurstwaren in zehn Edeka-Märkten präsent sind. Das alles zu koordinieren, ist meine Aufgabe“, sagt Werner Schmidt. Rund 53 Mitarbeiter, davon acht in der Produktion und zwei gelernte Köche, stehen bei ihm in Lohn und Brot. Ein Großteil des Teams besteht seit mehr als zehn Jahren.

Wissen von Generationen

2009 feierte die Metzgerei Firsching aus Werneck bei Schweinfurt 100-jähriges Bestehen. Fünf Jahre später ist die Urenkelin des Firmengründers Johann Firsching, Beatrix Warmuth, die erste Obermeisterin Bayerns. Und mit Beatrix und Leo Warmuths Sohn Thomas steht schon die nächste Generation in den Startlöchern.

Es war im Jahr 1909 als der Firmengründer Johann Firsching einen Pferdemetzgereibetrieb von einer jüdischen Familie übernahm. Seitdem gibt es die Metzgerei mit dem Namen Firsching im Markt Werneck unweit von Schweinfurt. In vierter Generation wird sie heute von Beatrix Warmuth geführt, die den Betrieb in den letzten 30 Jahren maßgeblich weiterentwickelt und so einen „fruchtbaren Boden“ für die nächste Generation bereitet hat. „Wir haben den Betrieb und unser Angebot immer wieder den Bedürfnissen der Menschen und der Zeit angepasst – aber alles zur rechten Zeit“, bringen es die Warmuths auf den Punkt. Dazu zählen z. B. der eigene

Eventraum für 100 Personen, die Photovoltaikanlage auf dem Dach, die außenliegende Müll- und Entsorgungsstation oder die Umstellung auf Fleisch- und Wurstwaren 2010, die aus Fleisch von Schweinen aus artgerechter Haltung hergestellt werden. Bereits seit der Firmengründung verzichtet die Metzgerei außer auf Nitritpökelsalz und Phosphat auf Zusatzstoffe und bot in Unterfranken schon vor etlichen Jahren als einziger Betrieb gluten- und laktosefreie Produkte an. „Das liegt auch daran, dass wir unseren traditionsreichen Rezepturen bis heute unverändert treu geblieben sind“, erklärt Thomas Warmuth, der seit 2002 Metzgermeister ist und auch eine Lehre

als Koch abgeschlossen hat. Das schätzen nicht nur rund 1.000 Kunden pro Woche, die im Laden einkaufen – davon sind rund 50 % Stammkunden –, sondern auch viele Zöliakie-Betroffene in ganz Deutschland. Diese können die Waren über drei Online-Shops bestellen und erhalten sie per Post. Der Hauptteil des Umsatzes wird aber über die Ladentheke generiert, etwa 40 % aus dem Partyservice und 10 % aus dem Online-Handel. Dafür arbeiten etwa zehn Mitarbeiter inklusive der Familie, für die privaten und geschäftlichen Veranstaltungen – auch außer Haus – stehen Aushilfen nach Bedarf zur Verfügung. „Im Haus waren es bis Mai etwa 50, es kommen aber sicher noch



einige dazu. Schließlich können wir auch unser Partyservice-Angebot komplett gluten- und laktosefrei gestalten“, betont Thomas Warmuth.

HOHE FLEISCHQUALITÄT

97 % der Produkte kommen aus eigener Herstellung und entstehen in der Produktion auf dem Firmengelände, die seit 2011 EU-zertifiziert ist. Fünf Schweine pro Woche und ein Charolais-Rind alle zwei Wochen werden dafür im Schlachthof in Bad Neustadt a. d. Saale geschlachtet. Die Schweine stammen vom Bauern Korte aus Menden (www.bauer-korte.de). Dieser verzichtet auf Gentechnik und Jod im Futter und hat einen alternativen und artgerechten Weg zur herkömmlichen Schweinehaltung und Fütterung entwickelt. „Die Tiere wachsen ohne Stress auf, haben viel Auslauf und gutes Futter, werden mit Kräuterölen behandelt und gelangen stressfrei zum Schlachthof. Das hat uns überzeugt“, berichtet Leo Warmuth. Aufzucht- und Futteranalysen der Uni Göttingen ergaben, dass sich dieses Fleisch deutlich von herkömmlichem Fleisch unterscheidet, was man auch an der dunklen Farbe erkennt. Das Rindfleisch liefert der Bauer Oskar Lang aus

Wertheim. Daraus entsteht ein klassisches Fleisch- und Wurstwarenangebot, das Eilige auch an einer kleinen Heißen Theke im Laden genießen können. „Besonders beliebt im Sommer sind unser Schweinekammbraten Brasil, Grillbauch ohne Schwarte und Knorpel oder unsere Blutwurstsorten“, berichtet Thomas Warmuth. Zu den Spezialitäten der Metzgerei gehören der Wernecker-Edelschinken (nach Art von Torkelschinken), Julius-Echter-Schinken und die grobe Stadtwurst „Wernecker Runde“. „Insgesamt stellen wir rund 9.000 Konserven pro Jahr her, von denen viele auch über die Online-Shops, z. B. www.querfood.de, verkauft werden“, so Thomas Warmuth, der auch Vater eines Sohnes ist.

IMMER AM BALL BLEIBEN

Erst kürzlich entwickelte er den neuen Slogan und das Logo „Firsching: genuss/hand/werk“ mit einer Agentur, der die Philosophie der Metzgerei nicht nur plakativ an der Hauswand ankündigt, sondern auch auf allen verpackten Produkten und Werbemitteln sowie im Internet. Auch Social-Media-Aktivitäten wie Facebook & Co. spielen für Thomas Warmuth eine

KONZEPT

METZGEREI FIRSCHING – WERNECK

Über 100 Jahre alte familiengeführte Metzgerei mit klassischem sowie gluten- und laktosefreiem Angebot. Eigener Eventraum für Veranstaltungen auf dem Betriebsgelände sowie Vertrieb der Waren über Online-Shops sind weitere Standbeine.

ERFOLGSFAKTOREN

- Hohe Qualität der Rohstoffe
- Gluten- und laktosefreies Angebot, auch Vertrieb über Online-Shops
- Große Identifikation mit dem Betriebskonzept
- Permanente Weiterentwicklung des Betriebs
- Eigener Raum für Veranstaltungen bis 100 Personen

wichtige Rolle, weil damit junge Zielgruppen angesprochen werden können und man auch auf Ausbildungsplätze hinweisen kann. „Seit 2004 ist jeder unserer Mitarbeiter in fleisch- und wurstbezogener Ernährungsberatung ausgebildet“, betont er. Zudem stellt er die Berufe des Fleischerhandwerks seit 2011 immer wieder im Rahmen des Projektes „Schüler trifft Azubi“ der zuständigen Handwerkskammer mit DVD, Infomaterial und Rohgewürzen vor. Derzeit gibt es einen Auszubildenden, die drei letzten im Verkauf waren alle Innungsbeste. Der Betrieb entwickelt sich also immer weiter. Und so wäre der Firmengründer sicherlich auch auf seinen Ur-Urenkel stolz. *mtH*

www.zumfirsching.de

PROFI-PARTNER

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Bandsäge:** Mado
- **Berufskleidung:** Bakon Berufsmode, Bayreuther Berufsmoden
- **Fahrzeuge (Transporter):** Mercedes Benz
- **Fleisch:** Schwein (Bauer Korte, Menden), Rind (Bauer Lang, Wertheim)
- **Füller:** Düker-Rex
- **Gewürze:** Lay Gewürze
- **Kassensystem:** Mettler-Toledo
- **Kühl- und Lagertechnik:** Küba Kältetechnik
- **Ladenbau/-theke:** Schrutka-Peukert
- **Scherbeneismaschine:** Beck
- **Speckschneider:** Rühle
- **Spültechnik:** Winterhalter
- **Wägetechnik:** Mettler-Toledo
- **Zusatz- und Hilfsstoffe:** Van Hees



Thomas (l.) und Leo Warmuth (r.)





SAFTIG, KNUSPRIG & GLEICHMÄSSIG

Egal ob in der Produktion oder in der Küche: für unterschiedliche Garmethoden stehen unterschiedliche Anlagen bzw. Gerätetypen zur Wahl – immer mit der Prämisse reproduzierbare Ergebnisse in hoher Qualität zu liefern.

Das Erhitzen von Fleisch und Fleischwaren hat hauptsächlich das Ziel, die Produkte verdaulich und haltbar zu machen. Doch als vielseitiges Lebensmittel entwickelt Fleisch beim Erhitzen zudem eine ganz besondere Ge-

schmackvielfalt. Für beide Zielsetzungen kommen verschiedene Methoden in Frage, um das Produkt zu erhitzen.

Ob es sich nun um Kochschinken, Krustenbraten, Geflügelprodukte, Leberkäse, Schweine-

haxen oder Pasteten handelt – für alle Produkte müssen Temperatur und Dauer genau festgelegt sein, damit am Ende ein schmackhaftes, zartes und saftiges Ergebnis in der Theke präsentiert werden kann. Bei Gebratenem ist daneben eine ansprechende Bräunung unerlässlich. Größere Mengen lassen sich in Universalanlagen zum Kochen, Backen, Braten und Kühlen in gleich bleibender Qualität zügig herstellen. Bei kleineren Mengen erzielen Kombidämpfer zuverlässige Garergebnisse.

