

FH FLEISCHER-HANDWERK

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



SÜFFA 2014

Mit Kompetenz
überzeugen

ENERGIEMANAGEMENT

Metzgerei Egeler, Ammerbuch

FOOD

Achtung Allergene

HOMANN

Foodservice

DU BIST KREATIV – HOL DIR DEN SNACK STAR 2014!

Jetzt mitmachen
und tolle
Preise gewinnen!



- ✓ Gesucht werden moderne Snack-Ideen, zubereitet mit HOMANN Foodservice Produkten.
- ✓ Mitmachen können Nachwuchskräfte als Einzelpersonen oder in Zweiertteams, die sich in der Ausbildung befinden oder nach der Schulzeit max. 10 Jahre im Fleischerhandwerk tätig sind.
- ✓ Alle Infos, Bewerbungsunterlagen und Preise unter www.homann.de/foodservice/snackstar
- ✓ Einsendeschluss ist der 26.09.2014.

Fragen und Soforthilfe:
snackstar@homann.de



SNACK STAR 2014



Die Aktion für den Fleischernachwuchs – mit freundlicher Unterstützung



FH

FLEISCHER-HANDWERK

BEKENNTNIS ZUR REGION



Marco Theimer
Chefredakteur

Fuldaer Schwartenmagen, Münchner Weißwurst, Holsteiner Sauerfleisch oder Thüringer Bratwurst – Deutschland ist bekannt für diese traditionell gewachsenen Fleisch- und Wurstwaren, und es gibt noch viele mehr. Sicherlich nicht bekannt ist die kulinarische Landschaft unseres Landes für gleichförmige und geschmacklich identische Massenware aus der industriellen Fleischproduktion. Wer zum Metzger seines Vertrauens geht, bekommt gerne Auskunft über die enthaltenen Zutaten. Schwappt mal wieder ein Fleischskandal in die Öffentlichkeit, üben sich großindustrielle Betriebe gekonnt in Verschleierungstaktik und warten bis sich der Sturm wieder gelegt hat.

Eben jene Betriebe sind es, die dem Handwerk oft das Leben schwer machen – egal ob es um die Billigware geht, die an Discounter & Co. geliefert wird, oder die Schließung regionaler Schlachthöfe. Erst jüngst wurde bekannt, dass Europas größter Fleischkonzern Vion in Bayern gleichzeitig in Schlachthöfe investiert und andere Standorte schließen will. Profitieren sollen z. B. Landshut und Waldkraiburg, auf der Abschlusliste stehen der in einer viehreichen Region gelegene Schlachthof in Straubing sowie der in Pfarrkirchen. Mit Transparenz und regionaler Verantwortung hat das alles nichts zu tun. Es geht leider wieder einmal nur ums Geld! Ohne Schlachthof keine regionale Qualität und

Vielfalt vom Fleischer – das ist die Folge. Dabei fordern immer mehr Verbraucher diesen geschmacklichen Reichtum und ein Bekenntnis zu Regionalität. Der Wunsch nach Transparenz war noch nie größer als heute. Und deshalb sind die Perspektiven für das lokale Ernährungshandwerk im Kern besser, als dies von den Massenmedien oft dargestellt wird. Dafür braucht es aber mutige Fleischer, die einen Schlachthof notfalls in Eigenregie weiterbetreiben, oder finanzkräftige Investoren, die sich für die regionale Sache einsetzen. Beides ist möglich, denn auch regional ansässige Banker lassen sich gerne lieber regional Erzeugtes schmecken, als EU-genormte Fleischwaren aus der Fabrik.

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 5/14

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



DEUTSCHLANDS
BELIEBTESTE
FLEISCHER



BRANCHENBLICK:

Aktuelles aus der Branche 4

AUS- UND WEITERBILDUNG:

Blätter zur Berufskunde 13
Interview: Sven Tholius 56

IM PORTRÄT:

Deutschlands beliebteste Fleischer.. 16

FOOD & THEKE:

Homann Snack Star 2014..... 15
Achtung Allergene 18
Genussregion Österreich..... 32
Kennzeichnung anpassen 54

SÜFFA 2014:

Mit Kompetenz überzeugen..... 20

FIRMENPORTRAIT:

Vemag: Lösungen aus Leidenschaft.. 28

NEU – AUS DER PRAXIS:

Landmetzgerei Jais, Olching 31
Metzgerei Häfele, Winnenden 46

PRODUKTION:

Hightech für die Wurstküche..... 42
Welche Hülle für welche Wurst? 50

MANAGEMENT:

Grüner Strom und schwarze Zahlen 58

RUBRIKEN:

Neu auf dem Markt 60
Gesucht & Gefunden..... 62
Impressum..... 64

FLEISCHER MIT ERFOLG

Landsberg am Lech:
Partner der Region
Michael Moser 16

Sonthofen:
Ein Convenience-Pionier
Thomas Lang..... 34

Thiersee/A:
Große Handwerkskunst
Anton Juffinger 36

Berlin:
Der Blutwursttritter
Marcus Benser 38

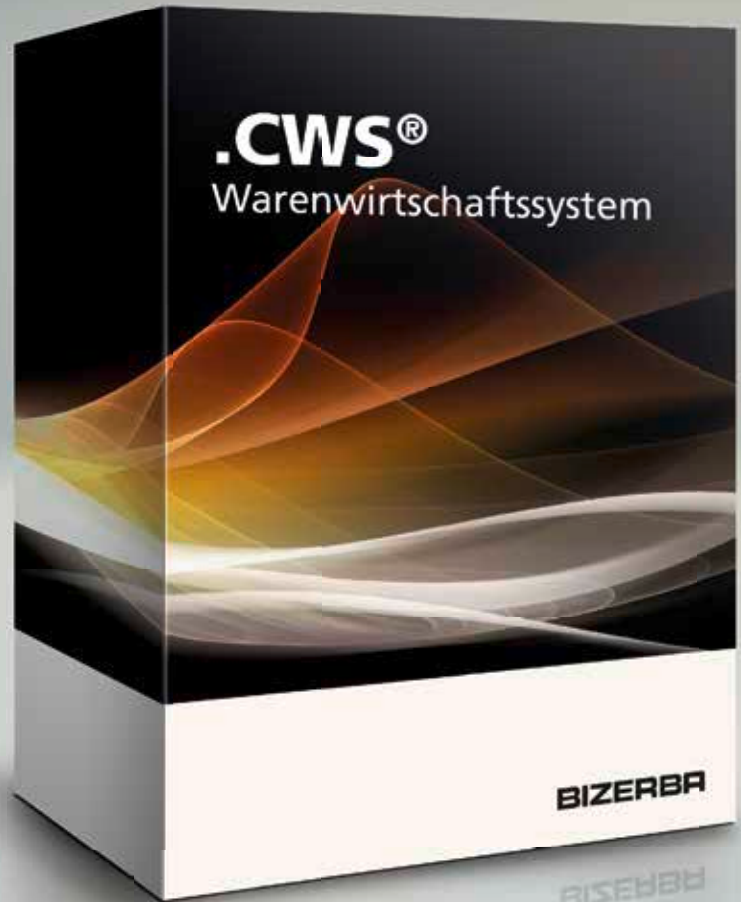
Erkelenz-Lövenich:
Der Leberwurst-Experte
Karl-Heinz Esser..... 40

Titelbild: In der schwäbischen Metzgerei Egeler in Ammerbuch ist nicht nur die Nachfolge geregelt, auch ökologisch ist man dort topfit. Foto: Metzgerei & Partyservice Egeler

Beilagenhinweis: Dieser Auflage liegen Beilagen der Moguntia-Werke, Mainz, sowie Düker-Rex Fleischereimaschinen, Laufach, und eine Gewinnspiel-Postkarte von B&L NewMedia, Hilden, bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.

MEHR

KLARHEIT



Bizerba Interactive

So macht's eine „richtige“ Metzgerei

Der Schutz von Gesundheit, der Schutz vor Täuschung und eine sachgerechte Produktinformation – das dürfen Ihre Kunden in „ihrer Metzgerei“ erwarten. Sie im Fleischerhandwerk als traditionsreicher Partner von Landwirtschaft und Verbrauchern sowie als transparenter Bewahrer regionaler Kreisläufe helfen dabei, diese Tendenz zu verstärken. Und: Wir von Bizerba natürlich auch.



Weitere Informationen

Hohe Leistung und eine breite Palette von Lösungen und Ausstattungsvarianten.



LMIV – wir sind bereit
Wir von Bizerba wissen um unsere Verantwortung. Überzeugen Sie sich doch einfach selbst im Rahmen der **SÜFFA: Halle 6, Stand E10**



Metzger-Innung Straubing-Deggendorf **Sinnvolle Fusion**

Die Metzgerinnungen Straubing und Deggendorf fusionierten zur neuen Metzger-Innung Straubing-Deggendorf mit 74 Mitgliedern. Der bisherige Deggendorfer Obermeister Franz-Xaver Kremhöller (l.) hatte das Amt 34 Jahre inne und ist nun erster Ehrenobermeister der neuen Innung. Neuer Obermeister ist der bisherige Obermeister der Metzger-Innung Straubing, Thomas Krinner (r.). Seine Stellvertreter sind Stefan Zankl (Saulburg) und Beate Müller (Aholming). Dem Vorstand gehören zudem Franz Hiendlmayer, Rudolf Heindl, Alfons Jungmayer, Lothar Kammerl, Max Wimberger, Franz-Xaver Fischer sowie Robert Santl an. Das neue Innungsgebiet umfasst die Stadt Straubing, den Landkreis Straubing-Bogen, den ehemaligen Landkreis Landau, den Landkreis Deggendorf sowie den Altlandkreis Viechtach. Thomas Krinner wies seine Kollegen auf das Leistungsspektrum der Innung und des Fleischerverbandes hin und wünschte sich, dass die vielen Vorteile einer Innungsmitgliedschaft genutzt werden. www.khs-donauwald.de

Franz Hiendlmayer, Rudolf Heindl, Alfons Jungmayer, Lothar Kammerl, Max Wimberger, Franz-Xaver Fischer sowie Robert Santl an. Das neue Innungsgebiet umfasst die Stadt Straubing, den Landkreis Straubing-Bogen, den ehemaligen Landkreis Landau, den Landkreis Deggendorf sowie den Altlandkreis Viechtach. Thomas Krinner wies seine Kollegen auf das Leistungsspektrum der Innung und des Fleischerverbandes hin und wünschte sich, dass die vielen Vorteile einer Innungsmitgliedschaft genutzt werden. www.khs-donauwald.de

Marketing Handwerk **Erfolgsgeschichten gesucht**

Die Aktion „Unser Tag 2014“ sucht noch bis zum 31. Oktober Handwerksbetriebe, die in diesem Jahr mit einem Firmenjubiläum oder der Übergabe an die nächste Generation besondere Momente in der Unternehmensgeschichte feiern. Initiatoren sind die Marketing Handwerk GmbH und Mewa Textil Service. Handwerksbetriebe können sich mit ihrer Erfolgsgeschichte im Internet unter www.unser-tag-2014.de anmelden. Diese werden professionell aufbereitet und auf der Aktionsseite präsentiert. Insgesamt werden Geldpreise im Gesamtwert von 15.000 € verlost. www.unser-tag-2014.de

MARKENSCHAUFENSTER

KRAMER
LADENBAU
KÜHLRAUMBAU
www.kramer-freiburg.com

Evenord eG **Jährliche Fachmesse**



Am 11. und 12. Oktober 2014 lädt die Evenord zur jährlichen Fachmesse ins Nürnberger Messezentrum ein. Dort werden rund 170 Aussteller dem Fachpublikum ein breites Sortiment bieten und aktuelle Fragestellungen der Interessenten

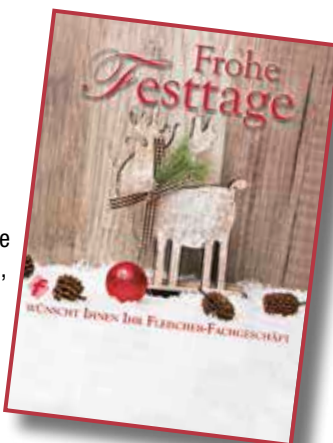
beantworten. Natürlich bietet die Evenord wieder eine Vielzahl an „Messeschlagern“ zu Preisen, die nur während der beiden Messetage gelten. Die Öffnungszeiten sind Samstag, 11. Oktober 2014, von 14 bis 20 Uhr, und am Sonntag, 12. Oktober 2014, von 9 bis 18 Uhr in der Halle 3 des Nürnberger Messezentrums. Der Eintritt ist für Fachbesucher mit Eintrittskarten frei. Karten sind über die Niederlassungen der Evenord, den Außendienst oder über die Zentrale in Nürnberg unter Tel. (0911) 926 19 40 zu beziehen. www.evenord.de



BARTHAU Kühlhänger
KÄLTE WÄRME
PU 80 mm 0,235 W/(m²K)
KÜHLRAUM
CATERING TRANSPORT
BARTHAU ANHÄNGERBAU GMBH
D-74547 Untermünkheim-Brachbach
Tel. +49 (0) 79 44 63-0 · Fax +49 (0) 79 44 63-30
info@barthau.de · www.barthau.de

B&L MedienGesellschaft **Werbeaktion für die Festtage**

„Frohe Festtage 2014“ ist ein Gemeinschaftsprojekt der B&L MedienGesellschaft, des Deutschen Fleischer-Verbands sowie der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Fleischerhandwerks und ist für den Einsatz in f-Marken-Fleischereien konzipiert. Die multimedial angelegte Aktion, bestehend aus Werbemitteln, digitalen Werbevorfagen und dem Kundenmagazin, lässt sich leicht im eigenen Geschäft umsetzen oder in bestehende Marketingplanungen einbinden. Erneut ist die kostenlose Nutzung der App FleischereiPilot und ihrer Funktionen fester Bestandteil des Konzeptes. Kernelement der Aktion ist das Kundenmagazin „Frohe Festtage“ mit Rezepten und weihnachtlichen Informationen, das an die Kunden verteilt werden kann. Die Hefte können mit Logos und Firmenadressen auf der Vorderseite und bei Bedarf mit eigenen Texten oder Angeboten auf der Rückseite individualisiert werden. Innungen können das Magazin auch im Rahmen einer



Innungsaktion einsetzen. Zudem erhalten bestellende Fleischereien aufmerksamkeitsstarke Plakate und Zahlsteller. Digitale Werbevorfagen, z. B. Handzettel, Internetbanner oder Anzeigenvorfagen, stehen ebenso zur Verfügung und können zum Teil mit eigenen Texten versehen werden. Die App FleischereiPilot ermöglicht es Push-Nachrichten für tagesaktuelle Festtagsangebote zu senden sowie Wochenangebote mit dem Newsletter-tool oder per E-Mail. Außerdem gibt es ein Aktions-Gewinnspiel.

Neu ist die Teilnahmemöglichkeit per Smartphone über die App. Das Gewinnspiel wird auf Wunsch ins FleischereiPilot-Profil der Fleischereien eingebunden. Verbraucher, die die App auf ihrem Smartphone installieren und das Profil des Fleischers besuchen, können dort online teilnehmen. Weitere Informationen gibt es unter Tel. (02103) 204-0, auf www.blmedien.de/frohefesttage sowie auf der **SÜFFA 2014: Halle 6, Stand C 11**.

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



HWK für München und Oberbayern

Georg Schlagbauer neuer Präsident

Mit großer Mehrheit wurde der bayrische LIM Georg Schlagbauer (m.) von der Vollversammlung zum neuen Präsidenten der Handwerkskammer für München und Oberbayern gewählt. Er folgt Heinrich Traublinger, MdL a. D., der das Amt 20 Jahre erfolgreich leitete. Einen Schwerpunkt seiner künftigen Arbeit sieht der Münchner Metzgermeister in der Verteidigung des Erhalts des Meistervorbehalts. Zudem will er sich verstärkt für die Nachwuchsgewinnung einsetzen und dafür kämpfen, dass der Wirtschaftsverkehr nicht weiter zurückgedrängt und belastet wird. Ferner macht er sich für eine nachhaltige und vorausschauende Gewerbeflächenpolitik stark.
www.hwk-muenchen.de

Fleischerverband Bayern Vieheinkauf im Griff

Keine Sorgen mit der Abrechnung beim Vieheinkauf gibt es mit den Viehabrechnungsblöcken des Fleischerverbandes Bayern. Ein Block ist 120 Seiten stark. Der Landesinventionsverband bietet diesen Service an, nachdem es sonst keine anderen Bezugsstellen mehr gibt. Die Benutzung eines solchen Blocks bietet bei der Dokumentation viele Vorteile. So werden der Kauf mit einer laufenden Nummer versehen sowie alle wichtigen Daten erfasst. Jede Viehabrechnung ist mit zwei Durchschlägen versehen, die farblich (grün und blau) getrennt abgelegt werden können. Bestellt werden können die Blöcke bei Angelika Willer, Tel. (0821) 5 68 61 17 oder per Mail: willer@fleischerverband-bayern.de
www.fleischerverband-bayern.de

Bell Metzger auf der Hühnerwiese

Eine Gruppe deutscher Fleischermeister besichtigte auf Einladung der Bell Foodgroup die Freilandhaltung von Mastgeflügel im Rahmen des Schweizer Programms „Coop Naturafarm“. Vermittelt hatte die fachliche Reise der Unternehmensberater Fritz Gempel. Naturafarm ist in der Schweiz zwischen der bäuerlichen Auslaufhaltung mit Außenklimabereich und der Biohaltung angesiedelt. Angesichts dieser Marktposition staunten die Fleischermeister aus Baden-Württemberg über die hohen Anforderungen: spezielle langsam wachsende Rassen, mindestens 56 Tage Mastdauer, max. 4.800 Hühner/ Stall und 18.000 Hühner/ Hof. Im mit Sitzstangen strukturierten Stall steht für je 15 Hühner 1 m² Platz zur Verfügung, zusätzlich ein Auslauf im „Wintergarten (gedeckter Außenklimabereich)“ sowie pro Huhn 2 m² Weidefläche im Freien. Dass dies eingehalten wird, wird durch fünf Kontrollen pro Jahr überprüft.



Mitten im Markt

Messe Stuttgart



Wir freuen uns schon riesig auf den Tag der Metzgerfrauen!

Ilse und Michaela Blum, Calw

Endlich gibt es einen Tag für uns Metzgerfrauen. Das gibt es nur auf der SÜFFA. Hier wird unsere Arbeit mit Themen, Vorträgen und Aktionen, die auf uns zugeschnitten sind, gewürdigt und unterstützt. Wir Frauen übernehmen genauso Verantwortung, das wird mit diesem Tag gefördert. Viele unserer Mitarbeiterinnen gehen mit zur SÜFFA, denn wir sind ein eingespieltes Team. Bei uns kann jede ihre Tipps einbringen. Das läuft ganz rund und harmonisch, wie ein Zahnrad. Die SÜFFA ist einfach ein Muss!

28.-30.09.2014

Messe Stuttgart | www.sueffa.de



Die Fachmesse für die Fleischbranche



Elf Metzgereifachverkäufer/innen und zwölf Fleischer aus den Landkreisen Freising, Erding, Dachau und Ebersberg feierten an der Staatlichen Berufsschule Freising ihren erfolgreichen Prüfungsabschluss.