UNIVERSELLE ANLAGEN

Bei dickeren Stücken, insbesondere Kochschinken, kommt die sogenannte Delta-T-Erwärmung zum Einsatz. Dabei wird das Fleischstück schonend erhitzt, ohne dass die äußere Schicht austrocknet oder gar verbrennt. *Autotherm* bietet in seinen Anlagen neben dieser Garmethode auch das Fc-Wert-Kochen, bei dem



Kerres



Autotherm

die Haltbarkeitsverlängerung im Fokus steht. Daneben kann je nach Produkt zwischen Kochen auf Zeitbasis in mehreren Schritten und Kochen auf Kerntemperatur gewählt werden. Somit lassen sich in den Anlagen alle Produkte schonend behandeln und der Energieeinsatz auf ein Minimum reduzieren.

Der Anlagenbauer *Bastra* bietet für die besonderen Produktionsbedingungen im Fleischerhandwerk ein breites Angebot individuell konfigurierbarer Universal Koch- und Rauchanlagen mit unterschiedlichen Kapazitäten an. Eine Vielzahl an Behandlungsmöglichkeiten wie Heiß-, Warm-, Kalt-, Feucht-, Intensiv- und Schnellräuchern sowie Rösten, Trocknen, Schwitzen, Brühen, Dämpfen, Garen, Kochen, Heißluftgaren, Halbkonservieren, Backen, Braten und Auftauen sorgen in Verbindung mit umweltfreundlichen und energieeffizienten Technologien für einen universellen und wirtschaftlichen Einsatz. Die Glaspanel-Steuerung gewährleistet dabei eine zuverlässige Kontrolle von Umluft, Temperatur und Feuchtigkeit. Programm- und Behandlungslisten in Klartext bieten eine einfache Menüführung und sichere Bedienung. Neu im Programm ist der Anlagentyp *BastraSmart500*, der durch seine kompakte Bauweise als „Gläserne Produktion“ leicht Platz hinter der Theke findet. Das multifunktionale Gerät lässt sich an der Heißen Theke oder für den Gastrobereich- bzw. Partyservice einsetzen.

Reproduzierbarkeit steht im Mittelpunkt der Brat- und Backanlagen von *Kerres*. Möglich ist das durch die mikroprozessorgesteuerten Behandlungsprogramme der *K-Touch*-Steuerung. Durch die horizontale Umkehrwälzung, bei welcher der Luftstrom ständig einmal von rechts nach links und dann wieder von links nach rechts wechselt, wird eine gleichmäßige

Temperaturverteilung innerhalb der Anlage erzielt. Speziell bei liegenden Produkten ist in den Anlagen eine hohe Auslastung gewährleistet. Zusammen mit der Glasfaser-Vollwärmisolation profitieren die Anwender somit von erheblichen Energieeinsparungen. Die Gewichtsverluste, die beim Garen durch Verdunstung und Aus-saftung auftreten, sind je nach Verfahren unterschiedlich. Da mit dem Aus-saften auch Inhaltsstoffe wie Vitamine und Mineralstoffe verloren gehen, sollten die Gewichtsverluste so gering wie möglich ausfallen. In den Brat- und Backanlagen wurde darauf geachtet, dass die Gewichtsverluste gering ausfallen und die Produkte somit diese Inhaltsstoffe behalten.

Weitere universelle Kompaktanlagen nicht nur für das Braten und Backen bieten auch Hersteller wie *Maurer-Atmos Middleby*, *Sorgo* oder *Fessmann*.

KOMPAKTE MULTITALENTE

Koch- und Garanlagen nehmen bei der Herstellung von Fleischwaren eine wichtige Stelle ein. Kochanlagen gibt es als offene Kochkessel, als dampf-beheizte Kochschränke, als mit Wasser oder mit Dampf beheizte, horizontal fördernde Durchlaufkochanlagen und als Konvektomaten. Multifunktionelle Garteknik ist stets kompakt und auf mehrere, unterschiedliche Garmethoden ausgelegt. Diese Geräte versehen ihren Dienst sowohl für kleine Mengen an zu garenden Fleischprodukten als auch für verschiedenste Menüs und Komponenten für die Heiße Theke. Der kompakte Heißluftdämpfer 4.10esi CT Express aus der *CombiTouch*-Serie von *Alto-Shaam* verfügt über eine optionale *Smoker*-Funktion. Geräuchert wird dabei mit Holz, das sich im Garraum befindet. Dabei besteht die Möglichkeit heiß sowie kalt zu räuchern. Im CT Express lassen sich

250 Rezepte speichern, jedes mit bis zu zehn Garstufen. Gegart wird mit variablem Dampf, Heißluft oder einer Kombination aus beidem. Zusätzlich verfügt das Gerät über einen speziellen Regenerations-Modus. Die Funktion *Gold-n-Brown*

entfernt überschüssige Feuchtigkeit und sorgt mit sechs Bräunungsstufen für knusprige Ergebnisse. Zur individuellen Gestaltung und Anpassung an ein bestehendes Design im Laden, z. B. an der Heißen Theke, ist der Heißluftdämpfer

BASTRA
MADE IN GERMANY

DER NEUE STAR AM FRISCHEHIMMEL

Smart500

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

www.bastra.de



Rational



Bastra



MKN

zudem in unterschiedlichen Farben lieferbar. So leicht wie die Bedienung eines Smartphones ist der Umgang mit dem neuen Kombidämpfer FlexiCombi MagicPilot von MKN: Integrierte Infoschritte, Favoritenprogramme im Startmenü und die Bedienungsanleitung als Videoclip direkt im Gerät kommen dem Motto „Enjoy Cooking“ nach. Das Konzept EasyLoad erleichtert das Handling mit Blechen und GN-Behältern. Ohne umzugreifen hat der Anwender dabei alles im Griff. Standardmäßig verfügt der Kombidämpfer zudem über einen Langlebgarraum aus V4A Edelstahl, eine dreifach verglaste Garraumtür und einen Wärmetauscher. Der Wasser- und Energieverbrauch wird durch die Verbrauchsanzeige GreenInside transparent. Einen Alleskönner für Produktion und Heiße Theke bietet Rational mit dem SelfCooking-Center 5 Senses. Laut Hersteller ist es das erste intelligente Kochsystem, das vom Anwender lernt und sich mit ihm verständigt. Auf kleinstem Raum und in kurzer Zeit ermöglicht das Gerät die Zubereitung unterschiedlicher Speisen und Fleischwaren, z. B. für Caterings unterschiedlicher Größen. Es eignet sich auch zur Herstellung von Halbkonserven.

FÜR KNUSPRIGE SPEISEN

Zum Braten von Fleischstücken kommen neben Grillplatten vor allem Kippbratpfannen in Frage. Grillanlagen sind geeignet, durch Strahlung Wärmeenergie von allen Seiten an das Produkt zu bringen. Grillen wird meist verwendet, um bereits gegarte Fleischwaren an der Oberfläche zu bräunen. Multifunktionelle Küchengeräte bestehen dabei aus weit mehr

als nur einer zu erhitzenden Bratfläche. So sind im VarioCooking Center Multificiency® von Frima konventionelle Gargeräte wie Kipper, Kessel, Herd oder Fritteuse in einem multifunktionalen Gerät vereint. Dank einer homogenen Temperaturverteilung, der gradgenauen Hitze-regulierung sowie schnellen Aufheiz- und Abkühlzeiten sind gute Garergebnisse gewährleistet. Zudem bietet das VarioCooking Center 70 intelligente Garprozesse, mit denen sich ohne die Eingabe von Temperaturen und ohne Kontrolle zuverlässige Ergebnisse erzielen lassen. Für Betriebe, die z. B. für das Catering oder Heiße Theken in mehreren Filialen oder als Zulieferer größere Mengen frittierte Fleisch-



Frima

oder Geflügelprodukte herstellen, kann sich der Kauf einer Durchlauffritteuse lohnen. Bei Frittieranlagen taucht das zu garende Produkt in ein erhitztes Öl- oder Fettbad ein und wird so gleichzeitig an der gesamten Oberfläche erhitzt. Die energieeffiziente Fritteuse Typ SFE 1600/600 von Schomaker spart laut Hersteller durch ihr spezielles Heizsystem etwa 35 % Frittieröl gegenüber üblichen Durchlauffritteusen. Zusätzlich senkt die Steuerung der Heizelemente die thermische Belastung des Frittieröls deutlich. Diese wiederum erhöht die Sicherheit von elektrisch beheizten Durchlauffritteusen indem sie der Überhitzung des Öls vorbeugt. Die Garleistung der Anlage entspricht je nach Produkt etwa 150 bis 200 kg/Stunde. Die Fritteuse ist speziell für kleine Chargen mit vielen Produktwechsellern konzipiert.

Fazit: Ähnlich wie in vielen anderen Produktionsbereichen in der Fleischerei bleibt also auch beim Kochen, Braten und Backen kaum etwas dem Zufall überlassen. Fehlchargen und schwankende Speisenqualität lassen sich bei fast allen Produktionsmengen vermeiden bevor der Kunde sich beschweren kann. ast

Nützliche Links

- www.alto-shaam.de
- www.autotherm.com
- www.bastra.de
- www.frima-deutschland.de
- www.kerres-group.de
- www.mkn.eu
- www.rational-online.com
- www.schomaker-tec.de

Frikadellen, panierte Schnitzel oder Fleischkäse lassen sich auch mit einer speziellen Frittieretechnik herstellen, wie Otto Langguth von Silex Elektrogeräte erläutert.

CONVENIENCE SELBSTGEMACHT



Was unterscheidet die Frittieranlage DB SF-410 von der Methode in einer Fettwanne zu frittieren?

Der Unterschied ist gravierend, Beim herkömmlichen Verfahren (Bratstraße) wird das Gargut in erhitztes Öl eingetaucht und mit einem Niederhalteband unter der Oberfläche gehalten. Im Eintauchbereich sinkt das gekühlte oder gefrorene Gargut stark ab. Der Temperaturverlust muss mit viel Energie (Strom) wieder aufgefangen und der Betriebstemperatur angepasst werden. Ein weiterer Punkt ist, dass durch die entstandene Kälteglocke um das Gargut die Oberfläche offen bleibt und eine Menge an Saft ausfließen kann, was zu einem nicht unerheblichen Bratverlust führt (Bratverlust = Geschmacksverlust). Beim Silex® Durchlaufbackofen DB SF-410/1150 oder DB SG-610/1150 Fritex Speedfry® wird das Öl über Düsen versprüht und es entsteht ein Öltröpfchen-Regen. Durch diesen wird das Gargut mittels eines Förderbandes transportiert. Die Oberfläche wird sofort geschlossen, es entsteht keine Kälteglocke und das Öl kühlt sich nur minimal ab (im Schnitt zwischen 3-5°C). Der Gewichtsverlust bei Fleisch liegt zwischen 5 und 10 %, der Ölanteil bei unter 2 %, je nach Gargut. Die Anlage ist voll digital gesteuert und bei programmierten Produkten können ohne

neue Bedieneingabe die Parameter der Anlage genutzt werden, zudem ist sie benutzergesteuert.

Welche energetischen Vorteile bietet diese Technik?

Der energetische Vorteil ist der geringe Energieeinsatz. Ein Beispiel: Eine Industrieanlage mit einer Leistung von 1,3 t Hähnchenfleisch hat einen Anschlusswert von 658 kW. Unsere Anlage mit der gleichen Produktionsmenge hat einen Anschlusswert von 180 kW. Vom Unterschied der Ölmenge ganz zu schweigen: Sie arbeitet mit etwa 230 l Öl, Vergleichsanlagen mit mehr als 1.000 l. Das ganze Öl muss ständig auf Temperatur gehalten werden. Jeder Liter Öl verbraucht somit Energie.

Welche Einsatzbereiche gibt es dafür in einer größeren Metzgerei?

Der Haupteinsatzbereich in einer Metzgerei ist die Herstellung von verzehrfertigen Produkten für den Frischverkauf bis zu Lagerware. Dazu zählen etwa Frikadellen, panierte Schnitzel, Fleischkäse, Bratwurst, etc. Geeignet sind diese Anlagen zur Herstellung von Convenience-



Produkten in unterschiedlicher Fertigungstiefe. Dies bedeutet, man kann ein Produkt außen farblich verändern ohne die Kerntemperatur über 45°C steigen zu lassen. Oder man stellt ein Convenience-Produkt her, das nur noch regeneriert werden muss. Alle Lebensmittel, die in einer Fritteuse oder der Pfanne gegart werden, können in unserer Anlage verarbeitet werden.

Wo sind Ihre Anlagen im Einsatz?

Wir haben von der Klein- bis zur Großanlage alle im Einsatz. Dort wo Produkte sorgfältig frisch hergestellt werden, ist die Resonanz sehr positiv. Nicht nur, dass Strom und Öl eingespart werden, besonders beeindruckend sind Aussagen zum geringeren Garverlust, z. B. „Wissen Sie, dass ich nun über 10 % mehr Produkt verkaufe, bei gleichem Rohmasseanteil“. Das heißt der Kunde verkauft seine Ware per Gewicht und erhöht die Rendite stark. Da unser Durchlaufbackofen DB SF-410/1150 oder DB SG-610/1150 Fritex Speedfry® neue Systeme sind, bieten wir interessierten Kunden an, diese in unserer Testküche mit eigenen Produkten auszuprobieren. www.silex-de.com
Vielen Dank für das Gespräch! mth

Fotos: Silex Elektrogeräte, privat

VOSSCHOTT

Smoking and air conditioning technology for food products

Räucher- und Klimatechnik für Nahrungsmittel

VOS Schott GmbH ■ Am Seefeld 3 ■ 35510 Butzbach ■ Fon +49 6033 9190-0 ■ E-Mail info@vos-schott.com ■ www.vos-schott.com



VOM GUTEN ZUM **BESSEREN**

In diesem Jahr feiert der schwäbische Anlagenbauer Fessmann sein 90-jähriges Bestehen. Seit der Gründung durch Wilhelm Fessmann hat sich das Familienunternehmen als Hersteller von modernen Anlagen im Handwerk und der Industrie etabliert.

Mit dem von FESSMANN 1969 entwickelten Turbomat hielt Hightech Einzug in die thermische Behandlung von Wurstwaren. Denn diese Universalanlage ermöglichte es als eine der ersten, alle Schritte automatisch, nacheinander in einer Anlage durchzuführen. Kam es früher vor allem darauf an, dass eine Anlage in der Lage ist, alle Schritte der Behandlung durchzuführen, liegt der Fokus heute auf einer immer ausgefeilteren Steuerung, um Prozessdetails wie Gleichmäßigkeit, Reproduzierbarkeit, schnelle Prozesszeiten und Wirtschaftlichkeit weiter zu optimieren. „Unsere Kunden schätzen vor allem die zuverlässigen Konditionen, die in gleichmäßiger Form und Qualität sowie einem gleichbleibendem Geschmack resultieren“, erklärt Uli Fessmann, der nun

in dritter Generation die Geschicke des Unternehmens leitet. „Wir haben den Anspruch, dass unsere Lösungen immer etwas ausgereifter, besser verarbeitet und besser durchdacht sein sollen, damit die Kunden das bestmögliche Ergebnis erhalten.“

AUF BREITER BASIS

Bei den kontinuierlichen Universalanlagen für die Industrie setzt FESSMANN seit jeher Maßstäbe. Das Know-how aus diesem Bereich kommt aber auch für kleine und mittelständische Betriebe zum Tragen. Flexibilität und Reproduzierbarkeit spielen schließlich bei jeder Betriebsgröße heute eine Rolle. Mit den kompakten Turbomatanlagen T1800 und T1900 bietet FESSMANN Lösungen für kleine und mittelständische Anwender. Sie benötigen besonders

wenig Platz und zeichnen sich durch eine niedrige Höhe aus. Die Ware wird in einem Arbeitsgang erwärmt, getrocknet, geräuchert und gebrüht und bietet Handwerksbetrieben somit die Vorteile einer effizienten Universalanlage. Für höhere Durchsatzmengen hat Fessmann die Turbomaten T2500 und T3000 im Programm. Ihr stufenloses Umwälzgebläse sorgt für feinsten Räuchergeschmack und exakte Reproduzierbarkeit und hohe Prozesssicherheit. Erreicht wird dies u. a. durch das patentierte Rauchsystem das durch die Regulierung der Rauchdichte für gleichbleibenden Geschmack und einen gleichmäßige Qualität der gesamten Charge sorgt. Dabei lässt sich die Raucherzeugung mit der Steuerung Food. CON an individuelle Vorgaben anpassen und zuverlässig re-

produzieren. Die variablen Rauchintensitäten ermöglichen verschiedenste Raucharomen und Geschmacksnuancen. Für unterschiedliche Ansprüche stehen Glimmrauch-, Reiberauch- oder Flüssigraucherzeuger aus der Ratio-Serie zur Auswahl. Der Anlagenbauer unterstützt seine Kunden bei der Projektierung, Planung und Anpassung der Anlagen an die Bedürfnisse vor Ort und die jeweiligen Produktionsprozesse. „Nach der Inbetriebnahme bekommen unsere Kunden den Kundendienst eher selten zu sehen. Das liegt aber nicht daran, dass er keine Zeit hat, sondern daran, dass unsere Anlagen wartungsarm sind und sehr ausfallsicher arbeiten“, meint Uli Fessmann. Sollte aber dennoch mal ein Servicetechniker gebraucht werden, ist er schnell vor Ort. [ast www.fessmann.de](http://www.fessmann.de)



ICH LESE



FLEISCHER-HANDWERK, WEIL

Magnus Bauch, Fleischermeister, München

... es auf den Inhalt ankommt!

TECHNIK ZUM VORTEIL NUTZEN



Die beste Investitionsempfehlung zum Bereich EDV und Wägetechnik kann man auf eine einfache Formel bringen: „Kaufen, was dem eigenen Betrieb nutzt“.