ERFOLGREICHE NACHWUCHSKRÄFTE

Vor und nach der Feier der Gesellenprüfung präsentierten die frisch gebackenen Nachwuchskräfte des Fleischer-

handwerks ihre Prüfungsarbeiten. Die elf Metzger und eine Metzgerin stellten u. a. Würste und regionale Produkte wie Pasteten her,

bereiteten komplette Gerichte zu und richteten diese auf Tellern an. Je fünf Absolventen kamen aus den Landkreisen Freising und Erding, zwei aus dem Landkreis Dachau. Die neun Metzgereifachverkäuferinnen und zwei -verkäufer bewiesen ihr Talent in einem Beratungs- und Verkaufsgespräch, legten aufwendig dekorierte Schinkenplatten aus je 1 kg Rohware und bereiteten entweder eine Vorspeise oder ein Dessert für zehn Personen zu: Maria Geißler (m.) aus der Metzgerei Kleber aus Petershausen z. B. einen Glasnudelsalat mit Shrimps oder Elisabeth Eberle (r.) aus der Metzgerei Eberle in Karlsfeld einen Geflügelcocktail. Die fünf bzw. sechs Absolventen aus den Landkreisen Dachau und Erding zeigten zudem ihr Können bei der Zusammenstellung eines Geschenkcorbes mit Wurstwaren, bei einer Menüzusammenstellung im Rahmen eines Beratungsgesprächs und bei der Zubereitung eines Fleischgerichtes. Nach einer Tanzeinlage lobte die Schulleiterin Elfriede Moser die Absolventen für das Erreichte und bedankte sich für die finanzielle

Unterstützung bei den beteiligten Innungen. Zum Abschluss rief der Dachauer Kreishandwerksmeister Ulrich Dachs die erfolgreichen Nachwuchskräfte dazu auf, sich weiterzubilden und eventuell sogar den Schritt in die Selbständigkeit zu wagen: „Ein Handwerksmeister steht für Nachhaltigkeit und Vertrauen.“ Danach wurden die kulinarischen Prüfungsergebnisse verkostet, die Numerischen werden im September bekanntgegeben. *mth* www.berufsschule-freising.de

MARKENSCHAUFENSTER

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

Abschluss-Schüler 2014

Metzger/in:

Milutin Andjic, Hermann Eberle, Christoph Gies, Matthias Kaindl, Florian Kapser, Niklas Maier, Sebastian Nebel (Neuseeland), Philip Polak, Sarah Schamberger, Toni Waldhauser, Josef Weinsteiger, Bernhard Wimmer

Metzgereifachverkäufer/innen:

Donjeta Begu, Birgul Cinar, Elisabeth Eberle, Arjeta Gashi, Maria Geißler, Thomas Jira, Ulrike Kain, Besjana Redjepi, Daniela Seidlmayer (I.), Martina Sellmair, Mark Winetz

Fotos: Theimer



Fleischer-Innung Südl. Weinstraße

8. Pfälzer Saumagenwettbewerb

Am 5. November 2014 findet in Landau-Godramstein der 8. Internationale Pfälzer Saumagenwettbewerb statt, der das Image der kulinarischen Spezialität fördern soll. Daran teilnehmen können Fleischerfachbetriebe, Gastronomen oder Köche, die mit Können, Kreativität und Leidenschaft eine fachkundige Jury vom eigenen Saumagen überzeugen wollen. „Für einen nach allen Regeln der handwerklichen Kunst zubereiteten Saumagen ist nur das Beste als Zutat gut genug“, so Klaus Wolf, Ehrenobermeister der Fleischer-Innung Südliche Weinstraße – Landau – Germersheim. Der Saumagen ist kein Arme-Leute-Essen zur Resteverwertung, sondern ein Feinschmeckerprodukt, das mit viel Raffinesse zubereitet wird. Bei den Rezeptvarianten sind allein die Verwendung der Gewürze Majoran, Muskat und Pfeffer Standard. Die Prüfung und Bewertung der Saumagen am Wettbewerbstag zwischen 8:45 bis 12 Uhr erfolgt in Anlehnung an die Kriterien und Vorgaben der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft (DLG). Beurteilt werden Geschmack, Geruch, Aussehen der Schnittfläche, Farbe, Zusammensetzung, Verarbeitung, Schnittbarkeit und Konsistenz. Dabei gibt es die Kategorien „Original Pfälzer Saumagen (typisch/traditionell)“, „Pfälzer Saumagen mit Zutatenvariationen“ und „Saumagenfüllung in besonderer Form (Pastete, Terrine, Torte)“. Die Produkte können entweder per Post bis zum 31.10.2014 eingesandt oder bis 4. November 2014 am Dorfgemeinschaftshaus in Landau-Godramstein abgegeben werden. www.fleischer-suedpfalz.de

1. Bayerische Fleischerschule Landshut

Michael Santl verabschiedet

Mit einer Ehrenurkunde der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut und einem an die Tradition der „Landshuter Hochzeit“ erinnernden Buchskranzlerl verabschiedete Geschäftsführerin Barbara Zinkl den Dingolfinger Metzgermeister Michael Santl als Mitglied des Meisterprüfungsausschusses. Über 25 Jahre lang hat der amtierende Obermeister der Metzger-Innung Dingolfing dabei Fachwissen und Praxisnähe eingebracht und vor

kundiger Beobachter und Bewerter begleitet. Barbara Zinkl dankte dem Metzgermeister für seine Verbundenheit zur Schule, den Einsatz und die immer fair abgenommenen Prüfungen. Dieser versicherte, die Prüfungsarbeit sei ihm stets eine Ehre gewesen. www.fleischerschule-landshut.de



Fotos: Fleischer-Innung Südl. Weinstraße, Buchmann

Fachausstellung für
das Fleischerhandwerk

Messezentrum Nürnberg
11.–12. Oktober 2014



Vielfalt trifft Qualität.

Herbst 2014, der Top-Termin für Metzger, Fleischer, Gastronomen und alle, die auf gute Qualität setzen.

Hier erwarten Sie rund 180 Aussteller mit einer Vielfalt an neuen und bewährten Produkten aus den Bereichen Fleischereibedarf, Ladenbau und -einrichtungen, Verpackungen sowie Berufsbekleidung und vieles mehr.

Knüpfen Sie neue Kontakte oder treffen Sie bekannte Kollegen aus der Branche. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

Haben Sie Fragen?

Tel +49 (0)9 11.86 06-49 80
nuernbergmesse.de/evenord

Veranstalter Organisation und Durchführung



NÜRNBERG MESSE

Reinert

Die Gourmet-Saison ist eröffnet!

Verwöhnen Sie Ihre Kunden mit unseren Premium-Bestsellern **Chambelle Gourmet-Salami** und **Chambelle Gourmet-Lachs-schinken**. Unsere Spezialitäten, verfeinert mit original **französischem Camembert** und umhüllt von **aromatischem Edelschimmel**, garantieren Ihnen beste Umsätze.

Erfahren Sie mehr auf www.reinert.de.



Schweizer Käsevielfalt erleben

Schweizer Käse blickt auf eine einzigartige, fast 1.000-jährige Tradition zurück. Auch heute noch wird die große Vielfalt an Sorten nach überlieferten Rezepturen handwerklich gefertigt: aus tagesfrischer Schweizer Milch, die zur besten Europas gehört.

Die Käsermeister verzichten freiwillig auf Zusatzstoffe und Gentechnik, sodass jeder Laib ein reines Naturprodukt ist und selbst höchste Qualitätsansprüche von Käsegenießern erfüllt. Schweizer Käse ist seit Jahrzehnten nicht aus den Käsetheken wegzudenken und auch für Fleischereifachgeschäfte ein wichtiges Produkt. Die Präsenz von Schweizer Käse macht das Angebot vielseitiger, erhöht die Hochwertigkeit der Theke und ist eine Bereicherung für die Sortimentsvielfalt. Die bei deutschen Käseessern mit Abstand beliebtesten bzw. meistverkauften Sorten sind Appenzeller®, Schweizer Emmentaler AOP und Le Gruyère AOP (Nielsen, 1. Halbjahr 2014). Auch Sorten wie Tête de Moine AOP und AlpenTilsiter erfreuen sich großer Beliebtheit.



Ab September kurbelt Schweizer Käse den Absatz mit verschiedenen nationalen Thekenpromotionen an. Das **Schweizer Käsesortiment** verlost von September bis Dezember monatlichen Käse-

genuss. Unter den Konsumenten werden 80 Genießerpakete verlost, bestehend aus rund 2,5 kg Schweizer Käse und einem exklusiven Rezeptbuch. Das Thekenpersonal hat die Chance, zwölf Genießerpakete zu gewinnen.



Einzigartige Verkaufunterstützung bietet auch die Thekenpromotion von **Tête de Moine AOP**. Im Aktionszeitraum von September bis Oktober dreht sich an deutschen Käsetheken wieder alles um die aromati-

schen, weltweit einzigartigen Käserosetten. Die Konsumenten können himmlischen Genuss gewinnen: 111 Pirouette-Boxen mit je einem halben Laib Tête de Moine AOP und einem Schweizer Qualitäts-Drehmesser aus Kunststoff. Auch das Fachpersonal kann als Dankeschön für aktives Empfehlen 33 Pirouette-Boxen gewinnen. Dem Promotionspaket liegt zusätzlich ein Bestell-Fax bei. Damit können – solange der Vorrat reicht – bis zu 28 kostenlose Schweizer Qualitäts-Drehmesser aus Kunststoff geordert werden: als Gratis-Zugabe für die Kunden beim Kauf eines halben Laibes Tête de Moine AOP.



Schweizer Emmentaler AOP macht den Verbrauchern mit einer Theken-Rezeptaktion von Oktober bis November extra Appetit. Rezeptkarten mit drei neuen Rezeptideen aus der kalten und warmen Käseküche wecken bei den Konsumenten Lust aufs Kochen mit dem Schweizer Original und garantieren abwechslungsreiche Genuss-erlebnisse.



Die Gratis-Promotion-Pakete können kostenlos bei der Switzerland Cheese Marketing GmbH geordert werden (solange der Vorrat reicht). Telefonisch unter (08106) 89 87 0 oder per E-Mail an info@schweizerkaese.de.





Erfolg mit System.

www.tippertie.com

KDCM & KDCMA



- Modular und flexibel erweiterbar
- Effizient programmierbare Touchscreen-Steuerung (KDCMA)
- Variabler Kaliberbereich modellabhängig von 25–120mm
- Für Kunststoff-, Natur- und Faserdärme
- Robust, korrosionsfrei und komplett in Edelstahl-Ausführung



Besuchen Sie uns an der SUFFA
Halle 8, Stand 8B60

TIPPER TIE Inc.
2000 Lufkin Road
Apex, NC 27539 USA
Tel. +1 919 362 8811
Fax +1 919 362 4839
infoUS@tippertie.com

TIPPER TIE TECHNOPACK GmbH
Wilhelm-Bergner-Str. 9a
21509 Glinde/Deutschland
Tel. +49 40 72 77 04 0
Fax +49 40 72 77 04 100
infoDE@tippertie.com

TIPPER TIE ALPINA GmbH
Waldau 1
9230 Flawil/Schweiz
Tel. +41 71 388 63 63
Fax +41 71 388 63 00
infoCH@tippertie.com

TIPPER TIE™
SOLUTIONS THAT WORK. A DOVER COMPANY

Erfolg mit System.

www.tippertie.com

TTChop

- Hohe Produktivität
- Schnittgeschwindigkeiten bis 150 m/Sek.
- Einzigartiges Hygienekonzept
- Einsetzbar in der Brüh-, Roh- und Kochwurstproduktion
- Schüsselgrößen von 80–550 l
- Hydraulisches Messer-Schnellspannsystem
- Vakuum-, Koch- und Kühlausrüstung



Besuchen Sie uns
an der Süffa
Halle 8, Stand 8B60



TIPPER TIE Inc.
2000 Lufkin Road
Apex, NC 27539 USA
Tel. +1 919 362 8811
Fax +1 919 362 4839
infoUS@tippertie.com

TIPPER TIE TECHNOPACK GmbH
Wilhelm-Bergner-Str. 9a
21509 Glinde/Deutschland
Tel. +49 40 72 77 04 0
Fax +49 40 72 77 04 100
infoDE@tippertie.com

TIPPER TIE ALPINA GmbH
Waldau 1
9230 Flawil/Schweiz
Tel. +41 71 388 63 63
Fax +41 71 388 63 00
infoCH@tippertie.com

TIPPER TIE™
SOLUTIONS THAT WORK. A DOVER COMPANY



Schweinefleisch gilt für viele Kunden und Verkäufer als nichts Besonderes. Doch auch dieses kann man als hochwertiges Fleisch präsentieren, empfehlen und umsatzstark verkaufen.

EIN HOCH AUF SCHWEINEFLEISCH!

Wie gelingt es mehr Umsatz aus dem Schwein zu holen! Wie immer an der Bedientheke beginnt das „mehr Verkaufen“ auch beim Schweinefleisch mit „mehr wissen“. Zur Schweinefleischqualität zählen „harte“ Merkmale, die man sehen, fühlen, messen, riechen und schmecken kann und „weiche“, die etwa mit Tier- oder Naturschutz zu tun haben. Qualität ist letztlich immer, was der Kunde haben und bezahlen will. Wichtige Qualitätsmerkmale erkennt man z. B. durch die Beantwortung folgender Fragen. Beachten Sie dabei: Schritt 1 ist, dass Sie die Antworten auf alle diese Fragen wissen. Schritt 2 ist, dass Sie prüfen, welche Antworten sich für eine verkaufsfördernde Beratung an der Schweinefleischtheke eignen.

Herkunft der Ferkel: Da die Haltung von Mutterschweinen und die Ferkelerzeugung meist auf darauf spezialisierten Bauernhöfen erfolgen, sollten Sie wissen:

- Woher/ aus welcher Region kommen die Ferkel?
- Welche Rassen/ Kreuzungen haben die Ferkel?
- Werden die männlichen Ferkel mit Betäubung kastriert?
- Werden die Ringelschwänzchen kupiert?

Haltung der Schweine:

- Wo genau werden die Schweine gemästet?
- Wie lange ist die Mastdauer?
- Haben die Tiere mehr Platz als gesetzlich vorgeschrieben?
- Gibt es besondere vertragliche Leistungen des Schweinemästers im Bereich der Haltungsbedingungen, z. B. getrennte Bereiche zum Fressen, Koten und Schlafen?

Fütterung der Schweine:

- Woraus setzt sich das Futtermittel zusammen?
- Von welchen Pflanzen stammt das pflanzliche Eiweiß, das für die Mast besonders wichtig ist? Wird gentechnisch verändertes Soja verfüttert?
- Ist ein Teil des Futtermittels aus eigenem Anbau des Bauernhofes?

Schlachtung der Schweine:

- Welche besonderen Regeln gelten hinsichtlich Tiertransport und Tierschutz bis zur Schlachtung?
- Wer schlachtet? Sind es gelernte Metzger? Wo wird geschlachtet?
- Haben Sie sich selbst schon davon überzeugt, dass die Schlachtung für das Schwein schonend und für das Fleisch gut ist?

Qualitätsmerkmale von Schweinefleisch in der Theke: So sollte das „ideale“ Schweinefleisch für die Theke aussehen:

- fest und trocken; aber nicht leimig und klebrig (DFD-Fleisch). Unerwünscht ist blasses und schwabbelig-weiches PSE-Fleisch.

- **Marmorierung:** Wie beim Rind sind die feinen Fettfasern im Fleisch ein Qualitätsmerkmal und ein Zeichen für Zartheit.
- **Reifung:** Die Reifung beim Schweinefleisch dauert nur wenige Tage. Der Prozess ist aber ebenso wichtig, wie beim Rind. Schlachtfrisches Fleisch ist für Bratengerichte nicht geeignet.
- **Tipp:** Eine gute Schweinefleischqualität erkennt man auch daran, dass das Fleisch, selbst wenn es geschnitten ist, nicht aussaftet.

Handelsklassen für Schweine:

- Die Handelsklassen bei Schweinen heißen: S, E, U, R, O, P. Die Klasse S hat 60 % und mehr Muskelfleischanteil, die Klasse P weniger als 40 %. Bei Sauen heißt die Handelsklasse M und bei Ebern und Altschneidern V.
- Handelsklassen sind keine Qualitätsklassen. Oft hat sogar das Schweinefleisch mit der besten Handelsklasse ganz und gar nicht die Qualität, die man selbst und der Kunde erwartet.
- Handelsklassen kennzeichnen den Muskelfleischanteil in %, nicht aber die Qualität oder Zartheit dieses Fleisches.

Verwendungsmöglichkeiten: Diese Liste hilft bei der Erweiterung der Verwendungsmöglichkeiten:

- Filet ist immer knapp und teuer. Alternatives Teilstück: Hüfte
- Oberschale ergibt die schönsten Schnitzel. Alternative Teilstücke: Hüfte, Nuss, Unterschale
- Schweinerücken ist als Minutensteak beliebt. Alternativen dafür sind: Oberschale, Hüfte, Nuss
- Nackensteaks sind die beliebten Grillsteaks. Alternativ: Steaks aus der Schulter, Scheiben von der Schweinehaxe
- Unterschale mit Schwarte ist der klassische Krustenbraten. Alternativ gibt es diesen auch aus der Schulter.
- **Tipp:** Neue Zuschnitte und eine neue Feinzerlegung vom Schwein ergeben „Hingucker“ in der Theke, z. B. ein „Bauern-Kotelett“ (mit Speck und Schwarte, nur von mageren Schweinen möglich) oder „Tomahawk-Steaks“ (Schweinekotelett mit langem, vom Fleisch befreiten Stielknochen).

Präsentation, Information und Kennzeichnung: Auf der Basis eines sorgfältigen Fleischzuschnitts achten Sie in der Theke noch darauf:

- Aussaftendes Wasser auf den Präsentationsplatten immer abtupfen.
- Thekenpreisschilder dem Produkt zuordnen (Bedienkräfte müssen Teilstücke kennen, Kunden nicht!)
- Zu jedem Teilstück sollte man zwei Gerichte kennen, die daraus zubereitet werden können (und wissen, wie das geht). *Fritz Gempel*



**Einsendeschluss:
26.9.2014**

HOMANN SNACK STAR ■



▲ **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)



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

▶ **TONY'S TOAST** von Martina Weiser & Tony Weikelt, Beruff. Schulzentrum für Ernährung und Hauswirtschaft, Bautzen (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 und Kevin Frankreiter, Metzgerei Mülhausen, Ettlingen (2013)

Fotos: Homan Feinkost

Alle Rezepte der Sieger der Jahre 2011 bis 2013, Details und das Bewerbungsformular finden sich natürlich auch im dem Folder, der dieser Ausgabe beiliegt, oder im Internet unter www.homann.de/foodservice/snackstar. Einsendeschluss: 26. September 2014



Ein Video zum „Homann Snack Star 2013“ gibt es online unter: www.fleischnet.de/snackstar

DEUTSCHLANDS
BELIEBTESTE

FLEISCHER

Im Herbst feiert die Landsberger Metzgerei Moser ihr 60-jähriges Jubiläum. 1954 vom Großvater gegründet, führt Metzgermeister Michael Moser den Betrieb heute in dritter Generation und stellte mit Weitsicht früh die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft.



Partner der Region

Die Anzahl der Kunden, die täglich ins Stammgeschäft in der Landsberger Katharinenstraße, in die Filiale in der Fußgängerzone sowie in die 2010 eröffnete Filiale mit großer Tagesgastronomie und Küchenproduktion im Gewerbegebiet Am Penzinger Feld kommen, liegt im Schnitt bei 1.100 bis 1.200. „Die fein abgeschmeckte Mischung aus Bodenständigkeit und Probiertfreude, Tradition und Innovation, Fleischerhandwerk und Kochkunst ist vielleicht ein wenig das Geheimnis, warum Begegnungen mit uns und unseren Produkten so oft als Bereicherung erlebt werden“, erklärt Michael Moser. Dabei ist es sein Ziel, möglichst viele Kundengruppen jeden Alters anzusprechen und diese mit „Landsberger Schmankerln“ zu begeistern. So heißt auch die neu gestaltete Homepage – ein klares Bekenntnis zur Stadt

und der eigenen Region, in der die Metzgerfamilie verwurzelt ist, sowie den rund 60 Mitarbeitern. Viele Kunden kommen auch aus der Stadt heraus ins Gewerbegebiet gefahren, um die wöchentlich wechselnden, vor Ort frisch zubereiteten Mittagsgerichte zu genießen, die das achtköpfige Küchenteam zubereitet. Dafür stehen hier – direkt neben einem Aldi-Markt – allein innen 50 m² Gastrofläche sowie im Sommer ein großer, bestuhlter Außenbereich zur Verfügung. „Wir haben uns immer auf die Bedürfnisse des Marktes abgestimmt und für die Menschen in der Region agiert“, bringt es Michael Moser auf den Punkt.

AM PULS DER ZEIT

Dass dies keine Floskel ist, sondern gelebte Metzgerleidenschaft und Überzeugung, be-

legen auch die langjährigen Partnerschaften zu Landwirten aus der Region, der Erwerb des Metzgerschlachthofs 2002, die Spezialisierung auf hochwertige Fingerfoodkreationen für Cateringaufträge oder das Engagement im Bereich Schulverpflegung. Seit 2010 werden von der Metzgerei die Mensa und der Kiosk des Dominikus-Zimmermann-Gymnasiums sowie der benachbarten Realschule betrieben und zudem zwei Kindergärten mit warmen Speisen beliefert. „So gewinnt man Kunden für die Zukunft“, betont der vierfache Familienvater. Auch die über 300 Facebook-Fans freuen sich regelmäßig über News und Aktionen, z. B. wenn es neue Wurstsorten wie „Gurkelwurst“ oder die kleine Lammsalami „Mini Mäh“ gibt. Dort konnten die Kunden neben großen Plakaten in den Geschäften auch an einem 30-wöchigen Jubiläums-Gewinnspiel teilnehmen, bei dem jede Woche ein Bild einer Wurstspezialität mit einem bestimmten Buchstaben präsentiert wurde, die über die gesamte Dauer ein Lösungswort ergaben. Insgesamt bildete die Metzgerei seit ihrem Bestehen rund 100 Lehrlinge aus und handelte dabei manchmal auch etwas über Bedarf. Derzeit sind es neun Azubis, darunter ein Koch und ein Bürokaufmann. Michael Moser, der auch Obermeister der lokalen Innung ist, engagiert sich auch auf Ausbildungsbörsen. „Alles in allem lohnt sich das Engagement“, betont er und sieht sich für die Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft gut gerüstet. *mth*
www.landsberger-schmankerl.de





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



Metzgerei Rauschmann/Valbert Haan-Gruiten



Die Metzgerei Rauschmann/Valbert in Haan-Gruiten hat eine über 100-jährige Geschichte: 1905 in der Bahnstraße eröffnet, befindet sich die Fleischerei mit ihren 20 Mitarbeitern in der Produktion und im Verkauf bis heute dort. 1993 übernahm die Tochter des Hauses, **Doris Valbert** (r.), mit ihrem Ehemann, dem **Fleischermeister Manfred Valbert** (l.), das Geschäft und betreibt es seitdem mit großem Engagement und Liebe für den Beruf. Lange Tradition haben auch die eigene Schlachtung sowie die Wurstproduktion, die sich in den letzten Jahren gewandelt hat. So wird z. B. für die hauseigene Leberwurst mageres Fleisch verwendet, da das dem Kundenwunsch entspricht. Ein Alleinstellungsmerkmal der Metzgerei sei das Angebot von Auerochsenfleisch aus dem Neandertal. Neben den Produkten stehen, laut dem Metzgerpaar, aber auch in besonderem Maße der Service und der Mensch im Vordergrund. sar www.metzgerei-valbert.de

Fleischer-Fachgeschäft Krug Baunatal-Altenbauna

Im Fleischereifachgeschäft von **Fleischermeister Torsten Krug** (r.) und seiner Ehefrau Manuela gibt es sie natürlich auch: die „Ahle Wurscht“, jene bundesweit bekannte hessische Roh- und Dauerwurstspezialität aus dieser Region. Diese und viele andere Spezialitäten werden noch nach „Großvater“ Johannes Rezepten hergestellt, der die Fleischerei 1928 gründete, bevor sie sein Sohn Kurt (1960) und sein Enkel Torsten (2000) übernahm. Zweimal pro Woche werden in den eigenen Produktionsräumen Schweine und Rinder geschlachtet, die ausschließlich von Landwirten aus der Region stammen und für deren Aufzucht keinerlei Antibiotika, Wachstumsförderer oder Tiermehl verwendet werden. Die Fleischerei ist zudem für ihr Angebot an Wildfleisch bekannt. Auch diese Tiere wachsen in heimischen Wäldern auf. Zudem gibt es im Geschäft Käsespezialitäten und Kikok-Geflügel aus dem nahen Paderborner Land. mth www.fleischerei-krug.de

Fotos: Hercht, Theimer



Gestern wie heute:
Qualität und Service
aus einer Hand.

Der Profiausrüster für die Fleisch- und Lebensmittelbranche

Ehlert
PROFI-GEWÜRZE

Für den guten Geschmack und das perfekte Aussehen Ihrer Produkte: Rohgewürze, Salze, Zusatzstoffe und Aromen bis hin zu Ihrer individuellen Mischung aus unserer eigenen Gewürzproduktion.

90 JAHRE
MIT SYSTEM
ZUM GENUSS
1924-2014

Ehlert



www.ehlert-gmbh.de

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



Die Umsetzung der Lebensmittelinformationsverordnung stellt auch Fleischereien vor große Herausforderungen, da die Kennzeichnung von Allergenen auch bei offenen Speisen verbindlich wird.

Ab Dezember gilt die EU-Verordnung Nr. 1189/2011 zur Allergen Kennzeichnung auch für alle bisher ausgelassenen Bereiche. Der Stichtag ist der 13.12.2014, ab dem die Kennzeichnung auch bei loser Ware verpflichtend wird. Bei verpackten Lebensmitteln müssen Zutaten, die oft Allergien oder andere Lebensmittelunverträglichkeiten auslösen, bereits seit 2005 besonders ausgewiesen werden. Diese Hauptallergene („allergene Vierzehn“), die von der europäischen Lebensmittelkommission festgelegt wurden, lösen etwa 90 % aller Nahrungsmittelunverträglichkeiten aus und müssen künftig gekennzeichnet sein. Diese Kennzeichnungsvorschrift gilt zwar in allen EU-Ländern, dennoch können die einzelnen EU-Mitgliedstaaten selbst bestimmen, wie

die Kennzeichnung erfolgen muss. Wichtig ist, dass die Kennzeichnung richtig, eindeutig, übersichtlich und gut verständlich gestaltet ist. In Deutschland wird die entsprechende Durchführungsbestimmung für den Herbst 2014 erwartet. Wichtig dabei ist es, die darunter verwendeten Zutaten zu kennen und aufgelistet zu haben. Die tatsächliche Kennzeichnung folgt dann im, je nach Anforderung durch den Gesetzgeber, weiteren Schritt. Das sind die Anforderungen:

- Kenntlichmachung bei **loser Ware**, die Zutaten mit allergener oder Unverträglichkeiten auslösender Wirkung enthalten
- Zusätzliche besondere Hervorhebung bei **verpackter Ware**, die Zutaten mit allergener oder Unverträglichkeiten auslösender Wirkung enthalten

VIER-STUFEN-METHODE

Das Hygiene-Netzwerk, ein Zusammenschluss von Unternehmen aus den Bereichen Hygiene, Schädlingsbekämpfung, Beratung, Dienstleistung und Zulieferindustrie, bietet eine kostenlose Unterstützung bei Fragen zur Allergen Kennzeichnung. Es empfiehlt folgenden Ablauf nach der Vier-Stufen-Methode zur Allergen Kennzeichnung:

1. Bestandsaufnahme Allergene/ Kennzeichnungspflichtige Stoffe

Alle Lebensmittel und Zutaten, die im Betrieb Verwendung finden, müssen rezeptiert und festgehalten werden. Der wichtigste Schritt ist es, die entsprechenden Zutaten so zu erfassen, dass sie im nächsten Schritt über eine Software möglichst einfach ausgewertet wer-

KOMPETENZ AUF HÖCHSTEM NIVEAU

Die 14 kennzeichnungspflichtigen Allergene

- glutenhaltige Getreide (d. h. Weizen, Roggen, Gerste, Hafer, Dinkel, Kamut) sowie daraus hergestellte Erzeugnisse
- Krebstiere und Krebstiererzeugnisse
- Eier und Eiererzeugnisse
- Fisch und Fischerzeugnisse
- Erdnüsse und Erdnusserzeugnisse
- Soja und Sojaerzeugnisse
- Milch und Milcherzeugnisse (einschließlich Laktose)
- Schwefeldioxid und Sulfite in einer Konzentration von mehr als 10 mg/kg oder 10 mg/l
- Schalenfrüchte (d. h. Mandeln, Haselnuss, Walnuss, Cashew-Nuss, Pecannuss, Paranuss, Pistazien, Macadamianuss, Queenslandnuss) sowie daraus hergestellte Erzeugnisse
- Sellerie und Sellerie-Erzeugnisse
- Senf und Senf-Erzeugnisse
- Sesamsamen und Sesamsamen-Erzeugnisse
- Süßlupinen und Lupinen-Erzeugnisse
- Mollusken (Weichtiere wie Schnecken, Muscheln, Tintenfische) sowie Erzeugnisse daraus

den können. Dazu bieten sich etwa Rezeptur-Erfassungsbögen an, die zeigen, welche Angaben bei welchem Produkt nötig sind. Im Rahmen der Sorgfaltspflicht müssen Betriebe Maßnahmen ergreifen, um Kreuzkontakte, d. h. eine unbeabsichtigte Verunreinigung mit Allergenen, zu vermeiden. Dazu zählen neben der sorgfältigen Reinigung von Arbeitsflächen, Geräten und Händen auch das Wechseln von Brat- bzw. Frittierfett. Konkrete Hinweise dazu sollten in die Rezeptdatenblätter aufgenommen werden.

2. Definition des Rohstoffeinkaufs

Die genaue Definition des Rohstoffeinkaufs definiert, welche Zutat unter welcher Bezeichnung und Artikel-Nr. bei welchem Händler besorgt wird. Zu diesen Produkten wird eine Produktspezifikation benötigt, welche die genaue Zusammensetzung klärt. Diese sollte digital vorliegen sowie einlesbar sein. Bei verpackten Lebensmitteln geben die jeweiligen Zutatenlisten Auskunft über die Inhaltsstoffe. Bei loser Ware, z. B. Wurstwaren aus der Metzgerei, müssen die Produktspezifikationen abgefragt werden. Dazu gilt es, den Lieferanten aufzufordern, dass Rezepturänderungen bei den gelieferten Produkten automatisch mitgeteilt werden.

3. Wahl der Software

Im nächsten Schritt empfiehlt sich eine Software, die vollautomatisch alle Mengen und Inhalte von Allergenen und kennzeichnungspflichtigen Zusatzstoffen errechnet und in geeigneter Weise auf Informationsblättern, Speisekarten und Einkaufslisten für Kunden und Mitarbeiter darstellt. Eine Excel-Tabelle hilft bei diesem Umfang nicht mehr weiter und birgt ein zu großes Fehlerpotenzial. In vielen Fällen erwartet man bestimmte Allergene gar

nicht in bestimmten Roh- und Lebensmittelstoffen. Um diese Fehlerquelle auszuschalten, müssen vorgegebene Mechanismen greifen, die vollautomatisch und zuverlässig im Hintergrund ablaufen. Ein geeignetes Tool ist etwa die Software „allergenis“, die auf fundierten Praxiserfahrungen beruht und den speziellen Anforderungsschwerpunkten der Nutzer angepasst wurde. Damit ist es möglich, alle Anforderungen der kommenden Lebensmittelkennzeichnungspflicht für lose Ware zu erfüllen. Die Software ist bewusst einfach gehalten, damit sie von jedem Angestellten, egal ob Abteilungsleiter oder Auszubildender, korrekt bedient werden kann.

4. Schulung der Mitarbeiter

Das allergenbewusste Arbeiten der Mitarbeiter ist die Grundvoraussetzung, sich auf weitere Herausforderungen einstellen zu können. Die Angaben gegenüber den Kunden müssen fundiert sein und eine rechtssichere Grundlage haben. Die Mitarbeiter sollten in der Lage sein, flexibel und schnell auf spezielle Kundenwünsche bzgl. Allergien reagieren zu können. Neben diesen Kenntnissen ist auch die Schulung der hygienischen Verhaltensweisen und Anpassungen wichtig, die Kreuzkontaminationen verhindern. Auch hier bietet das Hygiene-Netzwerk seine Hilfe an. Anfrage per E-Mail an: info@hygiene-netzwerk.de

Online-Tipp

Rezepturerfassungsbögen, z. B. für Roh- oder Brühwurst, gibt es unter: www.hygiene-netzwerk.de/downloads/merkblaetter-downloads. Weitere Informationen zum Thema unter: www.Hygiene-Netzwerk.de sowie unter www.allergen.is.



WIBERG®

Der Traum eines jeden Metzgers: Genuss für den Kunden mit Wirtschaftlichkeit und Effizienz in Einklang zu bringen.

WIBERG macht es möglich!

Mit kreativen Rezepten, verfeinert mit den besten Gewürzen, Kräutern und Zusatzstoffen funktioniert das Thekengeschäft perfekt. Köstliche Gerichte für die warme und kalte Theke, auf die Hand, den Mittagstisch und das Catering-Geschäft garantieren mehr Geschmack und mehr Genuss!

Wir beraten Sie gerne!

WIBERG GmbH
Eichendorffstraße 25
83395 Freilassing
DEUTSCHLAND
Tel.: +49(0)8654.470.0
info@wiberg.eu

www.wiberg.eu  

MEHR GESCHMACK. MEHR GENUSS.



SÜFFA 2014

Zum 21. Mal findet vom 28. bis 30. September 2014 die Süffa in Stuttgart statt. Neu in diesem Jahr ist die Verschmelzung der bisher in zwei Hallen getrennten Themen Produktion und Verkauf.



MIT KOMPETENZ ÜBERZEUGEN

Zahlreiche Produktneuheiten und Innovationen werden die Aussteller auf 20.000 m² Hallenfläche präsentieren. Die Bandbreite reicht von Schlachttechnik, Feinkost, Handelswaren sowie Fleisch- und Wurstspezialitäten über Themen wie Logistik, Hygiene, Ladenausstattung, Lebensmittelsicherheit, Verpackung und Marketing-Lösungen. Aber auch der wachsende Außer-Haus-Markt wie Imbiss und Heiße Theke, To-go-Produkte, Catering und Mittagstisch ist mit einem erweiterten Angebot an leistungsfähiger Küchentechnik vertreten. Neben den Großhändlern Mega und Zentrag sind zahlreiche Branchenzulieferer präsent. „Die große Herausfor-

derung, ein Fleischersortiment erfolgreich zu gestalten, liegt in der Verbindung von Qualität, Flexibilität und Rentabilität. Perfekt abgestimmt auf unterschiedliche Zielgruppen mit individuellen Verzehrgehnheiten, lassen sich abwechslungsreiche und attraktive Angebote für Bedientheke, Fleischerimbiss und Catering entwickeln“, sagt Friedel Lemme von den Avo-Werken. Damit sich dies problemlos, hygienisch und auch rechnerisch umsetzen lässt, schafft z. B. passgenaue und nachhaltige Küchen- und Spültechnik die logistischen und technischen Voraussetzungen für perfekte Ergebnisse. „Ob Laden oder Produktionsküche, To-go-Angebote oder Cateringgeschäft – für jedes Betriebskonzept und jede Größenordnung bieten wir auf der Messe die individuell passende Spültechniklösung“, verspricht Ralph Kölch, Marketing- und Vertriebsleiter von Winterhalter Deutschland.

Für Metzgermeister Uwe Schäfer aus Weinstadt im Remstal etwa ist moderne Küchentechnik bereits der Schlüssel zum Erfolg: Im Stammhaus sowie zehn Filialen machen Tagesessen 20 % des Umsatzes aus. Täglich gehen 250 bis 300 Mittagessen über die Theke, davon 250 vegetarische Gerichte pro Woche. Je 30 Plätze innen und außen hat er zu

bieten. In der Küche sind sieben Mitarbeiter beschäftigt, darunter drei Köche. Kombidämpfer, genormtes Geschirr und Transportcontainer seien dabei nicht mehr wegzudenken, ebenso wie eine sorgfältige Planung der Arbeitsabläufe und exakte Rezepturen für jedes Produkt. „Das ist wichtig für die Preiskalkulation und eine gleichbleibende Qualität“, sagt er. Wer überleben will, müsse sich mit Messebesuchen und Fortbildungen ständig auf dem Laufenden halten.

KLARES PROFIL BIETEN

„Wer sich wirksam nach außen darstellen möchte, sollte zunächst den Blick in den Betrieb richten“, empfiehlt Marketing-Coach Gabriele Bechtel. Betriebe, die sich neu erfinden wollen, begleitet sie bei diesem Prozess etwa ein bis zwei Jahre. Am Anfang müssten Antworten auf grundsätzliche Fragen gefunden werden: Was kann ich, wer bin ich und wo will ich hin? „Was ist an dem eigenen Geschäft das Besondere? Das gilt es herauszuarbeiten“, betont sie. „Es gibt aber kein Muster, das über alles passt. Das hängt vom Standort, den Kunden und der Kaufkraft ab“, sagt die Beraterin. Es brauche Zeit, seine Richtung zu finden und bis sich das Neue beim Kunden etabliere. „Und es gehört auch etwas Mut dazu“, sagt Gabriele Bechtel,

Fotos: Messe Stuttgart





Bereits im Verkaufsraum lassen sich z. B. ganze Rinderhälften in Dry Aged Beef-Reifekammern inszenieren. Auch Spezialitäten wie Schinken und Salami kommen in raumhohen Verkaufsschränken gut zur Geltung. „Der Kunde kauft hochwertige Geschmackserlebnisse und nimmt dafür auch längere Anfahrten in Kauf. Dass er sich dann auch mit den sonstigen Fleisch- und Wurstprodukten eindeckt, ist ein gewollter Nebeneffekt“, so Anja Wehrfritz vom Ladenbauer Schrutka-Peukert. „In jedem Fall muss deutlich werden, dass der Metzger noch selbst produziert“, meint Ingo Kern. Der Hersteller von Spätzle-Knöpfele und Schupfnudelmashinen will dazu ermutigen, zum Fleisch saisonale Spätzle in den unterschiedlichsten Variationen anzubieten: Asia-Spätzle, Vegetarier-Spätzle oder Bayern-Spätzle. „Wir haben sogar Kunden in Finnland, die dort sehr erfolgreich mit unseren Maschinen Spätzle herstellen und sie in einem Verkaufswagen zur Mittagszeit direkt bei Firmen verkaufen“, sagt er. Der Tiefkühl-Backwarenhersteller Edna International zeigt im Rahmen von Live-Shows ein Sandwichkonzept, das sich für kalte oder warme To-go-Snacks eignet. „Durch die Kombination aus hochwertigen Backwaren, frischer Rohkost, herzhaftem Belag, Soßen und Dips entstehen leckere Sandwiches, die oft eine Hauptmahlzeit ersetzen“, erklärt Verkaufsleiter Josef Stöckle.

die in Seminaren beim neuen „Tag der Metzgerfrauen“ am Messerontag, Lust auf Veränderung machen möchte. Ein wichtiger Punkt sei die Organisationsstruktur im Betrieb: „Oft macht jeder ein bisschen von allem. Dabei wäre es besser, Themen und Verantwortlichkeiten zuzuteilen und die Mitarbeiter durch Motivation für Neues zu begeistern“, betont sie. Selbst die schönste Werbung laufe mit der Zeit ins Leere, wenn der Funke beim Personal nicht überspringe oder dieses durch fehlende Aufgabenorganisation überfordert sei.