Denn: In der Praxis der Fleischerfachgeschäfte werden bei EDV und Waagen oft viele Funktionen teuer gekauft und dann nicht genutzt. Dieser Beitrag möchte dabei helfen, kluge Investitionsentscheidungen zu treffen, um die Potenziale von Software und Waagen besser zu nutzen. So finden Sie Ihre Software-Lösung:

- Beschreiben Sie die Leistungsbereiche, die in Ihrem Betrieb wichtig sind: z. B. Vieheinkauf, Schlachtung, Zerlegekalkulation, Chargen-Rückverfolgung, Filialkontrolle, etc. Mit dieser Anforderungsliste bewertet man dann die Anbieter.
- Wahrscheinlich hat Ihr Betrieb keinen eigenen IT-Leiter. Daher müssen Metzger und Verkäuferinnen die Software verstehen und bedienen können. Das gilt es genau zu prüfen. Kaufen Sie nichts, was Sie nicht selbst bedienen können. Ebenso wichtig ist es möglichst viele Mitarbeiter/innen mit der Software zu schulen – sonst entsteht bei einigen wenigen ein „Herrschaftswissen“ und man ist im schlimmsten Fall von IT-erfahrenen Mitarbeitern abhängig.
- Welche vorhandenen Waagen, Scanner oder Auszeichner müssen mit der Software arbeiten können? Dies sollte die Vorgabe der Investitionsentscheidung sein.
- Welche Anforderungen stellt der Gesetzgeber? Die Software muss helfen, das zu erfüllen, was die staatliche Überwachung heute und morgen verlangt.

SO FINDEN SIE IHRE WÄGETECHNIK

- Ihre Softwareentscheidung muss zur vorhandenen Wägetechnik passen. Verlangen Sie vom Anbieter Referenzen, bei denen die Software und die Waagen zusammenarbeiten.
- Doppel-Bildschirmwaagen mit Touch-Funktion sind für viele heute das Beste, was man

kaufen kann. Das ist aber nur gut, wenn man auch dazu bereit ist, die Inhalte, die hier für Kunden und Bedienkräfte abrufbar sind, einzuspeisen und stets aktuell zu halten.

- Die Begrenzung der Technik ist der Mensch. Oft ist es sinnvoll, zuerst allgemeinbildende Computerlehrgänge (in der Freizeit der Mitarbeiter, aber bezahlt vom Betrieb) anzubieten und dann in „High-Tech“ zu investieren.

SO KOMMT GELD FÜR DIE DOPPEL-BILDSCHIRM-WAAGEN ZURÜCK

- Der kundenseitige Bildschirm sollte zeigen, was der Kunde in der Theke nicht sehen kann, z. B. die schöne Natur, in der die Rinder und Schweine aufgewachsen sind.
- Nutzen Sie die Möglichkeiten, über den Waagenbildschirm gezielt Zusatzempfehlungen zu geben. Die Waage „denkt“ dann wie ein am Mehrumsatz orientierter Verkäufer.
- Belegen Sie die Funktionen, welche die Wägetechnik bietet: Spielen Sie die Rezepte so ein, dass die Bedienkräfte zu jedem Produkt die Zutaten und Beschreibungen abrufen können.
- Schulen Sie die Bedienkräfte hinsichtlich der zahlreichen Einsatzmöglichkeiten der neuen Ladenwaagen („Infotaste“ oder „Mitarbeiter-schulung über die Ladenwaage“).

KÜNFTIGE EINSATZMÖGLICHKEITEN DER LADENWAAGE ERFASSEN

- Wie werden sich die Angebotsformen im eigenen Fleischerfachgeschäft verändern? Wird etwa künftig mit einem höheren Anteil SB-Produkten aus eigener Herstellung gerechnet, ist auch die Anbindung von Etikettiergeräten wichtiger.
- Beachten Sie nützliche Zusatzfunktionen wie die Arbeitszeiterfassung für die Bedien-

kräfte via Ladenwaage. Dann wird die Zeit genutzt, wenn diese mit der Arbeit beginnen und nicht, wenn sie das Firmengebäude betreten.

- Die elektronische Erfassung der Kunden, gerade in Kombination mit Couponing, gehört zu den wertvollsten Marketingpotenzialen moderner Ladenwaagen. Das Ziel ist die Steigerung des durchschnittlichen Einkaufswertes und der Einkaufshäufigkeit des Kunden. Der Kunde muss erkennen: „Das ist mein Vorteil und es macht Spaß“. Der Eindruck, „Mein Fleischer überwacht mich mit dieser Karte“, darf nicht entstehen.

DIEBSTÄHLE VERMEIDEN

- Ermöglichen Sie keine Handpreiseingabe. Alle Produkten müssen eine PLU-Nummer haben.
- Nutzen Sie immer wieder den Datenzugriff auf die tagesaktuellen Verkäufe an der Bedientheke und konfrontieren Sie die Verkaufsmitarbeiter damit. Z.B.: „Ich habe am Computer gesehen, dass unsere Verkäuferin Juliane heute 1,7 kg Rinderhüfte verkauft hat“. So erkennen die Mitarbeiter, dass der Chef „alles sieht“.
- Mitarbeiter dürfen niemals bei sich selbst einkaufen, sondern immer nur bei ihren Kollegen.

LADENWAAGE FÜR AKTIVEN MEHRVERKAUF NUTZEN

- Moderne Ladenwaagen können bedienerseitig Tipps geben, was dem aktuellen Kunden zusätzlich empfohlen werden könnte. Denn das „Gedächtnis“ der Ladenwaage ist meist besser als das der Bedienkräfte.
- Verpflichten Sie die Bedienkräfte in der verkaufsfreien Zeit die Zutaten und Zusatzstoffe der angebotenen Waren zu lernen, die über den Waagenbildschirm abrufbar sind. Vergessen Sie nicht dieses Wissen abzufragen: Wo nicht geprüft wird, wird auch nicht gelernt.

- Bei Nutzung der Kundenkartenfunktion kann die Bedienkraft via Bildschirmberührung ablezen, welche „Lieblingsartikel“ ein Kunde hat und gezielt die richtigen Empfehlungen und Kostproben geben. *Fritz Gempel*

Gedruckte Frischegarantie

Attraktive Etiketten regen Verbraucher zum Kauf an und sorgen für Transparenz. Für Produzenten, Lieferanten und Handel ist die informative und ehrliche Kennzeichnung aller Produkte Pflicht - und eine besondere Herausforderung. TSC unterstützt Sie dabei.

Das ist smart.

Das ist TSC.

The Smarter Choice.



TDP-247

TSC bietet mit dem kompakten TDP-247 die ideale Lösung für alle Auszeichnungsansprüche in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie sowie am Point of Sale. Der platzsparende Desktopdrucker überzeugt durch die höchste Druckgeschwindigkeit seiner Klasse zum äußerst attraktiven Preis.



TSC
The Smarter Choice.
www.tscprinters.com



HYGIENE IST ALLES

Bakterien und Keime sind allgegenwärtig und können so auch den Verderb von Lebensmitteln verantworten. Experten des Lebensmittel- und Marktforschungsinstituts arotop food & environment erklären, welche Hygienemaßnahmen zu beachten sind.



Mikroorganismen gehören zum täglichen Leben. Mehr noch: ohne bestimmte Bakterien und Keime wären Menschen fast nicht lebensfähig, da sie im Körper zahlreiche wichtige Funktionen erfüllen. Doch manche Spezies solcher Gattungen sind auch für den Verderb von Lebensmitteln verantwortlich. Deshalb ist besonders bei der Fleischbe- und -verarbeitung darauf zu achten, diese Mikroorganismen auszugrenzen und effektiv an ihrer Vermehrung zu hindern. Nachfolgend gibt Walter Pozzi, Lebensmitteltechnologie und Fachmann für Fleischveredelung beim Lebensmittel- und Marktforschungsinstitut arotop food & environment, Hinweise zur weitgehenden Ausgrenzung von Mikroorganismen und Vermeidung von Kreuzkontaminationen bei der Material-

Personen- sowie Raumhygiene. Darüber hinaus erklärt er, welche Hilfsstoffe die zusätzliche Stabilisierung unterstützen.

MATERIAL

Für eine ausreichende Desinfektion sollten Geräte wie Messer, Tische und Schalen bei einer Wassertemperatur von über 80°C gereinigt werden. Arbeitstische und Geräte müssen danach zusätzlich desinfiziert werden. Diese sind auch dann zu reinigen, wenn kurz zuvor andere Fleischerzeugnisse, Gemüse und Käse damit verarbeitet wurden. Gerade rohes Gemüse, Käse sowie Rohwurst enthalten eine hohe Keimzahl, die sich dann auf das Fleisch übertragen kann. Bei der Verarbeitung sollte auf die Verwendung hygienisch unbedenklicher Gewürze und Zutaten geachtet werden. Bei Marinadenabfüllungen ist es ratsam keine Eimer, sondern Beutel zu verwenden, da so sichergestellt werden kann, dass kein direkter Zugriff mit der Hand, einem Pinsel oder Löffel in das Produkt erfolgt. Moguntia bietet hier z. B. Marinaden in Beuteln und mit „cleantec“

dampfentkeimte Gewürze an. Darüber hinaus ist die Frische des Fleisches von großer Bedeutung. Schweinefleisch sollte zwei bis drei Tage nach der Schlachtung unter oben genannten Voraussetzungen verarbeitet werden. Auch beim Verpackungsmaterial ist für absolute Hygiene zu sorgen. Beim Verkauf loser Ware sollte auf dichte Verpackungen geachtet und bei Fleischspießen Einwegschalen verwendet werden.