TREND ZU HAUSGEMACHEM

Kunden, denen die Rückbesinnung auf Werte, Nachhaltigkeit und hochwertige Lebensmittel wichtig ist, lassen sich bekanntermaßen oft auch etwas kosten, z. B. bei Fleisch für ein gepflegtes Grillvergnügen am Wochenende.

DAS GESPRÄCH SUCHEN

Stillstand ist der Anfang vom Ende. Der baden-württembergische Landesinnungsmeister Kurt Matthes hält es für ein Warnsignal, wenn die Kundschaft mit dem Ladenbetreiber altert, während die jüngere Generation nicht den Weg in den Laden findet. Der Innungsobmeister ermuntert zu regelmäßigen Treffen im

SÜFFA im Profil

Wann? 28. bis 30. September 2014

Wo? Messe Stuttgart, Oskar Lapp Halle (Halle 6) und Halle 8

Öffnungszeiten: täglich von 10 bis 18 Uhr

Preis: Tageskarte: 22 €, ermäßigt 15 € (inkl. öffentl. Verkehrsmittel), Berufsschulklassen: 10 € (in Begleitung eines Lehrers, pro Person)

Kreise der Kollegen, um sich Anregungen zu holen und auf dem Laufenden zu bleiben: „In diesen Runden wird sehr offen und ehrlich gesprochen. Ich lerne jedes Mal dazu.“ Dabei sind z. B. Regionalvermarktung und Produktinnovationen immer wieder ein Thema. „Die Kundschaft und ihre Wünsche ändern sich ständig. Sie haben andere Arbeitszeiten und Verzehrsgewohnheiten als früher, also muss ich passende Produkte dazu entwickeln“, betont Kurt Matthes. Er bietet z. B. Kräuterflädle aus der eigenen Küche an. 50 bis 70 der frischen und küchenfertigen Flädle-Packungen gehen täglich über die Theke. Der Duft frischer Kräuter in der Küche ziehe bis in den Laden – auch das ist Marketing. „Vielleicht nehmen die jungen Kunden dann auch noch Schinken mit oder kommen wieder, weil sie nach anderen Spezialitäten Ausschau halten“, sagt der Metzgermeister. Möglichkeiten zum Gespräch gibt es auch im „Rathaus“ im „Süffadorf“ in der Halle 6. Dort werden am 28. September 2014 auch die Sieger der vom Landesinnungsverband für das Fleischerhandwerk in Baden-Württemberg ausgeschriebenen Qualitäts- und Nachwuchswettbewerbe geehrt. **Auch Ihr Fachmagazin „Fleischer-Handwerk“ ist auf der SÜFFA präsent: Halle 6, Stand C 11. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!**

Foto: Messe Stuttgart



MKN NEUHEIT

Enjoy Cooking!

Der neue Combidämpfer von MKN macht einfach Spaß. So intuitiv wie ein Smartphone zu bedienen, bietet der MKN FlexiCombi eine Fülle an neuen Anwendungsmöglichkeiten.



MKN

mac-Pilot



FlexiCombi

FlexiCombi live erleben!

SÜFFA Stuttgart
28.09. - 30.09.2014
Halle 6 Stand D15

Besonderes Exponat: Um unterschiedliche Ausstattungsoptionen und Funktionsweisen direkt miteinander vergleichen zu können, zeigt *Bastra* an einem für Messen entwickelten Exponat vier verschiedene Räuchertechnologien und die neuesten Steuerungen GPTec 500 und GPTec 800. Zudem werden eine Bastramat Universal Koch- und Räucheranlage, ein Bastra-Smart500 sowie die Raucherzeuger BRN150 für Sägemehl und 340H für Hackspäne vorgestellt. In Kombination mit einer Bastra Einwagen-Universalanlage entsteht so eine vielseitig einsetzbare Produktionseinheit. **Halle 6, Stand E 20**



Wir machen Ihren Laden zum

tages
gespräch



Besuchen Sie uns
SÜFFA Stuttgart, 28. - 30. September
Halle 6 - Stand D40

SCHRUTKA-PEUKERT
KLARE LINIEN - KLASSE LÄDEN
www.schrutka-peukert.de

Sicher transportieren: Zwei Fahrzeuge mit Kühlhausbau präsentiert *Coolingvans* auf der Messe. Der Renault Master mit Kühlhausbau ist mit einer Einrichtung ausgestattet, die den Transport mit Rollcontainern erleichtert. Daran sind die Laderaummaße angepasst. Eine schwenkbare Auffahrrampe am Heck ermöglicht das Ein- und Ausladen der Container. Dazu werden Ladungssicherungen und Rammschutzleisten montiert. Zur Ausstattung zählt auch eine helle, energiesparende LED-Lampe. Gekühlt wird der Laderaum mit einer Thermo-King Kühlanlage, die eine Laderaumtemperatur bis 0° C ermöglicht. Der Citroen Jumpy verfügt über einen kompletten GFK-Kunststoffausbau und eine integrierte Dometic Waeco Kühlanlage ohne Dachaufbau außen. Zur Ladungssicherung sind AirLine Verzurrschienen eingebaut, die das Reinigen nicht behindern. Dieser Ausbau eignet sich für den Transport leicht verderblicher Lebensmittel. **Halle 8, D 36**



Mit saisonalen Ideen punkten: Kreative herbst- und winterliche Ideen präsentieren die Mitarbeiter von *Avo*. So eignen sich z. B. deftige Pfannengerichte und das Thema „Wintergrillen“ dazu Stammkunden zu überraschen und neue Kunden anzusprechen. Dafür steht etwa die neue Avo-MariTop-Marinade Paprika-Rahm für Pfannengerichte zur Verfügung. „Wintergriller“ können mit Aktionen wie „Herzhaft-Leckerer am langen Winterspieß“ oder „Bratwurst kennt keinen Winterschlaf“ erreicht werden. Auch das US-Trendprodukt „Pulled Pork“ darf dabei nicht fehlen. Ebenfalls vorgestellt werden die zubereitungsfertige Avo Gratin-Würzsauce für geschichtete Gratins und Aufläufe. **Halle 6, Stand C 22**

Dämpfen und räuchern: Die Kombidämpfer von *Lefa* verfügen nicht nur über die Funktionen Kombigrillen, Backen, Heißluftzubereitung und Dämpfen: Anwender können damit auch verschiedene Lebensmittel wie Fleisch, Wurst und Fisch räuchern. Für kompakte Küchenbereiche stellt das Unternehmen außerdem den Kombidämpfer CMT8-1/1 vor. **Halle 8, Stand B 30**



DICK
Traditionsmarke der Profis

SM-140 UltraSharp
Professionelles Schleifen und polieren

- Schneller, materialschonender Anschliff auf dem wassergekühlten Schleifband
- Bestes Schleifergebnis durch Polierscheibe für höchste Ansprüche
- Robust dank Edelstahlgehäuse

SÜFFA
HALLE 8
STAND C50

www.dick.de

Messer . Werkzeuge . Wetzstähle . Schleifmaschinen

Profi mit Hygienewanne: Über 3.500 Kunden nutzen laut *Schnitzelmaster* die Modellvarianten „Profi“ und „Maxi“, um knochenloses Fleisch, z. B. Schnitzel, zu „Mastern®“. Die Geräte ersetzen das Fleischklopfen und machen das Fleisch mürbe. Dabei wird die Fleischfaser nicht gepresst oder gequetscht, sondern gedehnt. Die Arbeitszeitsparung gegenüber einem Fleischklopfer liegt bei 50 %, die Garzeit sinkt um 30 %. Neu ist die unter dem Gerät befindliche Hygienewanne. Die



Fleischdicke ist individuell einstellbar, das Fleisch verliert keinen Saft und somit Gewicht, was den Umsatz erhöht. „Gemastertes“ Fleisch ist mindestens acht Tage vakuiert haltbar. Für große Betriebe gibt es die Variante „Turbo“. **Halle 8, Stand D 75**



Energie sparen beim Slicen: Der kompakte Slicer Divider orbital+ von Treif eignet sich zum energiesparenden Schneiden von Brühwurst- und Salamiprodukten, Koch- und Rohschinken sowie Käse. Ein Anfrieren der Produkte entfällt, was die Energiekosten senkt. Die Maschine zählt zur neuen Slicer-Generation des Herstellers, die für kurze Nebenzeiten, mehr Kraft und Dynamik in den Antrieben, hohe Prozesssicherheit, mehr Kapazität und Flexibilität bei Kundenwünschen sowie Energieersparnis dank des Schneidens bei höheren Produkttemperaturen steht. Damit ist ein kontinuierliches Slicen möglich. Leerschnitte, um mehr Zeit für den Abtransport der geschnittenen Pakete zu gewinnen, gibt es hier nicht, d. h. es sind weniger Messerumdrehungen für die gleiche Leistung nötig. So kann bei höheren Produkttemperaturen geschnitten werden und das Schneiden schont das Produkt. **Halle 8, Stand D 30**



Effiziente Technik: Eine gute Partikeldefinition, ein ansprechendes Produktbild, Flexibilität in der Produktion und hohe Effizienz – dies alles vereinen nach eigenen Angaben die von Vemag Maschinenbau ausgestellten Maschinen. Beginnend mit einer klassischen Füllmaschine für das Handwerk zum Abdrehen von Würstchen über eine Lösung zum Produzieren von Fleisch- und Gemüsebällchen bis hin zur Würstchen-Aufhängelinie für Filialbetriebe werden alle Geräte live auf dem Messestand vorgeführt. Ein Beispiel dafür ist der Vakuumfüller HP25E zur Herstellung großkalibriger Slicerware. Der Trichter fasst 350 l. Die Förderkurve lässt sich flexibel austauschen und gestattet so einen schnellen Produktwechsel. Die Fülleistung liegt je nach Fördererelement bei bis zu 25.000 kg/Stunde. **Halle 6, Stand D 60**



Erfahrungen austauschen: Der Messeauftritt von Frutarom Savory Solutions steht unter dem Motto „Tradition und Vielseitigkeit des Fleischerhandwerks“. Der Messestand dient neben der Präsentation des Gewürzmüller-Portfolios vor allem dem Erfahrungsaustausch der Besucher. „Um langfristig erfolgreich zu sein gilt es heute, Tradition zu wahren und gleichzeitig den Blick in die Zukunft zu richten“, so Marketing Manager Mirjam van Veldhuizen. Ziel des Projektkonzepts „Mit Vertrauen in die Zukunft“ im Zusammenarbeit mit Bechtel Marketing ist es, die Kommunikation und Innovationskraft in den Betrieben zu fördern. Dafür werden in Metzgereien Teams zusammengestellt (s. S. 56), die innovative Produktideen und Verkaufsaktionen entwickeln. **Halle 6, E 63**



Lösungen zur LMIV-Umsetzung:

Bizerba stellt Produktneuheiten aus den Kategorien Warenwirtschaftssysteme, PC-Waagen und Schneidemaschinen vor. Im Fokus steht die Unterstützung des Fleischerhandwerks bei der Umsetzung der neuen EU-Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV). Das Warenwirtschaftssystem .CWS z. B. ermittelt und strukturiert Inhaltsstoffe und Allergene für die Darstellung auf Displays und Etiketten. Für die Auszeichnung und Darstellung auf Ladenwaagen und Thekenetiketten können Nährwerttabellen per Rezeptur ermittelt werden. Zudem lassen sich damit detaillierte Produktpässe und Informationsblätter ausgeben. Auch die Waagenfamilie X-Class ist LMIV-konform konfigurierbar. **Halle 6, Stand E 10**



Fotos: Treif Maschinenbau, Vemag Maschinenbau, Frutarom Savory Solutions, Bizerba

Herzhaft-würzig vorbereitet für die Herbst-Theke!

Saisonale Wechsel bringen neuen Schwung in die Themen-Theke. Raffiniert gewürzt und verfeinert mit stückigen Gemüseanteilen bereichern drei MariTop-Klassiker und die neue Komplett-Marinade MariTop Paprika-Rahm-Style Ihr Pfannen-Angebot und die herbstliche Speisekarte Ihrer Kunden.

MariTop

KOMPLETT-MARINADE

Paprika-Rahm-Style

Pikant angereichert mit feiner Paprika-Würze und roten Paprikawürfeln, abgeschmeckt mit dezenter Curry-Note und Sahne.

Neucremiger wird's mit der Variante „Sahne-Plus“: Fleisch mit MariTop und zusätzlich flüssiger Sahne vermischen. Eine köstliche Idee für alle MariTop Feinschmecker-Pfannen!

MariTop
Farmer-Style

MariTop
Waldpilz-Style

MariTop
Winzer-Style

NEU

AVO „HERBST-PLUS-AKTION“ vom 15.09. – 31.12.2014

Jetzt 4 köstliche MariTop Herbst-Style Marinaden mit zusätzlichem Aktionsplus ordern!

Messe Stuttgart
28.-30.09.2014
Halle 6 / Stand C22

AVO-WERKE · August Beisse GmbH · Industriestraße 7 · D-49191 Belm · Tel. 0 54 06 / 5 08-0 · www.avo.de

LEFA

ALL-IN

Räuchern Sie, oder?

Universal-Räucheranlagen von LEFA Fleischereiausstattungen GmbH

Besuchen Sie uns auf der SÜFFA 2014:
Halle 8, Stand B 30

KERRES

anlagensysteme

Besuchen Sie uns auf der SÜFFA in Halle 6 Stand E 64

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

PERFEKTION IN SERIE

Lernen Sie unser innovatives Füllerprogramm kennen!

SÜFFA 2014, Halle 8, Stand B 36

Würstchen, die sich wie Perlen aneinanderreihen, sind kein Zufall, sondern das Ergebnis von perfektionierter Füllertechnik und Effizienz auf der ganzen Linie. Mit den Füllern von Düker-REX produzieren kleine und große Betriebe Erfolg in Serie. www.dueker-rex.de



Füllen mit Lift: Die Förderleistung des Vakuumfüllers F60 mit Servoantrieb von Frey Maschinenbau beträgt 2.900 kg/Stunde. Auf der Süffa stellt das Unternehmen den Anbaulift Liftmax für 120-l-Wagen vor, der Mitarbeitern in der Produktion das Heben erspart. Der Fülltrichter wird per Lift beschickt. Die Bedienung erfolgt über integrierte Lifttasten an der Fronttür des Füllers. Der Lift ist komplett in massivem Edelstahl ausgeführt. Durch ihre kompakte Bauweise nimmt diese Kombination wenig Platz in Anspruch. Der Beschickungswagen wird seitlich

eingeführt, daher kann der Füller auch in Wandnähe platziert werden. Optional ist für das Modell F60 ein fahrbares Untergestell erhältlich, das ein räumlich flexibles Arbeiten ermöglicht. **Halle 6, Stand E 36.1**



Intelligent kochen: Sein umfangreiches Produktportfolio präsentiert MKN erstmals auf der Süffa. Ein Höhepunkt ist der MKN Combidämpfer FlexiCombi Magic Pilot. Intelligente Features sorgen hier für eine hohe Speisenqualität, Kapazitätsvorteile und einen nachhaltigen Energie- und Wasserverbrauch. Die Touch- & Slide Bedienung ist einfach wie bei einem Smartphone und kann auf die Bedürfnisse ungelerner Kräfte abgestimmt werden. Integrierte Infoschritte, Favoritenprogramme im Startmenü und die Bedienungsanleitung als Videoclip im Gerät sorgen für Spaß beim Kochen. Der Quereinschub macht das Handling komfortabel und sicher. Der Energie- und Wasserverbrauch ist nach jedem Garprozess direkt auf dem Touch-Display ersichtlich. **Halle 6, Stand D 15**

Nass schleifen: GS Schleiftechnik stellt die Nassschleifmaschine N14 vor. Die komplette Maschine wurde im Aufbau verändert und erfüllt nun die neuesten technischen Anforderungen, was laut Hersteller für den Kunden eine höhere technische Wertbeständigkeit bedeutet. Der Motor wurde in Stärke und Ausdauer den neuen Voraussetzungen angepasst und die Schleifscheiben und Winkelführungen verbessert. Für das schnellere Bearbeiten der Schneide wurden die Schleifscheiben abrasiver gestaltet. Die Schleifwinkelführungen enthalten Magnete, wodurch auch Ungeübte von einer besseren Führung der Messer profitieren. Auch aktuelle hygienische Anforderungen wurden umgesetzt. **Halle 8, Stand D 75**



Hygiene bei der Eiserzeugung: Bei allen Maja-Scherbeneiserzeugern (Leistungsbandbreite von 85 bis 12.000 kg/24 h) mit dem Label „HY-GEN protected“ erleichtert die hygieneorientierte Konstruktion eine gründliche Reinigung von Hand, insbesondere der ständig mit Wasser befüllten Verdampferwanne, die sich leicht herausnehmen lässt. Mit dem optional erhältlichen Selbstreinigungssystem Maja-SCS lässt sich der Arbeitsaufwand auf ein Minimum reduzieren. Ist der Eiserzeuger damit ausgestattet, trägt die regelmäßige Reinigung zur Instandhaltung der Maschine bei, indem hartnäckige Schmutz- und Kalkablagerungen selbst bei mehrjährigem Dauerbetrieb auf ein Minimum reduziert werden. **Halle 6, Stand E 36.2**



Fotos: Heinrich Frey Maschinenbau, MKN, GS Schleiftechnik, Maja-Maschinenfabrik

Ihre Vorteile auf einen Blick:

- ✓ Verkaufsfördernde, regelmäßig wechselnde Inhalte
- ✓ Information und Werbung für Ihr Geschäft
- ✓ Professionell aufbereitete Vorlagen, Bilder und Rezepte
- ✓ Bildbibliothek mit über 1.200 Bildern
- ✓ Geringer Datenpflegeaufwand
- ✓ Leichte Bedienbarkeit
- ✓ Automatischer Datenupload via Internet



Das digitale Kunden-Informationssystem

für das moderne Fleischerfachgeschäft

Mehr als 70% aller Kaufentscheidungen fallen direkt am Point of Sale, also an der Ladentheke. **promedia-thekenTV** wurde speziell für diesen Einsatz als Verkaufsförderungs- und Kundenbindungsinstrument konzipiert.

Auf einem robusten, einfach zu bedienenden Flachbildschirm machen animierte Bilder und professionell aufbereitete redaktionelle Texte auf die Leistungen und Produkte Ihres Fachgeschäftes aufmerksam. Mit diesem modernen Verkaufsförderungssystem sind Sie flexibel, können Ihre Kunden zeitgemäß informieren und damit Ihren Umsatz gezielt beeinflussen.