PERSONAL

Die Mitarbeiter sind dazu angehalten stets auf hygienisch einwandfreie Kleidung und saubere Hände zu achten. Am besten eignet sich Kochwäsche, da die meisten anhaftenden Keime beim Waschen abgetötet werden. Auch Stechschutzhandschuhe sollten ausgekocht oder desinfiziert sein. Einweghandschuhe, Kopfbedeckungen und ggf. Mundschutz, der Pflicht bei Erkrankungen der Atemwege oder bei Bartwuchs ist, fördern eine gute Hygiene-Praxis.

RÄUME

Hygienisch gehaltene Räume unterstützen den Schutz vor Mikroorganismen, da Keime auch über die Luft übertragen werden können. Lüftungs- und Kälteanlagen sollten regelmäßig gereinigt und desinfiziert und Hygiene-

schleusen insbesondere auch zu den Toiletten eingerichtet werden. Auch Fliegennetze vor Fenstern sorgen für einen gewissen Schutz. Besonders bei Frischfleisch ist die Kühlkette einzuhalten. Auch beim Verarbeiten sollte nach Möglichkeit die Raumtemperatur von 12°C nicht überschritten werden. Der Verbleib in den Verarbeitungsräumen sollte maximal eine Stunde betragen. Dies gilt auch für Verpackungsräume und Räume zur Disponierung für den Versand.

HILFSSTOFFE NUTZEN

Klassische Konservierungsstoffe sind zum Teil nicht erlaubt oder beim Kunden nicht erwünscht. Eine zusätzliche Stabilisierung sind Salze und Säuren. Während Säuren, die auf der Fleischoberfläche eine gute Wirkung haben können, durch die Absenkung des pH-Wer-



Nicht nur das Material und die Produktionsräume müssen hygienisch rein sein, auch die Mitarbeiter müssen Hygiene-Regeln einhalten.

tes einen höheren Wasseraustritt zur Folge haben, tragen Salze eher zur Safthaltung bei. Kochsalz stößt aber schnell an sensorische Grenzen. Hier hilft eine Mischung aus

verschiedenen Salzen. Gerade Salze auf Basis von Genusssäuren haben sich bewährt. Ein Beispiel dafür ist ZärterLing® von Moguntia. Durch die Zusammenarbeit mit dem Un-

ternehmen erforschte arotop die Wirkung in verschiedenen Produkttests. Diese Produkte zielen zum einen darauf ab, die Keime auf der Oberfläche von zubereiteten Fleischerzeugnissen zu hemmen, zum anderen verbessern sie die Wasserbindung, die Safthaltung und bewirken eine Auflockerung der Fleischstruktur. Die Produkte werden auf das Fleisch aufgestreut und mit etwas Wasser leicht vermengt. Nach kurzer Einwirkzeit wird die verbleibende Flüssigkeit fertig untergemischt, bis sie vom Fleisch komplett aufgenommen wurde. Danach wird das Fleisch fertig gewürzt oder mariniert. Voraussetzung für eine optimale Wirkungsweise ist hygienisch optimal gewonnenes Fleisch, da weder Salze noch Säuren die Keime aktiv abtöten. Dies machen nur Konservierungsstoffe und Desinfektionsmittel.



Eine Marke wird 60

1954 führte CWS in Deutschland den Stoffhandtuchspender in öffentlichen Waschräumen ein. Dieser ersetzte das zuvor übliche Gemeinschaftshandtuch und verbesserte die Hygiene stark. 2014 wird die Marke mit den drei roten Buchstaben 60 Jahre alt und der Anbieter von Waschräumlösungen im Mietervice feiert das mit vielen Aktionen. Der Firmenname setzt sich aus den Initialen des Ehemannes der Firmengründerin Erika Schnyder, Conrad Wolfgang Schnyder, zusammen. 1958 kommt das erste eigene Spendersystem – der Handtuch-Automat – auf den Markt. 1976 wird der berührungslose Handtuchspender eingeführt, 1993 der sich drehende, selbstreinigende Toilettensitz Cleanseat. Seit den 90ern expandiert CWS europaweit und eröffnete auch eine Niederlassung in China. 2014 folgt die hygienische Türklinke „Clean Touch“, deren Griff mit einer recycelbaren Hygienefolie überzogen ist, die sich nach jedem Benutzen erneuert. Bis heute holt das Unternehmen benutzte Stoffhandtuchrollen ab, wäscht sie und liefert sie wieder aus. „Die Stoffhandtuchrolle verursacht anders als Papier, keinen Abfall im Waschraum. Zudem kann sie im Verlauf ihres Lebenszyklus bis zu 30.000 Papierhandtücher ersetzen“, betont Enzo Lagrasta, Leiter Produktmanagement CWS bei CWS-boco Deutschland. Diverse Maßnahmen begleiten das Jubiläum, z. B. Gewinnspiele oder Aktionen im Internet. www.cws60.de

Fotos: Kimberly Clark Professional, CWS-boco International

Spülhygiene mit Produkten von Seeger

Seeger

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

Export 110
Geschirr-Reiniger für gewerbliche Spülmaschinen
Mit Desinfektionswirkung

Export 100
Geschirr-Reiniger für Gläser-Spülmaschinen
Phosphatfrei und chlorfrei

Export 200
Geschirr-Reiniger für gewerbliche Spülmaschinen
Spült und desinfiziert

Export 500
Klarspüler für gewerbliche Spülmaschinen
Glanz ohne Flecken
Trüchtigt das Geschirr glänzend
Reinigt auch bei Öl-, Fett-, Eiweiß-, Kalk- und Rostflecken

Export 510
Klarspüler für gewerbliche Spülmaschinen
Glanz ohne Flecken
Trüchtigt das Geschirr glänzend
Reinigt auch bei Öl-, Fett-, Eiweiß-, Kalk- und Rostflecken

Seeger-Produkte erhalten Sie im Fleischereibedarfs-Großhandel

LOHNENDE INVESTITION



Nach gut neun Monaten deuten die Zeichen in der Metzgerei Amann in Meckenbeuren darauf hin, dass sich die Investition in neue Spültechnik und Wasseraufbereitung von Winterhalter lohnen wird.



scher schön trocken. Der Betrieb der Maschinen geht mit deutlich weniger Energiekosten einher als zuvor.

Warum haben Sie sich für eine Spüllösung aus einer Hand entschieden?

Wir sind schon immer Kunde dieses Herstellers, die erste Maschine wurde vor etwa 30 Jahren installiert.

Ich schätze den Gedanken ‚alles aus einer Hand‘, den Service und die räumliche Nähe sehr. Daher nutzen wir auch den Gerätecleaner F 865 Plus, den Klarspüler B 165 NE und die Wasseraufbereitung DuoMatic II. Das Spülergebnis ist damit am besten. Davon haben wir uns auch im Spüllabor bei Winterhalter vor Ort überzeugt.

Wie sind ihre Erfahrungen mit der Wasseraufbereitung?

In der Bodenseeregion ist das Wasser sehr hart und kalkhaltig. Da lag eine Wasseraufbereitung nahe. Diese ist in der Produktion oberhalb der Maschine angebracht. Der Unterschied zu vorher ist enorm: Es bleiben keine Rückstände oder Kalkablagerungen im Innenraum zurück. Ich denke, dass sich diese Investition langfristig noch viel stärker lohnen wird.

www.metzgerei-amann.de,
www.winterhalter.de
Vielen Dank für das Gespräch! mth

Von seinen Eltern Georg und Helga Amann 1967 gegründet, übernahm Peter Amann die Metzgerei im Jahr 2000 und führt sie mit seiner Ehefrau Claudia, die selbst aus einer traditionsreichen Metzgerfamilie im Schwarzwald stammt. Das Paar hat drei Kinder. Das Kerngeschäft ist der Laden, hinzu kommt eine Filiale im Ortsteil

Brochenzell. Im April war die Modernisierung des Hauptgeschäftes abgeschlossen: Heute gibt es neben der neuen Theke eine lange Eckbank, die Spielküche „Amann's Kochstudio“, einen barrierefreien Zugang sowie eine sonnige Essecke auf der Terrasse. Im Zuge dessen wurde auch die Spültechnik erneuert, die seit Jahrzehnten von Win-

terhalter stammt. Pro Woche liegt das Spülaufkommen in der Küche etwa bei 700 Spülgängen, in der Produktion bei rund 900. Näheres dazu schildert der Metzgermeister im Gespräch:

Welche Spültechnik kommt bei Ihnen genau zum Einsatz?

In der Küche ist eine Fronttürspülmaschine GS 630 im Einsatz, mit der das gesamte Geschirr sowie die Schüsseln aus Laden, Imbiss und Partyservice gereinigt wird. Das Spülgut ist nun noch sauberer und mit weniger Kalk behaftet als vorher. In der Produktion werden EN-Kisten und Bleche mit der Gerätespülmaschine GS 660 Energy gesäubert. Beide Maschinen spülen alles hygienisch sauber, sogar Fleischrückstände, Blut oder Fett aus der Produktion. Dort ist das Spülgut nach der Wäsche durch den integrierten Abluftwärmetau-

Zu verpachten Zugspitzdorf Grainau:

Sehr gut gehende Metzgerei mit Partyservice und schönem Ladengeschäft ab 1.2.2015 evtl. auch früher, aus persönlichen Gründen zu verpachten. Laden und Produktionsräume im EG und UG ca. 200qm.

www.zugspitz-metzgerei.de
Weitere Informationen unter Tel. 08821/948808.