Weitere Infos unter:



B&L NewMedia GmbH
Max-Volmer-Str. 28 • 40724 Hilden

Besuchen Sie uns auf der
SÜFFA
in Stuttgart
vom 28. bis 30. September 2014
Halle 6 / Stand-Nr. 6C11
Wir freuen uns auf Sie!



Schonend füllen: Als Generalvertretung für Rex-Füllmaschinen in Deutschland bietet *Düker-Rex* die komplette Produktpalette an Vakuumfüllmaschinen. Das Unternehmen zeigt neben Kuttern der Größen 45 und 65 l die neuesten Rex-Füllmaschinen/ Vakuumfüllmaschinen der Serien 100, 300 und 400 sowie das Kalibriersystem RKS 85. Das überarbeitete Flügelzellenförderwerk in seiner großen Ausführung sorgt für einen produktschonenden Transport von dünn- oder dickflüssigen Füllmedien, ob mit oder ohne Einlagen. Es gewährleistet zudem die exakte Portionierung bei minimaler Restluft im Brät. **Halle 8, Stand B 36**

+++ S Ü F F A • Messe Stuttgart • 28.09. - 30.09.2014 • Halle 8 Stand 8D75 +++

Mastern® mit dem Schnitzelmaster



sensitive meat processing

1 gemastertes Fleisch bleibt saftiger 2 Individuelle Fleischdicke einstellbar 3 geringere und stets gleiche Garzeit 4 höheres Verkaufsgewicht 5 mindestens 8 Tage haltbar (vakuumiert)

Schnitzelmaster GmbH
Straß 2a
D-84329 Wurmansquick

Tel. +49 (0) 8725 9674-30 Fax (-31)
info@schnitzelmaster.de
www.schnitzelmaster.de



Ergonomie auf den Punkt gebracht

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



Heinrich Frey Maschinenbau GmbH
Fischerstr. 20 • D-89542 Herbrechtingen
Tel.: +49 7324 172 0 • www.frey-maschinenbau.de



Besuchen Sie uns auf den Messen
Suffa: Halle 6 • Stand 6E36, Evenord: Halle 3 • Stand 3-312



Kompetenz zeigen: *Aichinger* zeigt, wie Fleischer ihre Stärken ausbauen und für die Kunden erlebbar machen können – unterstützt durch ein maßgeschneidertes Konzept, ergänzt durch moderne Technik und eine individuelle Einrichtung. Das Standkonzept ist auf die Kernbereiche Fleisch, Wurst und Außer-Haus-Verzehr ausgerichtet und kein fertiger Laden, sondern rückt die Kompetenzbereiche des Handwerksmetzgers in den Mittelpunkt. Präsentiert wird dort auch die neue Sirius®3-Kühltheke, mit der sich der Energieverbrauch senken lässt, sowie die Verzehrtheke Gourmet. Mit dabei sind auch die Lichtexperten von we-shoplight, die den Stand mit neuester LED-Technik bereichern und bei der Warenausleuchtung Maßstäbe setzen wollen. **Halle 8, Stand A 16**

Das Standkonzept ist auf die Kernbereiche Fleisch, Wurst und Außer-Haus-Verzehr ausgerichtet und kein fertiger Laden, sondern rückt die Kompetenzbereiche des Handwerksmetzgers in den Mittelpunkt. Präsentiert wird dort auch die neue Sirius®3-Kühltheke, mit der sich der Energieverbrauch senken lässt, sowie die Verzehrtheke Gourmet. Mit dabei sind auch die Lichtexperten von we-shoplight, die den Stand mit neuester LED-Technik bereichern und bei der Warenausleuchtung Maßstäbe setzen wollen. **Halle 8, Stand A 16**

Neues Wolfschneidesystem: Als Messeneuheit stellt *Heinrich* aus Nürtingen ein Wolfschneidesystem vor. Es ist selbstschärfend, sorgt für ein klares Schnittbild sowie eine geringe Erwärmung. Weitere Informationen, z. B. auch zur Wurstdusche (s. Seite 58) sowie weiteren technischen Lösungen und Produkten, gibt das Assistententeam auf dem Messestand. **Halle 8, Stand D 66**



Verpacken wie ein Profi: *Multivac* stellt u. a. zwei Maschinen vor, die das automatische Verpacken von Waren erleichtern. Das Modell R 085 ist ein Einstiegsmodell für das automatische

Tiefziehverpacken und mit vier Standardformatauslegungen ausgestattet. Es lässt sich schnell und einfach umrüsten, eignet sich für die Verpackung von geschnittener Ware sowie Stückgütern und ist für die Verarbeitung von Weichfolie ausgelegt. Elektrische Antriebe sorgen für eine verbesserte Energieeffizienz. Beutel verpackt die Kammerbandmaschine B 210, die auf individuelle Bedürfnisse anpassbar und für unterschiedlichste Produkte geeignet ist. Sie ist flexibel konfigurierbar. So sind verschiedene Kammergrößen sowie Siegelssysteme und Siegelschienenanordnungen erhältlich. **Halle 6, Stand E 62**

Akzente setzen: *bfm Ladenbau* stellt Lösungen und Konzepte vor, die es ermöglichen Akzente zu setzen und sich im Wettbewerb abzuheben. Neben einer nachhaltigen Kühltheke, bei der ein keimfreies Kühl- und Befeuchtungssystem den Gewichtsverlust der ausgelegten Waren auf 0,73 % pro Tag reduziert, wird ein patentierter Kühlturm gezeigt. In der gläsernen, sich drehenden Anlage kommen Wurstwaren, Feinkost und Käsespezialitäten durch eine zusätzliche Spot-Beleuchtung angestrahlt gut zur Geltung. Darin herrschen Lagerungsbedingungen, die den original-typischen Geschmack der Waren erhalten. Zudem werden eine Heißecken-Anlage sowie eine Auswahl an Kochgeräten für das Frontcooking gezeigt. **Halle 6, Stand D 10**



Fotos: Düker-Rex, Aichinger, Heinrich, Multivac, bfm Ladenbau



Gemeinsamer Auftritt: Zusammen präsentieren sich *Schrutka-Peukert* und der Gewürzspezialist *Raps* auf der Messe. Die Innenarchitekten und Fachplaner des Ladenbauers bringen die Kundenwünsche stets zu einem zum Auftraggeber passenden Ladenkonzept zusammen. Den Trend zum Außer-Haus-Verzehr greift das Unternehmen etwa durch modular aufgebaute Heitheken auf. Wasserbad, Ober- und/oder Unterhitze sind Stichworte, die präzise in Thekenmodule eingebaut werden. Auch sttzenlose Glasaufstze der Theken bergen Vorteile. Die Anwendungsberater von Raps zeigen verschiedenste Produkte, z. B. für klassische Fleisch- und Wurstwaren, pfannenfertige Gerichte sowie Speisen aus der Heitheke. **Halle 6, Stand D 40**



Neue Maßstäbe gesetzt: Die neuen Vakuumfüllmaschinen der Serien 300, 400, 700 und 900 von *Rex Technologie* erfüllen ein breites Spektrum individueller Anforderungen.

Für Handwerks- und Mittelbetriebe mit häufigem Sortenwechsel und normalen Brtmengen konzipiert sind die Modelle RVF 327 und 330, deren Touchscreen ein einfaches Bedienen ermöglicht. Das aus verschleibfestem Edelstahl gefertigte Flügelzellenförderwerk garantiert eine hohe Standzeit und Produktqualität. Die Füllmassen werden schonend transportiert, die Restluft im Brät ist gering. Zur Wahl stehen Klapprichter mit 100 und 160 l Inhalt. Die standardmäßig vorhandene Clippersteckdose erlaubt das Ansteuern von Clip- bzw. Zusatzmaschinen. **Halle 8, Stand B 36**

GEWINNEN SIE EIN TABLET!



*Für Fleischereien, die sich näher mit den Themen App, mobile Kundeninformation und Smartphone-Werbung beschäftigen wollen, lohnt sich ein genauerer Blick auf die App *FleischereiPilot* von B&L NewMedia.*

Anlässlich der Süffa 2014 gibt es ein Gewinnspiel für die Anwender von *FleischereiPilot*.

Der Hauptgewinn ist ein Samsung Galaxy Tab 3 10.1

Zudem werden Gutscheinkarten, wahlweise für den Apple iTunes Store oder den Google Play Store sowie mehrere Jahresabos der App verlost. Die Teilnahme ist online per Smartphone oder mit der Gewinnspielkarte möglich, die dieser Ausgabe von „Fleischer-Handwerk“ beiliegt. Die Teilnahme ist einfach: den abgebildeten QR-Code mit einer installierten QR-Code-Scanner-App per Smartphone einscannen, die Gewinnspielfrage beantworten, die Kontaktdaten eingeben und die Antwort senden. Ähnliche Gewinnspiele können Fleischereien mit Hilfe des *FleischereiPiloten* auch für die eigene Öffentlichkeitsarbeit nutzen. So lässt sich z. B. schnell und effektiv ein eigener Kunden-Adresspool für den Versand von Newslettern aufbauen. Die App ist ein moderner Medienkanal, mit dem auch jüngere Zielgruppen erreicht werden können.

Mehr Informationen gibt es telefonisch unter (02103) 204-700, im Internet unter www.fleischereipilot.de sowie auf dem Messestand.

Wir freuen uns auf Sie!
Halle 6, Stand C 11



Fotos: Schrutka-Peukert, Rex-Technologie, B&L NewMedia

DER NEUE STAR AM FRISCHEHIMMEL

Besuchen Sie uns auf der Süffa
28. - 30. September 2014
Halle 6, Stand E 20

www.bastra.de



In diesem Jahr feiert Vemag Maschinenbau sein 70-jähriges Firmenbestehen. Am Produktionsstandort in Verden entstehen moderne Maschinen für die Nahrungsmittelverarbeitung in Handwerks- und Industriebetrieben auf der ganzen Welt.

LÖSUNGEN AUS LEIDENSCHAFT

Das Unternehmen wurde 1944 als Holz- und Gerätebaugesellschaft in Verden von Dr. jur. Heinz-Jörn Zülch gegründet. Etwa 20 Mitarbeiter produzierten zu Beginn u.a. Backöfen, Honigschleudern und Kirchturmuhren. 1950 erfolgte die Umfirmierung in Vemag Verdener Maschinen- und Apparatebau. Damit begann die Produktion von Kolbenfüllmaschinen für das Fleischerhandwerk. 1957 folgte mit dem Robot G250 die Entwicklung der ersten kontinuierlichen Vakuumfüllmaschine für den Industriebedarf.

IMMER NAH AM KUNDEN

Mit seiner langen Geschichte ist Vemag das weltweit älteste und damit erfahrenste Unternehmen in diesem Bereich. Heute besteht das Kernsortiment aus Vakuumfüllmaschinen, Maschinen und Geräten zur Herstellung von Würstchen, Hack- und Formprodukten sowie Convenienceprodukten und Teigportionierern. Bei der Entwicklung und Fertigung der Geräte und Maschinen hat sich Vemag immer an den Marktbedürfnissen orientiert. „Unser Slogan lautet ‚Our passion – your solution‘.

Wir entwickeln Lösungen für die Herausforderungen des Kunden mit Leidenschaft für seine Produkte“, erläutert Jens Hauschildt, Leiter Marketing von Vemag Maschinenbau und ergänzt: „Das impliziert ein Interesse am Kunden und an dessen Produkten.“ Die Kunden benötigen effiziente und zuverlässig arbeitende Maschinen mit hohem Output, so dass Stillstandszeiten minimiert werden und Produktionskosten sinken. Hersteller von Spezialitäten, die kleine Chargen herstellen, profitieren von der Flexibilität der Maschinen. Das Interesse am Kunden setzt Vemag in einem partnerschaftlichen Dialog auf Augenhöhe um. So werden die Serienmaschinen gemeinsam mit Praktikern wie Metzgermeistern oder Lebensmitteltechnologien entwickelt und durch Sonderkonstruktionen auf individuelle Bedürfnisse eingegangen. Außerdem werden in regelmäßigen Besprechungen zwischen Vertrieb und Technik Informationen ausgetauscht, so dass auf Marktveränderungen reagiert werden kann.

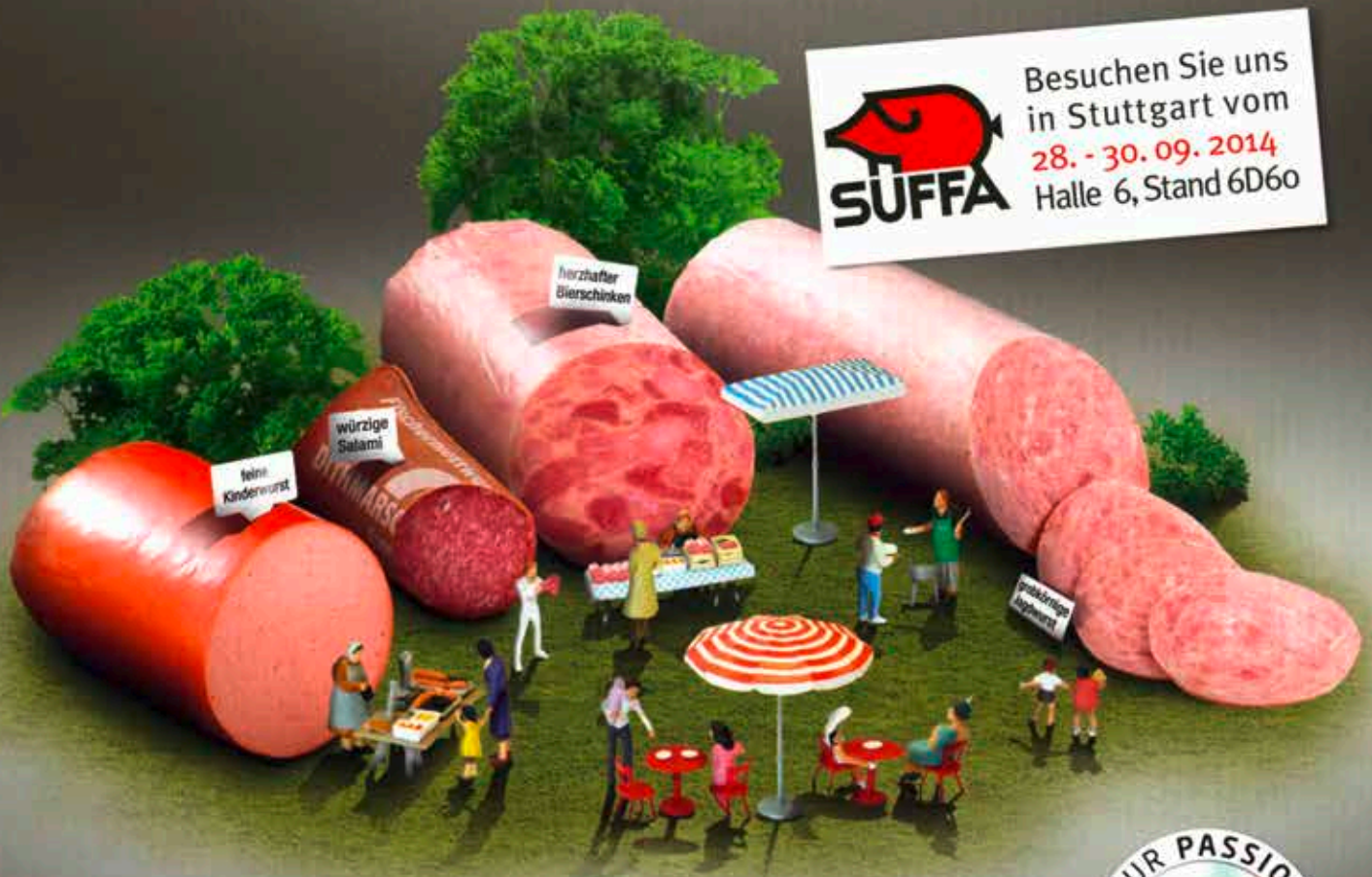
FLEXIBLE MASCHINEN

Eines der Resultate dieses Entwicklungsansatzes besteht darin, dass die Vakuumfüllmaschinen sowohl mit Förderkurven als auch mit Drehschieberpumpen konstruiert werden und auf diese Weise immer eine optimale Lösung für die Bedürfnisse des Kunden bietet. Dass Lösungen wie diese gut bei den Kunden in aller Welt ankommen, belegt auch ein von Vemag aufgestellter Rekord: Als einziges Unternehmen produzierte das Unternehmen bisher deutlich mehr als 4.000 Einheiten eines Füllmaschinentyps. Der Robot 500 ist somit die am häufigsten verkaufte Vakuumfüllmaschine der Welt.

„Der partnerschaftliche Kontakt zum Kunden ist unser großes Kapital. Dafür werden wir weiter den technologischen Vertriebsansatz ausbauen, damit wir unseren Kunden nicht ‚nur‘ eine Maschine liefern, sondern auch proaktive Beratung und Technologievorsprung in die Produktionsprozesse einbringen können“, erklärt Sven Köhler, Geschäftsführer Technik. „Das Endprodukt unserer Kunden nimmt dabei den Hauptfokus ein, danach kommt erst die Umsetzung mit einer Maschine.“ Somit werden sich die Lösungen aus Verden zwangsläufig immer am Markt orientieren. *ast*
www.vemag.de



Besuchen Sie uns
in Stuttgart vom
28. - 30. 09. 2014
Halle 6, Stand 6D60



Setzen Sie neue Maßstäbe in Ihrer Flexibilität

Produktionsabläufe nach Bedarf einteilen

Mit dem Wissen erfahrener Metzgermeister und basierend auf unseren Erfahrungen mit Industriemaschinen haben wir die flexibel einsetzbare **DP3** speziell für Handwerksbetriebe entwickelt. Das Ergebnis ist eine zuverlässige und langlebige Maschine, mit intuitiv zu bedienendem **Touchscreen** für die Verarbeitung viskoser und fester Rohstoffe, wie sie in jeder Metzgerei verarbeitet werden. Sie ist **optimal für kleine Chargen** und **häufige Produktwechsel** geeignet. Zusammen mit den universellen Einsatzmöglichkeiten unserer Vorsatzgeräte und den vielfältigen Serviceleistungen vor Ort bieten wir Ihnen ein umfassendes Rundum-Sorglos-Paket. Informieren Sie sich und erfahren Sie mehr über die vielen Vorteile der DP3.





Zusammen neue Maßstäbe setzen:

Realisieren Sie Ihre Ideen durch Technik und Partnerschaft

Nutzen Sie die Flexibilität und Effizienz der Füllmaschine DP3, um die Produktion in Ihrem Betrieb zu optimieren.

Die VEMAG Maschinenbau GmbH unterstützt Sie darüber hinaus durch kompetente Beratung und große Erfahrung in der Umsetzung von Produkten. Mit Leidenschaft für Ihre Produkte schaffen wir **individuelle Lösungen für Sie**. Dafür steht unser VEMAG-Siegel.

Was können wir für Sie tun? **Vereinbaren Sie einen Gesprächstermin** bei uns in Verden und überzeugen Sie sich vor Ort im Kundencenter von den Möglichkeiten unserer Maschinen.



VEMAG Maschinenbau GmbH | Weserstraße 32 | D-27283 Verden
Tel.: +49 (0)4231 777-0 | Fax: +49 (0)4231 777-241 | e-mail@vemag.de | www.vemag.de



DIE KASSE

STIMMT IMMER

Seit der Eröffnung 2011 führt Thomas Jais die Filiale der gleichnamigen Landmetzgerei in Olching bei München.