Als seine Spültechnik nachhaltiger werden sollte, entschied sich der Fleischermeister Guido Mohr aus Ettlingen-Bruchhausen für eine Spüllösung von Meiko und ist damit sehr zufrieden.



SPÜLEN UND SPAREN

Die Metzgerei gründeten seine Eltern im Jahr 1972. 1995 übernahm der Fleischermeister und Betriebswirt des Handwerks das Geschäft. Die Tiere, die verarbeitet werden, kommen aus dem Schlachthof in Bretten. Guido Mohr beschäftigt zehn Mitarbeiter und beliefert neben gastronomischen Kunden auch einige seiner Kollegen, die mit Läden im Lebensmitteleinzelhandel angesiedelt sind, mit seinen Fleisch- und Wurstwaren. Bei der Produktion der Fleisch- und Wurstwaren fällt wie in allen Fleischereien eine größere Anzahl von EN-Kisten an, die hygienisch einwandfrei und ohne großen Aufwand zum schnellen Wiedereinsatz gereinigt werden müssen. Dafür wurde 2013 der Universalwaschautomat FV 130.2 von Meiko angeschafft. „Pro Tag sind das in der Produktion mindestens 50 Stück – egal ob E1-, E2- oder E3-Kisten. Aber auch Bleche, Lackständer und Geräteteile wie Wolfeinsätze oder Speckschnei-

der werden nach vorherigem Abbrausen darin gespült“, berichtet der Metzgermeister. Bei der Neuanschaffung entschied sich Guido Mohr für eine integrierte Wärmerückgewinnung, was einen reduzierten Anschlusswert zur Folge hat und somit langfristig die Stromkosten senkt. Kalkflecken im Innenraum der Maschine gehören durch das Umkehr-Osmose-Modul Gio nun ebenfalls der Vergangenheit an. „Energiesparend ist zudem, dass bei der neuen Maschine zu Beginn kaltes Wasser zugeführt wird; bei der alten musste dieses erst erhitzt werden, was höhere Energiekosten verursachte“, berichtet der Fleischermeister. Gute Erfahrungen mit dem Offenburger Spültechnikhersteller hatte Guido Mohr bereits in den letzten fünf bis sechs Jahren mit dem Universalwaschautomaten FV 60.2 gemacht, der in der Vorbereitungs-küche in Ladennähe im Einsatz ist. „Darin spülen wir alles was im Laden anfällt: Geschirr, Platten, Schüsseln, Partyservice-Utensilien,

GN-Behältnisse, etc“, berichtet er. Auch hier ließ er ein vorgeschaltetes Gio-Modul zur Wasseraufbereitung installieren, um der „Kalkproblematik“ Herr zu werden. „Auch das hat sich gelohnt“, sagt er zufrieden. Zu einem guten Spülergebnis tragen außerdem die Reiniger und Klarspüler aus dem

Programm Meikolon des Spültechnikherstellers bei. „Schmutzecken im Innenraum gibt es auch keine. Und wenn alles sauber ist, ist auch das Reinigen der beiden Maschinen sowie die Demontage flexibler Teile, z. B. der Düsen, ein Leichtes“, resümiert der Metzgermeister. *mth* www.meiko.de

Der starke Partner des Fleischerhandwerks mit dem persönlichen Rund-um-Service.



1. Vollsortiment für Metzgerei, Imbiss, Partyservice im C+C-Markt (mit 50.000 Fachartikeln).
2. Leistungsfähiger Lieferservice über Nacht – mit eigenen Kühlfahrzeugen.
3. Kompetente Fachberatung mit qualifizierten Fachkräften aus der Praxis.
4. Individuelle Branchenlösungen nach Kundenwunsch.
5. **StaufenFleisch® / Stauerico®** vom eigenen Göppinger MetzgerSchlachthof.
6. Fleischverarbeitung und -veredelung im modernen EU-Fleischzerlege- und Produktionsbetrieb.

MEGA Das Fach-Zentrum für die Metzgerei und Gastronomie
Schlachthofstr. 6 | 70188 Stuttgart | Tel. (0711) 16 84 – 0 | Fax – 125
www.mega-stuttgart.de | www.staufenfleisch.de

Stuttgart | Göppingen | Nürtingen | Stockach | Dresden | Chemnitz



KUNDENORIENTIERTER PARTNER

Die MEGA blickt auf eine 75-jährige Tradition als zuverlässiger Komplettlieferant des Metzgerhandwerks, handwerklicher Imbissbetriebe und Partyservice-Unternehmen, Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung zurück.



fi bietet ein attraktives Vollsortiment von über 50.000 Fachartikeln, das neben Frischfleisch aus eigener Schlachtung und Zerlegung, einer hauseigenen Wurst- und Schinkenproduktion auch Frisch- und Räucherfisch umfasst. In der Obst- und Gemüseabteilung findet sich eine Vielzahl an tagesfrischer

Heute verfügt das Handelsunternehmen neben dem Cash & Carry-Markt am Hauptsitz in Stuttgart über drei weitere Standorte in Baden-Württemberg. Auch die sächsische Tochtergesellschaft MEGA mit zwei C+C-Märkten in Dresden und Chemnitz zählt seit über 20 Jahren zur Gruppe. Ein schlagkräftiger Zustelldienst mit 90 firmen-

eigenen Mehrkammer-Kühlfahrzeugen beliefert die Kunden in beiden Bundesländern mit dem Vollsortiment. Besonders der 2011 eröffnete Cash & Carry-Markt in Stockach am Bodensee bietet mit 7.000 m² Verkaufsfläche eine besondere Einkaufsatmosphäre sowie übersichtliche Warenpräsentation. Fachkompetenz, Kundennähe und regionale Frischeprodukte sind dort die Grundpfeiler des täglichen Handelns. Der Handelspro-

Marktware, vorzugsweise aus der Region. Auch die Käse- und Molkereiprodukteabteilung lässt mit über 600 Käsesorten aus zum Teil kleinen regionalen Käsereien für Bedientheke oder Partyservice kaum Wünsche offen. Das breite Sortiment der Spirituosen und über 1.000 Weine aus Weinregionen Deutschlands, Europas und der Welt wird vom hauseigenen Weinküfer gepflegt. Mit der großen Auswahl an Berufskleidung und -schuhen für das Fleischer- und Ernährungshandwerk und die Gastronomie in Produktion, Küche, Service und Verkauf sowie mit einer hauseigenen Logo-Stickerei erhalten die Kunden ein modernes Erscheinungsbild mit einer individuellen Note. Auf 3.000 m² finden sich mehr als 20.000 Fachartikel des Gastronomiebedarfs – von Porzellan und Gläsern bis zu GN-Behältern und Chafing Dishes. Ähnlich breit gehalten ist das Sortiment klassischer Fleischereibedarfsartikel wie Verkaufsverpackungen, Därme oder Gewürzen. Das Unternehmen bietet zudem von der CAD Profi-Küchenplanung über die kompetente Montage, Wartung bis zum Kundenservice vor Ort alles aus einer Hand.

Stauerico®-Gourmetschwein

2008 entstand die Idee, ein Fleisch aus heimischer Erzeugung mit ähnlichen Qualitätseigenschaften wie jenen des Ibérico-Schweins zu schaffen. Durch die Kreuzung des Ibérico-Ebers und dem Staufenfleisch®-Mutterschwein entstand das Stauerico®-Gourmetschwein. Da die Erzeugung sowie die Haltungs- und Aufzuchtbedingungen in Spanien schwer kontrollierbar sind, und auf diese Qualitätskriterien nicht verzichtet werden sollte, entschloss man sich mit den Landwirten des Qualitätsfleischprogramms zur heimischen Produktion. Die Schweine werden in bäuerlichen Familienbetrieben artgerecht gehalten. Die Vertragslandwirte sind nach DIN ISO 9001-2008 zertifiziert und unterwerfen sich so einer strengen Produktionsnorm. Durch eine spezielle Fütterung und die genetische Eigenschaft, Fett im Muskel einzulagern, entsteht Fleisch von sehr hoher Qualität und einem besonderen Geschmack.



Fotos: Mega

HOHER QUALITÄTSANSPRUCH

Neben einem umfangreichen Fleischsortiment als Handelsware gibt es die Premiumfleisch-Marke „StaufenFleisch®“ aus dem hauseigenen Göppinger MetzgerSchlachthof exklusiv. Eine der Grundvoraussetzungen für die hohe Qualität dieses Fleisches ist ein verantwortungsvoller Umgang mit den Tieren, der nicht erst im Schlachthof oder im EU-zugelassenen Fleisch-, Produktions- und Zerlegebetrieb in Stuttgart beginnt, sondern bereits bei den Landwirten. Bewusst nimmt das Unternehmen Einfluss auf die Züchtung, Haltung und Fütterung der Tiere bei den Vertragspartnern. Gesundes, festes Fleisch von dunkler, kirschroter Farbe und ein definierter Mindest-pH-Wert sind weitere Qualitätskriterien dieser Schweine. Auch beim Rindfleisch entsprechen nur Färsen und Ochsen bekannter Fleischrasen den selbstaufgelegten hohen Anforderungen an die Fleischqualität. Das Ergebnis ist ein geschätztes regionales Markenfleisch sowie

Dry Aged Beef von hoher Qualität und Frische. Im neu erbauten EU-Fleischzerlege- und Produktionsbetrieb in Stuttgart werden mehr als 300 Fleisch-, Wurst- und Schinkenprodukte, Menükomponenten sowie Fleischzuschnitte nach Kundenwunsch hergestellt. In der Frische-Convenience-Herstellung entstehen aus regional erzeugtem Fleisch und naturbelassenen Zutaten hochwertige Menükomponenten wie Saucen, Fonds, Pestos, Chutneys, Suppen, Eintöpfe sowie komplette, oft regionale Gerichte – auf klarer Kalkulationsbasis sowie ohne Geschmacksverstärker, Farbstoffe und zugesetzte Konservierungsstoffe. Zudem können Metzgereien auf hochwertige selbstproduzierte luftgetrocknete Salami- und Rohschinkenspezialitäten zur Abrundung ihres Thekensortiments zurückgreifen.