Aktives verkaufen und kassieren sind hier voneinander getrennt. Beides erleichtert ein Bargeldhandlungssystem.

Als gelernter Schreiner und IT-Systemelektroniker hat er eine besondere Beziehung zu technischen Dingen. Nach seiner Hochzeit mit Metzger-tochter Karolin Jais und der Umschulung zum Metzger bot sich ihm die Gelegenheit sein technisches Wissen auch in der neuen Filiale einzubringen. „Die Nähe der Mitarbeiter zu den Kunden ist mir wichtig. Deshalb sollte der Bezahlautomat auch in die 15 m lange Ladenzeile integriert werden und nicht als Einzelstück irgendwo in einer Ecke stehen. Auch bei dieser Art des Bezahlers ist der Letztkontakt mit dem Kunden das Aushändigen der Ware und die Verabschiedung“, erklärt er. Das Bargeldhandlungssystem PerfectMoney POS der DCSI AG teilt die Kühl- sowie Heiße Theke in der Mitte der Thekenzeile und wurde an das Firmenblau an der Rückwand angepasst. Ein typischer Kaufvorgang findet hier wie folgt statt: Der Kunde sagt was er haben möchte und die Verkäuferin tippt die Bestellung in eine der vier Verbundwaagen von Mettler-Toledo ein. Diese erzeugen, aufgrund einer Parametereinstellung, auf dem Bonen einen Barcode, der in der Nähe des Automaten eingescannt wird. Der Rechnungsbetrag erscheint auf einem PC-Bildschirm sowie im Display des Automaten. Der Kunde be-

zahlt mit Scheinen, Münzen oder ec-Karte und erhält seine Ware. „Der Automat gibt automatisch die richtige Menge Wechselgeld aus“, so Thomas Jais.

AKTIVER VERKAUFEN

In der Filiale wird täglich frisch gekocht. Das schätzen vor allem die Mitarbeiter der umliegenden Firmen in der Mittagszeit, denen drei Menüs zur Wahl stehen. Auch wenn einmal viel Betrieb herrscht, gibt es keine Warteschlangen. „Unsere Kunden kennen es nicht anders“, sagt Thomas Jais. Der Bezahlautomat hat aber noch weitere Vorteile: „Ich kann sicher sein, dass das Verkaufen und Bezahlen perfekt abläuft, auch wenn ich einmal nicht da bin“, berichtet er. Kein Kunde kann sagen, dass er etwas falsch herausbekommen oder Falschgeld erhalten hat, da ein geeichter Geldscheinprüfer integriert ist. „Kassendifferenzen oder Geldschwund gibt es auch nicht. Ich weiß immer das die Kasse stimmt – und das tut sie. Per Passwort kann ich von überall aus aktuelle Umsatzzahlen einsehen“, erklärt Thomas Jais. Zudem verschafft der Automat den Verkäuferinnen Zeit die Waren noch aktiver zu verkaufen. In Griffweite liegen z. B. zahlreiche SB-Ar-

tikel wie Fleischsalat, Suppen im Kunst Darm oder von Ehefrau Karolin selbst hergestellte Liköre. Nicht zuletzt ist auch der hygienische Aspekt nicht zu unterschätzen, denn ein Kontakt zwischen den Waren und dem Geld ist ausgeschlossen. Thomas Jais hat dem Unternehmen auch schon den ein oder anderen Tipp zur Verbes-

serung gegeben und seine Erfahrungen mit dem Bezahlssystem auf Messen anderen Kollegen vorgestellt. „Das mache ich doch gerne. Es genügt aber nicht, einen solchen Automaten einfach hinzustellen, man muss auch davon überzeugt sein“, sagt er. Und das ist er. *mtH*
www.landmetzgerei-jais.info,
www.perfect-money.de



Gehen Sie auf Nummer sicher!



KA 240 (240 Liter)

CE geprüft

TÜV Geprüfte Qualität, nach Druckgeräterichtlinie 97/23/EG

KORIMAT KA 240

Kessel und Autoklav

- Konserven sterilisieren
- Vakuum-Dämpfen
- Rohwurststreifen
- Druckgaren im Dampf
- Schnellkochen von Suppen
- Mikroprozessor-Steuerung mit Programmspeicher
- Datenrecorder zum Aufzeichnen von Sterilisationsprotokollen
- von 120 bis 5000 Liter Fassungsvermögen



KORIMAT

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-/Messestermine

GENUSSREGION ÖSTERREICH

Eine Vielfalt an Spezialitäten von Bundesland zu Bundesland: ob Kärnten, Steiermark, Burgenland, Ober- oder Niederösterreich, Tirol, Vorarlberg oder Salzburg.

Jede Region trägt mit besonderen Schmankerln, Handwerk und Tradition zum besonderen Reichtum des Landes an Schinken, Speck und Würsten bei.



Mit 25 Regionen startete 2005 die Initiative „Genussregion Österreich“. Heute zählt die Kooperation 120 Regionen und über 3.500 Lizenznehmer. Mit der Auszeichnung zum „GenussWirt“ konnten bereits über 50 % aller Gastronomen aktiviert werden. Zudem bestehen Kooperationen mit dem Handel. So hat die Marke eine hohe Bekanntheit beim Verbraucher erreicht. Im Folgenden werden besondere österreichische Würste, Schinken und Speck vorgestellt. Viele davon stammen von alten Nutztierrassen, die durch die Auszeichnung zur

Genussregion neue Bekanntheit erlangen. Eine originelle Idee einiger Metzger ist es, andere regionale Spezialitäten in Fleischprodukte zu integrieren. So bietet z. B. die Fleischerei Sandhofer aus Purbach am Neusiedler See (Burgenland) eine Leberstreichwurst mit Kirschen, die niederösterreichische Fleischerei Hofmann produziert Erdäpfelbratwürste vom Weinviertler Strohschwein, oder die Steirer Fleischerei Pasegger kreiert eine Dauerwurst mit Kürbiskernen.

■ **Kärnten:** Bekannt ist Gurktaler luftgeselchter Speck, eine Spezialität der Fleischerei Seiser, die

sich seit Jahrhunderten erhalten hat. Schinken und Speck werden nicht in Salzlake eingelegt, sondern trocken mit Salz eingerieben. Nach einigen Wochen in der Salz-Gewürzmischung reifen die Seiten bis zu acht Monate im besonderen Mikroklima des Tales. Weitere Spezialitäten sind die leicht geräucherte Drautaler Rohwurst aus Schweine- und Rindfleisch, Speck, Gewürzen und Rotwein. Auf keinem Kärntner Jausenbrettl fehlen Karree- und Schinkenspeck, Hauswürstel und Verhackerts, ein deftiger Brotaufstrich aus Speck und Schweinefleisch. Erwähnenswert

ist auch der Rindersaftschinken vom Kärntner Blondvieh, das sich durch einen hohen Anteil an intramuskulären Fetteinlagerungen auszeichnet. Metzger aus der Genussregion Metnitz-taler Wild verarbeiten ausschließlich Wild aus freier Wildbahn, z. B. zu Hirschsalami, -würstel und -schinken. Klassische Kärntner Produkte sind auch in Buchenholz geräucherter Bauernschinken, in Rauch getrocknete Salami sowie die rustikale Sasaka.

■ **Niederösterreich:** Hervorzuheben sind hier Schinken- und Wurstspezialitäten, z. B. das Mostviertler Bauerngeselchte, Weinviertler Fleischschmalz oder der Adlitzgrabner Schluchterspeck von Wolfgang Seidl aus Neunkirchen. Der Metzger stellt dieses und weitere Produkte aus dem Fleisch des Schneeberg Landschweins her. Ein Klassiker der ostösterreichischen Wurstküche ist die Burenwurst (Meterwurst), die es in der Metzgerei Scheiterer in Enzersfeld bei Wien noch vom Meter gibt. Selten geworden ist der Kalbsspreßkopf, für den Teile vom Kalbskopf mit Gewürzen gekocht und in eine Form gepresst werden. Die traditionelle Saumeise besteht aus dem, was beim Zerlegen des Schweines übrig-

bleibt. Nach zehn Tagen Sur wird Hackfleisch gemacht und daraus ein Knödel geformt. Diese werden im Naturnetz geräuchert.

■ **Oberösterreich:** Das Mühlviertel ist bekannt für Karreespeck und Schwarzgeselchtes. Das trocken gesalzte, drei bis vier Tage gepökelte, danach bis zu drei Wochen in Salzlake eingelegte Schweinefleisch wird zuletzt vier bis fünf Tage bei 50-55°C geräuchert. Eine Besonderheit ist der Innviertler Sur- oder Kübelspeck. Der weiße Speck vom Mangalitzta-Schwein ist besonders zart und schmackhaft.

■ **Salzburg:** Die Region Salzburger Land bietet die Preberwurst, Pfefferwürstel im Pfeffermantel oder die weißen Mettenwürstel, die ganzjährig und nicht mehr nur an Weihnachten gebrüht werden. Bekannt ist auch die Salzburger Bosna: eine Art Schweinsbratwürstchen mit Knoblauch- und Currynote.

■ **Steiermark:** Ob steirische Wildspezialitäten, z. B. Gamswürstel, von Coloman Strohmeier aus Neumarkt oder Schinken vom Weißen Edelschwein aus eigener Aufzucht von Kollar-Göbl aus Deutschlandsberg – dieses Bundesland hat eine reiche Fleischertradition. Spezialitäten

sind Knoblauchrohwrurst, Steirische Vulkanlandbraune, Turopoljespeck vom weststeirischen Schwein, oder die Breinwurst aus gekochtem Getreide (Brein, die mit Rollgerste, Reis, Buchweizen und/oder Hirse angereichert ist.

■ **Tirol:** Das Bundesland ist für diverse Karree- und Schinkenspecksorten bekannt, aber auch für Landjäger und Kaminwürzen.

■ **Vorarlberg:** Eine Delikatesse ist das Bindele, ein gesalzenes geräuchertes und gegartes Bauchfleisch. Neben Sulzen, Speck und Schinken gibt es auch hier eine Tradition für Wildspezialitäten, z. B. die Hirschboxerl (Rohwürste). Österreich ist es durch gezielte Förderung und das Schaffen einer Marketingplattform gelungen, regionale Spezialitäten stärker ins Bewusstsein der Verbraucher zu bringen und die Wertschöpfung in den Regionen zu steigern. Ein Know-how-Austausch mit Nachbarn wie Südtirol, Bayern, Allgäu, Tschechien, Ungarn und Slowenien findet bereits statt. Die Vision ist es, dieses österreichische Erfolgsmodell auf EU-Ebene gemeinsam mit interessierten Regionen umzusetzen.

F.König

www.genuss-region.at

Der einfachste Arbeitsschritt für Metzgermeister Philippe Duprais ist das Verpacken.

Er nutzt die neue Tiefziehverpackungsmaschine R 085 von MULTIVAC. Sie ist besonders kompakt, einfach zu bedienen und zeichnet sich durch ein einzigartiges Preis-Leistungsverhältnis aus.



Stuttgart, Deutschland
28. – 30. September 2014
Halle 06 · Stand E62



MULTIVAC
BETTER PACKAGING



Ein Convenience-Pionier

Dass die Kunden heute gerne küchenfertige Gerichte zum Mitnehmen kaufen, erkannte die Metzgerei Lang in Sonthofen schon vor 20 Jahren und bot damals eine pfannenfertige, marinierte Fleischzubereitung aus der Theke an. Dieser Weg wurde konsequent verfolgt und so gibt es heute fast keinen Tag ohne Partyservice- bzw. Cateringauftrag.

Seinen Meister machte Thomas Lang 1994 an der Fleischerschule Augsburg, sechs Jahre später übernahm er die familiengeführte Metzgerei, die sein Großvater 1938 gründete und sein Vater erfolgreich weiterentwickelte. Auch dieser ist ebenso wie seine Frau und Thomas Langs Schwester und Freundin täglich im Betrieb. 14 Mitarbeiter sind hier beschäftigt, davon vier in der Produktion. „Dafür bin ich zuständig und meine Schwester für den Verkauf“, sagt Thomas Lang. Der Innungsbetrieb ist der einzige noch selbst schlachtende Metzger in Sonthofen. „Alle Tiere,

die geschlachtet werden, gehen so komplett verarbeitet wie möglich auch vorne über die Ladentheke wieder raus“, erklärt er. 90 % der Fleisch- und Wurstwaren sind Eigenproduktion. Das Umsatzverhältnis von Wurst und Fleisch beträgt 80:20. Jede Woche werden acht bis zehn Schweine, zwei Stück Großvieh sowie je nach Bedarf Kälber und Lämmer geschlachtet. „Die Rinder kommen von Bauern im Umkreis von 20 km, die Schweine von einem Mäster, den wir auch etwas höher als üblich entlohnen. Das macht sich in der Qualität bemerkbar“, betont der Metzgermeister. Das schätzen



ERFOLGSFAKTOREN

- Hohe Identifikation mit dem Betrieb und Konzept
- Langjährige regionale Partnerschaften mit Bauern
- Herstellung von küchenfertigen Gerichten in Gläsern
- Fast tägliche Partyservice- bzw. Cateringaufträge
- Kreative Grillspezialitäten

PROFI-PARTNER

■ **Artikel Zusatzgeschäft – Fix-Saucen, Nudeln, Ketchup:** Fleischer (Dr. Oetker Food-Service)

■ **Bandsäge:** Kolbe Foodtec



■ **Berufskleidung:** Profidress

■ **Convenience/ Basisprodukte (Saucen, Bindemittel):** Fleischer (Dr. Oetker Food-Service)

■ **Füller:** A. Handmann Maschinenfabrik

■ **Gewürze & Hilfsstoffe:** Van Hees, Moguntia, Raps, Wiberg, Nubassa, Hagesüd

■ **Ladenbau/-theke:** akf Ladenbau

■ **Kassensystem:** Bizerba

■ **Kombidämpfer:** Rational

■ **Kutter:** Seydelmann

■ **Pökelinjektor:** J. Koch (Pökomat)

■ **Räuchertechnik:** Maurer-Atmos

■ **Scherbeneiserzeuger:** Maja

■ **Spültechnik:** Winterhalter

■ **Wolf:** K+G Wetter

KONZEPT

METZGEREI LANG – SONTHOFEN

Familiengeführte Metzgerei mit hohem Stammkundenanteil sowie kreativem Fleisch- und Wurstwarenangebot. Etabliertes Partyservice- bzw. Cateringgeschäft.

nicht nur viele Stammkunden, sondern auch „Sommerkunden“, die schon einmal mehr als 30 km Weg für ausgefallene Grillspieße, Steakvarianten oder Bratwürstchen auf sich nehmen sowie „Winterkunden“, die extra wegen saisonalem Geflügel oder Wildspezialitäten kommen. „Es ist schön zu sehen, dass immer mehr junge Menschen und Familien Wert auf regionalen Bezug und Qualität legen“, freut sich Thomas Lang. Zudem liefert die Metzgerei Wurstspezialitäten für Alphütten, die Brotzeiten anbieten, und viele Caterings für Privat- und Firmenkunden aus. Sehr beliebt ist hier der „Zigeunerbauch“, der auch zum Angebot der Heißen Theke zählt, die dreimal am Tag bestückt wird. Eine „Nichtsaison“ gibt es nicht, der Umsatz stieg permanent.

ERFOLGREICH MIT CONVENIENCE

Ein Grund dafür ist, dass sich Thomas Lang neben dem Kerngeschäft auf Küchenfertiges und Caterings spezialisiert hat. „Alles begann von 20 Jahren mit ein paar gefüllten Braten“, erinnert er sich. Heute liefert er fast täg-

lich warme Speisen aus. Dafür stehen in der Küche zwei Kombidämpfer von Rational, die auch zum Nachtgaren eingesetzt werden. Ein langjähriger Partner für Convenience-Basisprodukte wie Roux oder Gemüsebrühen ist Dr. Oetker Food-Service, vertrieben über den Außendienst der Marke „Fleischer“. „Die Produkte erleichtern uns das Kochen sehr“, sagt Thomas Lang. Seit knapp einem Jahr probiert er Rezepturen für küchenfertige Gerichte in Gläsern von Dr. Oetker Food-Service aus, die gekühlt und fachgerecht etikettiert in der Theke stehen. Im Sommer sind das Gulasch „Ungarische Art“ und Sauce Bolognese, zu denen der Fleischbestandteil vom Metzger kommt. Im Herbst und Winter gibt es Gulaschsuppe und Putengeschnetzeltes. Dafür werden je nach Rezept Zutaten wie eto Fix für Gulasch, eto Royal Pastasauce, eto Klare Fleischsuppe oder eto Fix für Bolognese hinzugefügt. Wichtig für Thomas Lang ist dabei, dass die Rezepte auch immer frisches Gemüse enthalten und er sie verfeinern kann. Einige Gläser davon liefert er an einen Dorfladen in Oberjoch auf 1.200 m Höhe, der sie an Gäste eines Campingplatzes weiterverkauft – eine Kundengruppe, die es zuvor nicht gab. „Dieses Angebot spricht sich langsam rum und die Nachfrage danach steigt zunehmend. Viele, die etwas für die Schnelle brauchen, sind darüber dankbar“, sagt der Metzgermeister.

ZUSATZARTIKEL ZUM MITNEHMEN

Den Kunden „beim Kochen zu helfen“, das setzt er auch im Laden fort. Zahlreiche Artikel aus dem „Fleischer“-Sortiment wie Eiernudeln, oder sogar Bratpfellikör liegen in den Regalen und werden gerne mitgenommen. Direkt neben der Tür steht zudem ein Regal mit „Fix“-Produkten der Marke, egal ob für Sauerbraten, oder Hackfleisch-Auflauf. „Die gibt es bei uns schon immer. Jeder, der sie einmal gekauft hat, greift nicht mehr zu anderen Fixprodukten“, sagt er. Verzehrfertig zum Genuss sind auch hunderte Paare Weißwürste, die jeden Freitag von 8 bis 11.30 Uhr beim Weißwurstfrühstück gegessen werden. Dazu kommen Menschen aller Gesellschaftsschichten zusammen und genießen diese bayrische Tradition. Und so mancher berichtet dabei vielleicht vom gefüllten Kalbsbraten oder Kassler im Bierteig, den die Metzgerei zu einem Familienfest oder Firmenjubiläum geliefert hat, und bestellt den seinen für die nächste Feier gleich mit. *mth*

www.lang-partyservice.de

Das neue SelfCookingCenter®



Senses



99 % unserer Kunden sind sehr zufrieden. TNS Infratest Kundenzufriedenheitsanalyse 2013.

Das weltweit einzige intelligente Kochsystem, das fühlt, erkennt, mit- und vorausdenkt, von Ihnen lernt und sich mit Ihnen verständigt, um Ihr Wunschergebnis zu erreichen.

Bringt viel. Verlangt wenig. Unterstützt Sie perfekt.



Kochen Sie mit uns.

www.rational-online.de



Große Handwerkskunst

Die Tiroler Bio-Metzgerei Juffinger produziert nicht nur Bio-Fleischwaren bester Güteklasse in einem modernen Produktionsbetrieb – hier prägt der Gedanke der Nachhaltigkeit das Handeln, von der Behandlung der lebenden Tiere bis hin zum Umgang mit den Mitarbeitern und den Kunden.