SEMINARE UND WERBERING

Neben der reinen Warenlieferung nimmt der Handelsprofi in Form von kostenlosen Bera-

tungen und informativen Fortbildungsseminaren seinen genossenschaftlichen Förderauftrag sehr ernst. Weit über 1.500 Mitglieder und Kunden nutzen jährlich den vielseitigen „Seminar-Service“ an verschiedenen Standorten, wobei der Fokus auf „Praxisseminaren“ und Workshops liegt. Großes Augenmerk wird seit Jahrzehnten auf die Nachwuchsschulung gelegt. Jeder Absolvent der Fleischer- und Hotelfachschulen besucht mindestens einmal eine Fleischschulung. Im Übrigen betreibt das Unternehmen den größten noch existierenden Werbering für Metzger, der 2014 sein 50-jähriges Bestehen feiert. Die rund 100 angeschlossenen Fleischerfachgeschäfte mit ihren Filialen profitieren von guten, preiswerten Angeboten sowie einer imageträchtigen und preiswerten Endverbraucherwerbung mit Anzeigen in Tageszeitungen und Plakaten im Großraum Stuttgart sowie bald auch einer Internetpräsenz.

www.mega-stuttgart.de, www.staufenfleisch.de, www.megadresden.de

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

■ Komplett 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 4/14

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

Hausgemachter Genuss

Servierfertige Gerichte gelingen mit einem Convenience-Konzept der Marke „Fleischer“ von Dr. Oetker Food-Service kalkulationssicher und leicht. Als technisches Gerät genügt meist ein Kombidämpfer. Das Konzept umfasst 22 unterschiedliche Rezeptideen für Gerichte im Glas, Darm oder Dose, die von den Kunden zu Hause nur noch erwärmt werden müssen. Die kulinarische Auswahl reicht von Sauce Bolognaise über Rindsrouladen oder Königsberger Klopse bis zu Wildgulasch, Schweinebraten oder Tafelspitz in Meerrettichsoße. Während der Metzger Fleisch, Gemüse oder die Beilagen beisteuert, sind weitere

Zutaten wie kaltquellende Suppen und Soßen oder unterschiedliche Fix-Produkte, bei Dr. Oetker Food-Service erhältlich. Das Konzept hilft bei der Erschließung zusätzlicher Absatzpotenziale. Neben den Rezepten umfasst es auch attraktive Etiketten sowie Gläser. Die erforderlichen Zutaten sind übersichtlich in einer Rezeptsammlung aufgeführt, inkl. Portionsrechner und exakten Zeitangaben. Das Paket wird in einem praktischen Ordner inkl. CD angeboten. Darauf sind alle Infos und digitalen Vorlagen enthalten, die Rezeptsammlung sowie Tipps für die individuell zu gestalteten Etiketten für die Rückseiten.

www.oetker-food-service.de,
www.fleischer-feinkost.de



Für sommerliche Salate

Avo führt vier verzehrfertige Liq-würz Basiscremes für Salate im Sortiment. Die Sorte Topico mit Zwiebelwürfeln, Knoblauch, Brantweinessig und Limette passt etwa zu Schichtsalat mit Kochschinkenwürfeln. Die Variante Classico mit Gewürzgurke-stiften, Pfeffer, Salz, Senf und Essig verfeinert Gemüse- oder Fleischsalate. Geflügelsalaten verleiht die Creme Florida mit einem Aroma von Pfirsich, Birne und Kirsche eine fruchtige Note. Das Dressing Puszta mit roten und grünen Paprikawürfeln, Zwiebeln und Mais gibt Salaten aus Fleisch-käsewürfeln oder gekochten Rind-fleischstreifen einen pikanten Kick.

Alle vier eignen sich auch als Dip oder Topping. www.avo.de



Wurst im Wiesn-Look

Passend zum Oktoberfest vom 20. September bis 5. Oktober 2014 können Fleischereien ihre Kunden mit entsprechenden Wurstspezialitäten in originellen Hüllen überraschen. Dazu bietet Texda Textildarm unterschiedliche kreative Varianten an. Als Pendant zur im vergangenen Jahr kreierten „Lederhose“ aus Baumwolle für Rohwurst gibt nun das passende „Wiesndirndl“. Die geschmückten Würste im Wiesn-Look eignen sich als Hingucker für die Theke und ziehen die Blicke auf sich. www.wursthullen-shop.de



Kompaktes Hygienecenter

Neu im Programm an hygienetechnischen Lösungen von Bastra ist das kompakte und sofort anschlussfertige Hygienecenter HC-1, mit dessen Komponenten sich grundlegende Hygieneanforderungen im Fleischerhandwerk erfüllen lassen. Das integrierte Reinigungsgerät sorgt mit rotierenden Bürsten sowohl für saubere Schuhsohlen als auch Sohlenränder. Die Bedienung erfolgt über einen Sensor im seitlich angebrachten Haltegriff, der dem Benutzer zudem Standsicherheit gibt. An der Rückwand befinden sich zwei abschließbare Spender für Flüssigseife und Desinfektionsmittel, ein Spender für bis zu 500 Faltpapierhandtücher sowie ein Handwaschbecken, dessen Auslauf durch einen Sensor in der Rückwand gesteuert wird.

www.bastra.de



Wiegen, drucken und beraten

Die PC-basierten Waagen der XC-Familie von Bizerba folgen dem Weg der offenen Systeme und vereinen alle relevanten Funktionen in einem kompakten Design – vom Wiegen und Kassieren über das Werben und Drucken bis zum Beraten. Die X-Class lässt sich nahtlos in eine Software-Landschaft integrieren. Funktionen für Bestellabwicklung oder Kundenansprache sind leicht an spezifische Anforderungen anzupassen und gemäß des jeweiligen Corporate Designs zu gestalten. Die Anwender profitieren von Investitionssicherheit. Eine intelligente Nutzung des Stand-by-Modus senkt nachts den Strombedarf. www.bizerba.com



Partyservice- und Catering-Artikel aus Bagasse

Die Aspekte Funktion, Design und Nachhaltigkeit kennzeichnen die Serie Amuse-bouche® aus Bagasse im Bereich Meal Service von Duni. Der Rohstoff wird aus Restfasern von Zuckerrohr gewonnen, die bei der Herstellung von Rohrzucker bzw. dessen Saftes übrig bleiben. Die robusten Teller und Schalen eignen sich für kalte und warme Speisen und lassen sich mit den Amuse-bouche-Gefäßen der Serie kombinieren. In verschiedenen Formen und Größen mit den Namen Piatto, Folio oder Cupolo bietet das umweltfreundliche Konzept mit seinen organischen Formen eine Auswahl, die das Catering optisch aufwertet und die Umwelt nicht belastet. Nach dem Gebrauch können die Produkte auf den Kompost entsorgt werden. Dort zersetzen sich innerhalb von acht Wochen restlos. www.duni.com





Nachhaltig unterwegs

Seit über 35 Jahren vertreibt Papstar Produkte aus nachwachsenden Rohstoffen. Ein Beispiel dafür ist die Produktlinie „pure“, für deren Herstellung Mais, Holz und Zuckerrohr verwendet wird. Aus Maisstärke entsteht z. B. der Bio-Kunststoff PLA, aus dem Trinkbecher und -halme oder Gabeln, Messer und Löffel hergestellt werden. Neben Einmaltellern und -schalen sowie Trinkbechern umfasst das Sortiment weitere to-go-Verpackungen wie verschließbare Snackbecher oder die Currywurst-Schale aus Frischfaserkarton. www.papstar.de

In einem Gerät

Messer Nassschleifen und abziehen in einem Gerät ermöglicht die Kombischleifmaschine K20 von GS Schleiftechnik, die auf der Süffa 2014 Premiere feiert. Sie enthält auf Kundenwunsch 230-V-

Wechselstrom- statt 400-V-Drehstrom-Motoren. Die Folge sind ein idealer Drehmomentverlauf bei gleichzeitiger Motorkühlung. Die Maschine wird beim Polieren nicht langsamer. Feinstaub, wie er beim Trockenschleifen auftritt, verhindert eine Nassschleifscheibe in Verbindung mit einer 250 mm-Baumwoll-Polierscheibe mit Abdeckung und Schmutzfang. Dem Problem des Wasserablassens wirkt ein eingebauter Industrie-Ablaufhahn entgegen. Für das Handwerk gibt es zudem eine Zusatzlösung für Kutmesserschleifen bis zu einer Größe von ca. 100-l-Kuttern. www.gs-de.eu



Semmelbrösel für eilige Kunden

Damit Kunden Semmelbrösel für panierte Fleischspezialitäten und weitere Einsatzbereiche auch im Fleischereifachgeschäft kaufen können, hat die Zentrag ihr Sortiment um „Semmelbrösel aus ofenfrischem Weißbrot“ ergänzt. Diese sind aus locker gebackenem frischen Weißbrot hergestellt und in der Verpackungsgröße von 200 g erhältlich. Ein Karton enthält zehn Packungen davon. Der Klassiker ist neben dem Binden von Saucen oder für Suppen und Gemüse auch zum Ummanteln von Zwetschgen- und Marillenknödeln einsetzbar. www.zentrag.de

Frische unterwegs

Neu im Sortiment von thermohäuser sind zwei Boxen zum Transport bzw. das Lagern von Speisen und Getränken.