Mit 25 GVE (Großvieheinheiten) im Jahr aus der familieneigenen Landwirtschaft angefangen, kommt die Metzgerei heute auf 30 t Bio-Fleisch, die wöchentlich verarbeitet werden. Zwei Drittel davon sind Speck, Schinken oder Wurst. „Wir sehen uns nicht als Fleischer, sondern als Spezialisten für Fleisch“, findet Stefan Juffinger, zuständig für das „Gaumenwerk“ der Bio-Metzgerei. „Daher präsentieren wir einzelne Portionen unseres Kunsthandwerks auf Silbertellern. Seitdem wir so anrichten, verkaufen wir mehr.“ So gelingt es auch besser, Fleischteile zu verkaufen, die nicht so gefragt sind wie Kurzbratstücke. Seit gut einem Jahr gibt es das Gaumenwerk im Kufsteiner Stadtteil Zell, einer C-Lage abseits der Innenstadt. Kunden sind hier Feinschmecker, bewusste Konsumenten, auch viele „Flexitariar“, die hier das Gefühl haben, Fleisch mit gutem Gewissen verzehren zu können. Fast alle sind Stammkunden, und die Juffingers sind mit der Entwicklung des Ladens an ihrem alten Pro-

duktionsstandort sehr zufrieden. „Der Mix aus je einem Drittel Fleischverkauf, vor allem vor dem Wochenende mit Thekenberatung, Mittagstisch und Partyservice bringt bereits gute Ergebnisse“, berichtet Anton Juffinger, gelernter Metzgermeister und Oberhaupt des Familienunternehmens.

KONZEPT

BIO-METZGEREI JUFFINGER – THIERSEE/A

Bio-Metzgerei mit Schlachtung, Verarbeitung, Veredelung und Verpackung von Schinken, Speck und Wurstwaren sowie Fleisch im eigenen Haus; daneben gegenwärtig zwei Ladenlokale: eine Metzgerei in Innsbruck und das „Gaumenwerk“ sowie eine Metzgerei mit Mittagstisch in Kufstein.

ERFOLGSFAKTOREN

- Hohe Transparenz für den Kunden
- Nachhaltige Betriebsführung
- Achtsamer Umgang mit den Tieren
- Augenmerk auf die Region
- Verschiedene Standbeine
- Innovative Weiterentwicklung

VON ANFANG AN BIO

Er übernahm 1997 im Team mit seiner Frau Helga die bestehende Metzgerei und produzierte von der ersten Stunde an nach seinen Prinzipien der Nachhaltigkeit, bis 2011 der Neubau auf einer Fläche von 3.000 m² im Industriegebiet von Thiersee in Betrieb ging. Anfangs versorgte ihn die Landwirtschaft seines Elternhauses. Schnell wuchs die Zahl der Lieferanten von Bio-Rind- und -Kalbfleisch an – heute fast zu 100 % aus Tirol. Dabei kam Anton Juffinger auch zugute, dass im Tiroler Unterland viele Bio-Käsereien ansässig sind. „Für die Schweine ist das Netz mit meiner Nachfrage gewachsen. Wir halfen mithilfe des Bio-Rings Ferkel an die Bauern zu bringen, die ich diesen dann wieder abkaufen konnte“, berichtet er. Heute schlachtet er die Tiere aus einem Umkreis von 150 km selbst. Nur was von weiter her kommt, z. B. Geflügel aus Kärnten, wird, um Stress für die Tiere zu vermeiden, dort geschlachtet. Anton Juffinger sen. ist über 70, kümmert sich

aber noch um die Tierübernahmen und gewährleistet so den Kontakt zu den Bauern. Ihm ist

Foto: Bio-Metzgerei Juffinger



es gelungen, seinen fünf Söhnen etwas Wertvolles weiterzugeben: Obwohl sich jeder seinen Beruf selbst gesucht hat, zeigt ihre Wahl Familienzusammenhalt: Michael ist Landwirt und Fachmann für Verpackungstechnik, Andreas ist Programmierer und Spezialist für das eab-Softwaresystem des Hauses und der jüngste Sohn Markus ist Experte für Kühltechnik. „Wir wollen fortführen, was unser Vater begonnen hat. Ein ehrliches Handwerk, einen Betrieb, der in seiner Naturverbundenheit funktioniert,“ betont Stefan Juffinger.

MUT ZU NEUEM

Da die Nachfrage aus der Region stetig anstieg, folgte dem Laden in der Innsbrucker Markthalle das Kufsteiner Gaumenwerk. Den ersten Laden belieferte man früher mit eigenen Erzeugnissen. Als sich vor drei Jahren die Möglichkeit einer Übernahme bot, handelte Anton Juffinger. Momentan gibt es zwei Schienen, unter dem Namen „Juffinger Bio-Metzgerei“ wie momentan in Innsbruck und das Konzept Gaumenwerk als Kombination von Metzgerei und Mittagstisch. Die Konzepte bleiben voneinander getrennt: Kommen neue Standorte hinzu, wird standortspezifisch entschieden, da dies immer eine Frage der Räumlichkeiten ist. Die Idee zum „Gaumenwerk“ sollte eigentlich einen Bäcker und eine Käserei miteinbeziehen, als ein Zusammenspiel von Handwerkern für den Gaumen. Doch in Kufstein-Zell kam es nicht zur Realisation dieser Idee, die auch so funktioniert. „Die Bedientheke ist unser absolutes Steckenpferd und das, was wir eigentlich tun wollen. Aber aufgrund der produzierten Menge geht es ohne geslicete Ware nicht“, erklärt Anton Juffinger. Der eigentliche Heimmarkt macht nur 10 % der Gesamtproduktion aus, während SB-Ware bei 50 % liegt. Davon gehen wiederum 70 % nach Deutschland, hauptsächlich in den Bio-Fach-



handel. Zudem gibt es in Wien und Südtirol wichtige Vertriebspartner. Auch die Gastronomie und Hotellerie, allen voran die Bio-Hotels sind mit 20 % vom Absatz starke Partner, die an einen Metzgerbetrieb neue Herausforderungen in Bezug auf Lieferfähigkeit und Lieferrhythmus stellen. Dafür zuständig ist ein eigener Vertrieb. Der Betrieb beschäftigt 27 Mitarbeiter, davon neben Anton Juffinger acht Metzger und einen Lehrling. Er würde gerne noch mehr ausbilden, sucht aber händeringend nach interessierten jungen Leuten. Nach den Investitionen von 7 Mio. € ins neue Werk stieg der Umsatz von 2012 auf 2013 um ca. 10 %. Entsprechend der Rückmeldungen und Planungen der Vertriebspartner und Kunden wird das Wachstum 2014 im zweistelligen Bereich liegen. Ein signifikanter Umsatzanteil wird mit neuentwickelten Produkten und neuen Kunden erzielt. „Ich blicke optimistisch in die Zukunft“, sagt Anton Juffinger und ergänzt: „Aber es sind auch noch einige Herausforderungen zu bewälti-

gen.“ Priorität haben gegenwärtig die Themen Verpackung und Marketing: „Um das Vieh vom Schwanzel bis zur Schnauze zu verkaufen, braucht man eine komplette Produktrange. Man muss immer an den Point of Sale denken: Wie spreche ich den Kunden an? Wie erkennt er mich wieder? und sagt ‚Hoppala, das ist der Juffinger‘“, den kauf ich weil’s mir schmeckt.“ F.König

www.juffinger.co.at

PROFI-PARTNER

- Bandsäge: Bizerba
- Füller: Rex
- Kutter: Seydelmann, K+G Wetter
- Räucherkammer: Sorgo
- Slicer: Weber
- weber® The High Tech Company
- Wolf: Seydelmann
- Verpackungsmaschine: Variovac, VC999



Fotos: Bio-Metzgerei Juffinger, F. König



Berliner Blutwurstritter

Eine der prominentesten Berliner Fleischereien ist die Blutwurstmanufaktur von Marcus Benser, der auch als „Blutwurstritter“ bekannt ist. Das Rezept für die Blutwurst stammt vom seinem Großvater.

Die Auszeichnungen, die die Fleischerei für ihre Blutwurst erhalten hat, sind das wichtigste Element im Marketing. Marcus Benser, alleiniger Inhaber der Blutwurstmanufaktur, kam 1994 als Lehrling in den Betrieb und wurde 1996 zum Geschäftspartner. 1997 nahm er erstmals am internationalen Blutwurstwettbewerb in der Normandie teil. „Ich habe auf Anhieb Gold gewonnen. Das hat

mich angespornt, auf diesem Weg weiterzumachen“, erinnert sich der heute 40-Jährige. 2004 wurde er sogar aufgrund seiner Verdienste um die Blutwurst in die „Confrérie des Chevaliers du Goûte Boudin“ (Bruderschaft der Ritter der Blutwurst) aufgenommen – natürlich inklusive Ritterschlag. Sein Blutwurstrezept verdankt er dem Großvater: „In den Aufzeichnungen seiner Wanderjahre habe ich das Rezept gefunden. Ich habe es so übernommen, wie er es in den 1930er-Jahren aufgeschrieben hat.“ Wahrscheinlich – vermutet er aber – stammt es aus Berlin. Seine Vorfahren waren über sechs Generationen Fleischer in Thüringen, und aus Aufzeichnungen hat er erst nach dem Tod seines Großvaters erfahren, dass er während der

Wanderschaft in Berlin war. Eine Bemerkung, die der Großvater neben das Rezept schrieb, lautet: „Wo diese Wurst erst einmal eingeführt ist, lässt sich schnell ein großer Umsatz erzielen“. Eine kleine Rezeptadaption hat sich Marcus Benser dennoch getraut: „Ich verzichte auf die Schrippen (Brötchen) – wegen Glutenallergie bei einigen Kunden. Wir haben festgestellt, dass man die nicht wirklich braucht.“ Natürlich verrät er das Rezept nicht, aber soviel sei gesagt: Die Zutaten heißen Blut, Zwiebeln – alles frisch –, Speck mit Schwarte, Kochsalz und Gewürze. „Wir verwenden nur Naturgewürze. Es muss echter Thüringer Majoran sein, denn der hat den höchsten Anteil ätherischer Öle. Natürlich ist der teurer als der aus Ägypten, aber wenn er den Thüringer Majoran reibt, „entfaltet sich eine wahre Explosion an Düften“, schwärmt er. Ähnlich ist es beim Pfeffer: „Wir verwenden schwarzen Pfeffer aus Brasilien, weil der Piperinegehalt so hoch ist.“

VERBINDLICHE TRADITION

So wie die traditionelle Herstellung bei seiner Blutwurst im Vordergrund steht, hält Marcus Benser es auch mit den anderen

Produkten. Die Schweinehälften, die meist montags und mittwochs geliefert werden, kommen aus artgerechter Tierhaltung. „Die haben eine ordentliche Speckschicht, aber wir brauchen ja den Speck.“ Daher gibt es dienstags und donnerstags frische Blutwurst. „Irgendwann habe ich gemerkt, dass meine Kunden warme Blutwurst lieben. Inzwischen bringen wir deshalb ein paar der dampfenden Blutwürste direkt in den Laden – wie ein kleines Happening“, betont er. Etwa 2 t Fleisch- und Wurstwaren werden pro Woche hergestellt. Hinzu kommen weitere 2 t Blutwurst. Den Anteil an Wurstwaren, die er zukaft, schätzt er auf 5 %, z. B. Parma- und Schwarzwälder Schinken oder Corned Beef. Das Angebot der Blutwurstmanufaktur umfasst auch Konserven sowie Senf aus eigener Produktion. „Senf gehört zu Sauerkraut und zu Blutwurst einfach dazu und lässt sich ohne Aufwand herstellen“, begründet Marcus Benser. Käse und andere Produkte für das Zusatzgeschäft gibt es hier nicht – abgesehen vom frisch gekochten Mittagangebot.

Im Team der Fleischerei arbeiten neben Marcus Benser vier Angestellte im Verkauf, vier in der Pro-



ERFOLGSFAKTOREN

- Schlüsselprodukt „Blutwurst“
- Eigene Zerlegung ermöglicht günstigen Materialeinsatz
- Kompromisslos traditionelle Herstellung
- Absolute Frische
- Feste Verankerung im Bezirk



KONZEPT

BLUTWURSTMANUFAKTUR – BERLIN

Bewusst traditionelle Berliner Fleischerei mit Schwerpunkt auf Blutwurst (auch in der Kommunikation). Ladengeschäft, Großhandel und Partyservice als Standbeine.

PROFI-PARTNER

- **Bandsäge:** Kolbe Foodtec
- **Cliptechnik:** Tipper Tie
- **Entschwarzer:** Maja
- **Füller:** A. Handtmann Maschinenfabrik
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kochkessel:** Asca
- **Kühlfahrzeuge:** VW & Kiesling Fahrzeugbau
- **Kunstdärme:** Kalle
- **Kutter:** Kilia
- **Naturdärme:** ML Naturdarm
- **Pökelinjektor:** Günther Maschinenbau
- **Räuchertechnik:** Maurer-Atmos
- **Speckschneider:** Treif Maschinenbau
- **Reinigungsgeräte:** Kärcher
- **Wägetechnik:** Bizerba
- **Vakuuierere:** Komet
- **Schalensiegler/Schalen to-go-Geschäft:** ALX



duktion sowie ein Koch. Die drei Standbeine der Fleischerei bilden das Ladengeschäft, der Partyservice und der Großhandel, wobei das Ladengeschäft das wichtigste sei, stellt Marcus Benser heraus. Der Laden und die Produktion befinden sich in Berlin-Neukölln – seit 1902. Um die Blutwurst herum hat sich ein Großhandel entwickelt, indem sie etwa an „Wurst und Schinken Haase“ und an die „Holsteiner Räucher- kate“ geliefert wird. Beide haben in Berlin ein umfangreiches Filialnetz. Gefragt nach seiner Kommunikationsstrategie sagt er: „Wir sind auf

vielen Feldern aktiv, z. B. arbeiten wir mit Kooperationen und Sponsoring.“ Als Crossmarketing-Beispiel nennt er die Kooperation mit Starköchen wie Kolja Kleeberg oder Franz Raneburger. Natürlich polarisiert Blutwurst auch. „Mit dem Thema Blut sind wir bei der Regenbogenpresse ‚vorn im Bus‘, müssen aber aufpassen, dass wir nicht hinten herunterfallen. Für viele Berlinbesucher ist die Blutwurstmanufaktur eine von drei festen Anlaufstellen, neben dem Reichstag und dem Brandenburger Tor. Heike Sievers www.blutwurstmanufaktur.de

Fotos: Sievers

Damit es auch verpackt noch lecker aussieht.



www.webomatic.de

Kleine und große Lösungen.

Für Handwerk und Industrie, für den Food- und Non-Food-Bereich: WEBOMATIC bietet das ganze Spektrum moderner Vakuumverpackungsmaschinen und -linien:

- Vakuumkammermaschinen
- Schalensiegelmaschinen
- Schrumpfeinheiten
- Tiefziehmaschinen

Wirtschaftliche, kundenfreundliche, funktionelle und zuverlässige Verpackungsmaschinen – für Sie entwickelt und gebaut in unserem Familienunternehmen in Deutschland. Seit über 55 Jahren.



High Quality
aus Deutschland
made in Germany

WEBOMATIC[®]
Advanced Vacuum Packaging Systems



Mit 64 verschiedenen Leberwurstsorten ist die Metzgerei Esser sicher ein Ausnahmefall. Dass alle Sorten beim Leberwurstwettbewerb in Mannheim mit Gold ausgezeichnet wurden, steht für die hohe Qualität und sorgfältige Herstellung. Dies stellt das erfolgreiche Unternehmen u. a. durch den Einsatz eines Vakuum-Kochkutters von K+G Wetter sicher.

Der Leberwurst-Experte



Fleischermeister Karl-Heinz Esser betreibt über 30 Filialen in und um Erkelenz-Lövenich in Nordrhein-Westfalen. Bereits 1972 legte er die Meisterprüfung ab und war damals mit 20 Jahren jüngster Metzgermeister Deutschlands. 1979 gründete er am heutigen Stammsitz der Metzgerei Esser das Unternehmen Wurstspezialitäten Esser, das inzwischen rund 380 Mitarbeiter beschäftigt.

In Erkelenz-Lövenich wird in zwei Schichten von sonntagabends bis samstagabends durchgehend produziert. Alle Filialen werden täglich und mit eigenen Kühlfahrzeugen beliefert. Durch die konstante Produktion gewährleistet das Unternehmen, dass in den Filialen stets ausreichend frische Ware in den Theken liegt. Das Wurstsortiment umfasst über 100 Sorten und besteht aus Brüh-, Koch- und Rohwürsten sowie

Schinken, Sülzen und Bratenaufschnitten. Zu den Spezialitäten zählen die verschiedenen Leberwurstsorten, z. B. Rübenkrautleberwurst, Kikok-Geflügelleberwurst oder Winterleberwurst. Ein weiterer Schwerpunkt sind Convenienceprodukte wie die „Fixe Mahlzeit“, frisch gekochte und in Schalen verpackte Mikrowellengerichte – ein Angebot, das von Schülern, Singles, Berufstätigen und Senioren gerne angenommen wird. Das Fleisch für die Verarbeitung stammt von Bauern aus der Region. Geschlachtet werden die Tiere nur an Schlachthöfen mit EV-Zulassung, die strengen Richtlinien unterliegen. Für Geflügelprodukte werden nur deutsche Kikok-Hähnchen verwendet, die von der Aufzucht bis zur Schlachtung einem besonderen Qualitätsprogramm unterliegen. Zahlreiche renommierte nationale und internationale Auszeich-

ERFOLGSFAKTOREN

- Langjährige Erfahrung des Firmengründers
- Kompetente und qualifizierte Mitarbeiter
- Einsatz von moderner Produktionstechnologie, verbunden mit traditionell handwerklicher Fertigung
- Mehrere über die Jahre hinweg aufgebaute erfolgreiche Standbeine

KONZEPT

METZGEREI ESSER – ERKELENZ-LÖVENICH

Erfolgsorientierte Metzgerei mit zahlreichen Standbeinen, u. a. mehrere Filialen in Nordrhein-Westfalen, zwei Eigenmarken für Conveniencegerichte, Schul- und Kantinenverpflegung, Partyservice und Catering.



Betriebsleiter Werner Tholen



nungen und Ehrungen belegen die hohe und konstant erzielte Qualität der Produkte, die u. a. durch den Einsatz moderner Maschinen gewährleistet wird.