Mit ihrem Zweikammersystem eignet sich die CluBox (1,7 kg) für den Kalt- und/oder Warmtransport (von -40° bis +120°C). Der Temperaturverlust beträgt etwa 1 bis 2°C pro Stunde. Ergonomische Griffmulden erleichtern das Handling. Die etwa 250 g leicht Bierfass-Box fasst alle gängigen 5-l-Partyfässchen und ist ohne Strom-

anschluss ein praktischer Begleiter für Outdoor-Veranstaltungen. Sie ist leicht in der Spülmaschine zu reinigen und so dauerhaft verwendbar. www.thermohäuser.de



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 info@kerres-group.de



Hohe Schnittgenauigkeit

Seit 65 Jahren bietet Paul Kolbe/ Kolbe Foodtec Sägen, Fleischwölfe und Portionierlinien für Anwendungen in Handwerk, Industrie und Einzelhandel und ist bestrebt seine Maschinen auf höchstem Niveau zu verbessern. Mit dem neuen Bandführungssystem ist dem Unternehmen nach eigenen Angaben der Sprung zur perfekten Bandsäge gelungen. Hochwertiges Material schützt das Sägeband und führt es exakt. Sägestaub wird reduziert und minimiert so den Verschleiß der Bänder. Das Ergebnis ist eine hohe Schnittgenauigkeit- und haltigkeit. Zudem erleichtert der seitlich abschwenkbare Schiebetisch das Reinigen. www.kolbe-foodtec.de



Gehen Sie auf Nummer sicher!

KORIMAT KA 160

Kessel und Autoklav

- Konserven sterilisieren
- Vakuum-Dämpfen
- Rohwurstreifen
- Druckgaren im Dampf
- Schnellkochen von Suppen

- Mikroprozessor-Steuerung mit Programmspeicher
- Datenrecorder zum Aufzeichnen von Sterilisationsprotokollen
- von 120 bis 5000 Liter Fassungsvermögen



KA 160 (120 Liter)
CE geprüft
TÜV Geprüfte Qualität, nach Druckgeräterichtlinie 97/23/EG



35708 Haiger · Tel: 0 27 74 / 92 39 93
Fax: 0 27 74 / 92 30 1 91 · info@korimat.de
www.korimat.de: Gebrauchtmaschinen
Vertriebspartner · Seminar-/Messetermine

GESUCHT & GEFUNDEN

Arbeits- und Einwegschutzkleidung, Food- und Berufskleidung

HELE
Hygiene-, Arbeitsschutzkleidung und mehr...



Gesamtkatalog gratis anfordern!

HELE GmbH
Gutenbergstr. 16 · 91560 Heilsbronn · Tel. 09872 / 971-0
info@hele.de · www.hele.de

Aufschnittmaschinen

Seit 1919
SCHARFEN

Aufschnittmaschinen
Tischkutter
Fleischwölfe
Tumbler
Alle Maschinen
in 



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

Autoklaven

ASCA

ASCA AUTOKLAVEN



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

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

KORIMAT

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



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

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.

boyers backservice
www.boyersbackservice.de

UNIFILLER-SYSTEME
SPRÜH-SYSTEME
BACKTRENNMITTEL

Darmaufziehgeräte

DA-TURBOFIX®
Steinmetz

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

Dosenöffner

Weisser Maschinenbau und Großküchentechnik
Tel: 07841-680190

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

REZEPTE | FORUM | NEUHEITEN
immer ein Genuss!
KAESEWEB.DE

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

KÜTTER · 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

REX
FLEISCHEREIMASCHINEN

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

Fußbodensanierung

KEUTE
KUNSTHARZ-FUSSBODEN GMBH

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

Gebrauchtmaschinen

TICHY TRADING
FOOD PROCESSING MACHINES

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

Geräteausstattung

www.superverkauft.de

Gewürze

HAGESÜD

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 **ICL**

Gewürze



VAN HEES
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



VAN HEES
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



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

www.walter-geraetebau.de

WALTER Gerätebau GmbH

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



gastroinfo
portal
www.gastroinfoportal.de

Klima- und Rauchanlagen



info@autotherm.de
AUTOTHERM
Klima- und Räuchertechnik

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

Kochkammern und -schränke



info@autotherm.de
AUTOTHERM
Klima- und Räuchertechnik

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

Kühlfahrzeuge



HEIFO Kühltransporter
Alles aus einer Hand.
Hochwertige Isolierungen und Kühlanlagen für:
alle Fahrzeughersteller • jedes Modell/Größe
jede Branche • individuelle Anforderungen

Tel. 0541 5843-189
heifo-kuehltransporter.de



Kühl-/Tiefkühlzellen

Kühlzellen, Tiefkühlzellen und Kühlaggregate



VISSMANN

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

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



- Kühl-Tiefkühlzellen
- 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

Kutmesser



Messer-Hersteller

Eingetragenes Warenzeichen seit 1950
COLUMBUS

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.F. Fuchs seit 1830
...wenn es auf Messers Schneide ankommt

Kunstärme



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

Eilige Anzeigen

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

Kunststoffverkleidung



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

Ladengestaltung

promedia thekenTV

Das digitale Kunden-Informationssystem für die moderne Fleischerei



Moderne Info-Displays

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

www.promedia-thekenTV.de



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



World Vision
Zukunft für Kinder!

WORLDVISION.DE

Messer für Lebensmittelverarbeitungs-
maschinen



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

Kutmesser | Abschnidmesser | Schweinestammmesser
Gattermesser | Entschwartzungsklingen | Gefriergutschneider
Slicermesser | Kreismesser | Steakermesser | Injektornadeln
Schneidwerkzeuge für Großwölfe | Messer mit Verzahnungen

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

www.FleischNet.de

Pökel- und Massiertechnik

Suhner
food processing equipment

Suhner AG Bremgarten
Fischbacherstrasse 1
CH-5620 Bremgarten

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

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

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

Spülmaschinen

Mit dieser Technik spült die Welt

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

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

Unvergessen bleibt ...



ein Lied,
eine Feier,
eine gute Tat.

So auch eine Spendenaktion für die Alzheimer-Forschung auf Ihrer nächsten Feier. Infos unter:
0800/200 400 1

Alzheimer Forschung
Initiative e.V.
Kreuzstr. 34 · 40210 Düsseldorf
www.alzheimer-forschung.de

Vakuumverpackung

lava Professionelle Vakuumeräte
VAKUUMVERPACKUNG

Produkte jeder Größe vakuumieren & bis zu 3 Schweißnähte möglich

Sonderaktion online!

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

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

VC999
VERPACKUNGSSYSTEME

Kammer-, Schalensiegel-, Tiefziehmaschinen, Verpackungsmaterial

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

Eilige Anzeigen

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

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 21 03 46,
D-80673 München
Hausadresse:
Ridlerstraße 37,
D-80339 München
Telefon:
Telefax:
Internet:
E-Mail:

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 (089) 370 60-110
(verantwortlich)
Gerhild Burchardt -205
Rosi Höger -210
Gabriele Leyhe -225
Rocco Mischok -220
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

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, Ridlerstraße 37, D-80339 München

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

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

Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Gewähr. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht immer die Meinung der Redaktion wieder. Nachdruck und Übersetzung veröffentlichter Beiträge dürfen, auch auszugs-

weise, nur mit vorheriger Genehmigung des Verlages erfolgen. Im Falle von 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 21 03 46
80673 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 21 03 46, 80673 München

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

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

Als Begrüßungsgeschenk wähle ich

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

Firma

Name

Vorname

Straße, Nr.

PLZ, Ort

Telefon, Fax

E-Mail

Datum, Unterschrift

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

- Ich begleiche mein Abo
nach Rechnungseingang.
 Bitte buchen Sie den Jahres-Abo-Preis
von 80 € bzw. 95 € von meinem Konto ab:

Bankinstitut

IBAN

Kontoinhaber

Datum, Unterschrift

Léa Linster
Restaurant Léa Linster
Frisange, Luxemburg

„Ich unterstütze das **DNSV** und bitte herzlichst darum, die Kinder mit gutem und leckerem Essen glücklich zu machen, damit sie ihre Kindheit und ihre Ausbildung genießen und echte Freude am Dazulernen haben.“

Foto: Léa Linster



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

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

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