GLEICHBLEIBENDE QUALITÄT

Bis vor kurzem war in der zentralen Produktionsstätte ein offener Schüsselkutter ohne Vakuum und Stickstoffkühlung im Einsatz – man wollte aber für die Produkte eine weitere Qualitätssteigerung sowie kürzere Prozesszeiten erzielen. Da schon lange ein guter Geschäftskontakt mit dem Maschinenbauer K+G Wetter bestand, fanden Inhaber Karl-Heinz Esser und Betriebsleiter Werner Tholen zusammen mit Bernd Küster von K+G Wetter schnell eine passende Lösung: den Vakuum Cutmix 200 I. Dieser Vakuum-Kochkutter mit Stickstoffkühlung verarbeitet die Rohwaren schnell und schonend. Zugleich ist er sehr flexibel und eig-

net sich für die Herstellung unterschiedlicher Produkte. „Wir haben besonderen Wert auf Flexibilität bei der Produktion und eine umfassende fachliche Beratung gelegt“, sagt Werner Tholen. „Da wir bereits zwei Maschinen von K+G Wetter einsetzen und sehr zufrieden mit der Zusammenarbeit sind, war die Wahl nicht schwer.“ Produziert werden auf dem Cutmix Brät für Roh-, Brüh- und Kochwurst sowie Fertigprodukte wie Suppen, Saucen und Eintöpfe – täglich mehrere Tonnen. Bei der Entwicklung des Cutmix wurde eine große Flexibilität hinsichtlich unterschiedlicher Chargengrößen und der Herstellung unterschiedlicher Produkte berücksichtigt. Die exakte Konstruktion des Schneidraums in Kombination mit der Messer- und Schüsselform gewährleistet eine gleichbleibende Produktqualität bei voller Beladung ebenso wie bei kleineren Chargen. Für die Herstellung von Brüh- und Kochwurstbrät

kann eine Stauwand eingesetzt werden. Damit wird der Emulgiervorgang positiv beeinflusst und beschleunigt. Der Cutmix 200 I arbeitet im täglichen Dauerbetrieb sehr zuverlässig. Die Maschine ermöglicht es nicht nur, jedes Wurstbrät in kurzer Zeit und in einem Arbeitsgang herzustellen, auch der Produktwechsel erfordert nur wenige Handgriffe. Um die körperliche Belastung für die Mitarbeiter so gering wie möglich zu halten, verfügt der Kutter über eine Beschickungseinrichtung für 200-l-Fleischwagen. Die Besonderheit liegt in der exakten Führung des Fleischwagens während des gesamten Hebevorgangs. Dieser ist bis zum Schwenkpunkt in die Horizontale fixiert. Erst oberhalb der Schüssel dreht sich der Wagen und kippt seinen Inhalt in die Schüssel. Das ist gerade beim Beschicken dünnflüssiger Produkte ein großer Vorteil. Der Auswerfer entleert das fertige Produkt schnell und restlos. Der erfolgreiche Metzgermeister plant bereits, sich weiter zu vergrößern und die Produktion auszuweiten. „Hier werden wir ganz sicher wieder mit K+G Wetter zusammenarbeiten“, resümiert Karl-Heinz Esser.

www.wurst-esser.de

PROFI-PARTNER

- **Bandsäge:** Kolbe Foodtec
- **Füller:** A. Handmann Maschinenbau
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kutter:** K+G Wetter
- **Pökelinjektor:** Metalquimia
- **Räuchertechnik:** Fessmann
- **Speckschneider:** Treif Maschinenfabrik
- **Wägetechnik:** Bizerba

Fotos: Heinrichsöblier

Achtung Allergene

Alles Wissenswerte rund um das Allergenmanagement

Erhältlich ab
Anfang
November

Ab 13.12.2014 muss laut der EU-Verordnung Nr. 1169/2011 bei allen losen Produkten und Gerichten, die zum sofortigen Verzehr angeboten werden, über die enthaltenen Allergene informiert werden.

Unser Handbuch „Achtung Allergene“ klärt auf!

- **Fachinformationen**
Wie gelingt eine übersichtliche Allergenkennzeichnung?
Wie sieht ein allumfassendes Allergenmanagement im Betrieb aus?
Welche Chancen bietet die neue Lebensmittelinformationsverordnung?
- **Checklisten**
- **Tipps**
Umfangreiches Adressenverzeichnis: Welche Unternehmen bieten Unterstützung?
Wer liefert was?
- **Die wichtigsten Unternehmen auf einen Blick**



Schutzgebühr: 18 €; Subskriptionsgebühr: 15 € (bei Bestellung bis 31.10.14)
Bestellen Sie noch heute:

Fotos: © Colours-Pls - Fotolia.com; © Les Cunliffe - Fotolia.com



HIGHTECH FÜR DIE WURSTKÜCHE

Gerade bei Fleisch- und Wurstwaren lösen in erster Linie visuelle Reize beim Kunden Interesse am Produkt und damit eine mögliche Kaufbereitschaft aus. Um auch in Zukunft den sich wandelnden Kundenwünschen gerecht werden zu können, sollten sich handwerklich arbeitende Betriebe mit hochwertigen Maschinen ausstatten.

Eine wichtige Aufgabe bei der Sicherung der Produktqualität erfüllen Zerkleinerungsmaschinen. Dabei geht es zunächst einmal darum, die Fleischmasse in verschiedenen Körnungen gleichmäßig zu vermengen. Nur dann ist es möglich, ein einheitliches Produktbild der hergestellten Wurstwaren sowie eine gleichbleibende Produktqualität zu gewährleisten. Auch für die weitere Verarbeitung an einem Füller und den Koch- oder Klimakammern muss das Brät bzw. die Rohwurstmasse uniform und reproduzierbar sein.



UNIVERSELLE ZERKLEINERUNG

Der Kutter ist eine Maschine für die Verarbeitung bzw. Herstellung von Brät. Meist wird er in Kombination mit einem Fleischwolf eingesetzt, er kann aber teilweise auch die Aufgaben des Wolfes übernehmen. Mittels Kutter lassen sich alle Wurstarten, deren Herstellung einen intensiven Zerkleinerungsprozess erfordern, Schwartenemulsionen oder Fertigerzeugnisse produzieren. Moderne Kutter ermöglichen ein automatisiertes Kuttieren nach fest vorbestimmten Werten und sichern so eine standardisierte Produktverarbeitung sowie eine

konstant hohe Produktqualität. Ausgestattet mit Computersteuerungen wird jede Charge präzise nach hinterlegten Rezepturen zusammengestellt und dank der Voreinstellung hinterlegter Parameter, z. B. der Dauer des Kuttervorgangs mit unterschiedlichen Geschwindigkeiten und Temperaturabhängigkeit sowie zeitversetzten Materialzugabeschritten, stets auf die gleiche Weise verarbeitet.

Die *Maschinenfabrik Seydelmann* bietet ein vielfältiges Maschinenprogramm für das Handwerk an, z. B. den Vakuum-Kochkutter K64 AC. Selbst bei kleinen Chargen ist die Produktion wirtschaftlich, körperlich anstrengende Arbeitsschritte werden zumeist von den Maschinen erledigt und die kompakte Maschinenbauweise spart Platz im Produktionsraum. Ab einer Schüsselgröße von 60 l können die Kutter mit einer Vakuum- und einer Kochfunktion ausgestattet werden. Geschmack, Aussehen und Biss der Wurst werden unter Vakuum durch den erhöhten Aufschluss von Eiweiß und geschmackstragenden Substanzen verbessert. Der geringe Luftsauerstoffeintrag bewirkt eine längere Haltbarkeit der Ware und eine schnellere und stabilere Umrötung des Brätes. Mit der Kochfunktion werden Kochen und Kuttern im selben Arbeitsschritt erledigt und Aromen sowie Eiweißstoffe, die sonst im Kochwasser verloren gingen, im Brät erhalten.

Für die Herstellung von Brüh-, Roh- oder Kochwurst eignet sich auch der Kutter Supra Vakuum MSM 767 VA mit 130 l Schüsselinhalt von *Mado*. Hier sorgt ausgefeilte Kuttertechnik in Kombination mit der Maschinensteuerung für wiederholbare Arbeitsergebnisse. Eine programmierbare Steuerung ermöglicht es, den Kuttvorgang automatisch zu gestalten, ohne das Brät zu überkutteln. Die Festigkeit des Brätes kann auf den Wert eingestellt werden, der für die jeweilige Wurstsorte optimal ist, was zu einem festeren Biss bzw. einer lockeren Konsistenz führt. Die spezielle Geometrie und Gestaltung der Schneidhaube und der Schüssel verhindert, dass sich das Brät zurückstaut. Der Vakuumdeckel zieht Vakuum in kürzester Zeit. Die integrierte Touchscreen-Steuerung erleichtert das Bedienen. Der jeweilige Arbeitsgang lässt sich jederzeit auf dem Display ablesen. Durch den durchsichtigen Lärmschutzdeckel der Kutterschüssel kann der Kutterprozess auch optisch verfolgt und überprüft werden.

Ob Universal-, Vakuum- oder Kochkutter – ab einer Größe von 65-l-Schüsselinhalt bis hin zu 750 l gelten Kutter von *Laska* als Qualitätsmaschinen für die Brüh-, Roh- und Kochwurstherstellung. Für Einsätze in Handwerksbetrieben geeignet sind die Typen K 65, K 130 sowie der CoolCutter KCU 200, die sich in Design und Ausstattung gleichen.

Durch einen stufenlosen Antrieb der Messerwelle, sowie dem stufenlosen Mischgang (vor- und rückwärts) sind der Universalität dieser drei Modelle kaum Grenzen gesetzt. Die jeweiligen Höchstdrehzahlen erlauben eine perfekte



Foto: Maschinenfabrik Seydelmann



REINER
PURER



HY-GEN protected!

Das MAJA-Hygiesiegel für hygienische Eiserzeugung.

Die kleinsten MAJA-Scherbeneis-erzeuger sind die perfekten Partner für das Fleischerhandwerk.

- Produktion von Scherbeneis unter besonders hygienischen Bedingungen.
- Keine Hygienedefizite beim Eis-Einsatz im Lebensmittelbereich.
- Herausnehmbare Verdampferwanne für eine schnelle und einfache Reinigung von Hand.
- Für noch mehr Hygiene-Komfort: patentierte Verdampfer-Selbstreinigung **MAJA-SCS**.
- **Praktisch und bequem:** mit fahrbarem Eis-vorratsbehälter für einfaches Eis-Handling und mehr Flexibilität bei Transport und Lagerung.



SAH 85L/SAH 170L
mit fahrbarem Eis-
vorratsbehälter EV50



Halle 6,
Stand E36.2



www.hy-gen.de



Laska



Vemag Maschinenbau

Feinstzerkleinerung – sogar bei der Herstellung von feinsten Schwartenemulsionen. Das Maschinengehäuse basiert auf einer soliden Massivbauweise aus rostfreiem Edelstahl. Der Lärmschutzdeckel ist mit einem Klarsicht-Plexiglasfenster ausgestattet, damit die Produktion leicht überwacht werden kann. Der Auswerfer ist platzsparend auf der linken Seite der Maschine angebracht.

WÖLFE UND SCHNECKEN

Der Fleischwolf wird benötigt, um Fleisch zu „Faschierem“ zu zerkleinern. Gleichzeitig erfüllen diese Maschinen einen wichtigen Schritt bei der Sicherung der Produktqualität. Mit Trenn- und Sortiervorrichtungen können zusätzlich harte Bestandteile wie Knorpel, Sehnen etc. aussortiert

werden. Letzteres bezieht sich vor allem auf Trennwölfe. Mit dem Trennwolf 982 präsentiert Vemag Maschinenbau Wolf- und Trenntechnologien für die Produktionsfleischvorbereitung. Diese Maschine eignet sich zum Wolfen des Produkts auf Endkorngröße und trennt zugleich Knochenteilen, Schwarten und Sehnen mit der integrierten Trenneinrichtung ab. Dadurch wird das Produktionsfleisch bereits während des Wolfens aufgewertet – und das bei einem Durchsatz von bis zu 8,7 t in einer Stunde. Der Trennwolf mit einem Lochscheibendurchmesser von 130 mm ist als Vorsatzgerät für Vakuumfüllmaschinen mit Förderkurve ausgelegt. Er besitzt keinen eigenen Antrieb, sondern die Messerwelle wird von den Förderkurven angetrieben. Der

Trennwolf wird direkt am Auslauf der Maschine befestigt und dient so auch als Basis für den Hackfleisch-/ Trennvorsatz 801.

Für Betriebe mit wenig Platz sind Maschinen interessant, die mehrere Funktionen erfüllen oder eine weitere Maschine ersetzen. Neben Hochleistungskuttern und Wölfen bietet K+G Wetter etwa das Kombigerät aus Kutter und Wolf, den Zwilling. Auch dieser basiert auf einem robusten, komplett geschlossenen Maschinenständer – nichts vibriert und dringt in die Maschine. Alle Aggregate inklusive Steuerelektronik liegen in der Maschine, es gibt keine externen Schaltschränke. Die Wölfe dieses Herstellers sind für ihren robusten Aufbau und leistungsstarke Antriebe bekannt. Die Maschinen zeichnen sich durch ihre Laufruhe, eine lange Lebensdauer sowie eine wartungs- und servicefreundliche Bauart aus. Das Rohmaterial wird mit kaum wahrnehmbarer Temperaturerhöhung klar und sauber geschnitten. Das gewolfte Produkt ist locker in der Konsistenz.

Der Mischwolf von Paul Kolbe wurde als Alternative zum Stopfwolf entwickelt. Durch die vorhandene Mischeinrichtung und eine standardmäßige Autoreverse-Funktion wird ein sehr gutes Mischverhältnis erreicht. Beim Wolfen sorgt der Mischarm für eine gleichmä-

ßige und vollständige Leerung des Trichters. Der Mischwolf muss nicht mehr mit einzelnen Fleischstücken per Hand befüllt werden. Nach dem Auffüllen des Trichters kann das Produkt gemischt und danach direkt in ein Behältnis gewolft werden. So wird das Endprodukt völlig kontaktfrei hergestellt. Durch die optionale Mischzeitvorwahl lässt sich das Produkt in gewünschter Dauer mischen. Die Maschine schaltet sich nach Ablauf der Zeit automatisch ab. Die Personal- und Zeitersparnis sowie der hygienische Aspekt sind ein enormer Vorteil gegenüber der verbreiteten Arbeitsweise mit einem Stopfwolf. Mit vielen Ausstattungsmöglichkeiten kann jeder Mischwolf auf die individuellen

Messeneuheit!



Das neue Heinrich-Wolfschneidesystem:

- Selbstschärfend
- klares Schnittbild
- geringe Erwärmung

Heinrich GmbH
Werkzeuge und Produkte für die Fleischwarenindustrie

Maschinen und Produkte für die Fleischwarenindustrie
 Siemensstr. 7 • 72622 Nürtingen
 www.heinrichgmbh.de
 info@heinrichgmbh.de
 Tel.: 07022/97929-0

Informieren Sie sich auf der SÜFFA Halle 8 • Stand D66 über das Heinrich-Assistententeam

Nützliche Links

- www.kgwetter.de
- www.kolbe-foodtec.com
- www.laska.at
- www.mado.de
- www.risco.it
- www.seydellmann.com
- www.vemag.de

Präsenz auf der Süffa 2014

- ▶ **K+G Wetter:** Halle 8, Stand A 50
- ▶ **Kolbe Foodtec:** Halle 8, Stand C 11
- ▶ **Mado:** Halle 8, Stand B 32.1
- ▶ **Seydelmann:** Halle 8, Stand A 12
- ▶ **Vemag Maschinenbau:** Halle 6, Stand D 60



K+G Wetter

Risco

Kolbe

Fotos: K+G Wetter, Risco, P. Kolbe

Anforderungen ausgerichtet werden. Verfügbar sind die Mischwölfe mit Trichterinhalt 45, 80 und 120 l.

Fleischwölfe sind in verschiedenen Schneidgehäusedurchmessern erhältlich. Durch große Schneidgehäusedurchmesser, mit optimal abgestimmten Schneidsätzen, wird die Produktbeanspruchung reduziert, und das zerlei-

nete Fleisch weist ein klar strukturiertes Bild auf. Diese Erfahrungen machte sich *Risco* bei der Entwicklung des Füllwolfes zu Nutze. Als integriertes Vorsatzgerät bei den neuen Vakuumfüllmaschinen können somit Roh- und Brühwurstsorten unmittelbar vor dem Füllen zerkleinert werden. Eine optimale Anpassung des Produktbildes wird durch die unabhängig

von der Ausstoßgeschwindigkeit der Vakuumfüllmaschine geregelte Schneidgeschwindigkeit und verschiedenen Schneidsatzkombinationen ermöglicht. Vorteile sind nicht nur, dass Wolfen, Portionieren, Abdrehen und Clippen als ein Arbeitsgang erledigt werden, sondern zudem ein kompaktes Produktbild entsteht, das den Kunden bereits optisch überzeugt. *ast*

Lösungen für Handwerk und Industrie



Schlaufenknotmaschine E85-2

zum Aufhängen von Fleischstücken. Mit Rauchstockanlage direkt auf den Rauchspieß aufhängen.



Netzeinziehgeräte RSM

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



Fleischbindemaschinen

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



Bandsägen für Handwerk und Industrie

Perfekt für Fleisch, Fisch, Geflügel, Knochen. Als Tisch- oder Standmodelle erhältlich.



Messerschleifmaschinen

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



Rudolf Schad GmbH & Co. KG

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

MOBILES GESCHÄFT

Neben 17 festen Verkaufsstellen bietet die Metzgerei Häfele aus Winnenden ihre frischen Fleisch- und Wurstwaren seit fast 30 Jahren auch in Verkaufsfahrzeugen an. Wichtig dabei sind Metzgermeister Werner Häfele etwa eine leichte Bauweise sowie ein sparsamer Verbrauch.

Macht diese schwäbische Metzgerei seit 2011 vor allem durch ihr Markthalenkonzept auf sich aufmerksam, so ist der heute von Margit und Werner Häfele und ihren vier Söhnen familiengeführte Betrieb seit 1986 auch im mobilen Geschäft erfolgreich. Damals startete dieser auf dem Wochenmarkt in Winnenden, heute fahren sechs Verkaufsmobile jeden Wochentag außer montags zahlreiche feste Standorte im Raum Stuttgart-Heilbronn an. Die Standzeit beträgt einen halben Tag, also fünf bis sieben Stunden. „Die Standplätze sind oft in der Nähe einer Bäckerei oder in Orten, in denen es keinen Metzger mehr gibt. Mit unseren Verkaufsmobilen erzielen wir gut 20 % unserer Erlöse aller Verkaufsstellen“, berichtet Werner Häfele.

STABILE PARTNERSCHAFT

Der Erfolg im mobilen Verkauf sei von vielen Faktoren abhängig, aber vor allem vom Standort und dem richtigen Standplatz bei Wochenmärkten sowie dem Geschick und der Motivation der Mitarbeiter. Vier Verkaufswagen starten an der Schlacht- und Produktionsstätte in Ilsfeld-Auenstein, zwei am Stammhaus in Winnenden. Angeboten wird darin ein klassisches Metzgersortiment mit frischen Fleisch- und Wurstwaren. Umsatzmäßig beträgt das Verhältnis von Wurst und Fleisch 70:30. Das mobile Geschäft hat sich für die Metzgerei nachhaltig entwickelt und sei für das Gesamtunternehmen positiv.

Seit rund 20 Jahren ist die Metzgerei dabei Kunde von Seico



Seit 1986 verkauft Frau Kortum frische Fleisch- und Wurstwaren auf dem Wochenmarkt in Winnenden – nun auch aus Fahrzeugen von Seico.

Verkaufsfahrzeuge. „Erst war es nur ein Fahrzeug, heute sind es vier“, sagt Werner Häfele. Bei den je zwei Mobilen und Anhängern schätzt er vor allem die leichte Bauweise, die andere vergleichbare Modelle nicht aufweisen, und über die Jahre hinweg zu geringeren Benzinkosten führte. Die Fahrzeuge können von allen Mitarbeitern gefahren werden – auch von jungen, die einen neuen Führerschein haben, der das Fahren bis 3,5 t reglementiert. Die Thekenlänge in den mobilen Geschäften liegt zwischen 3,50 m und 4,80 m. Wichtig ist neben der professionellen technischen Ausstattung eine Warenzuladung von 250 bis 300 kg.

„Schon einige Male eröffneten wir nach einer Präsenz durch ein mobiles Geschäft in einem Teilort bzw. Ort sogar eine feste Verkaufsstelle, z. B. in Stuttgart-Wangen. In einem weiteren Ort außerhalb Stuttgarts entwickelt sich derzeit aus dem mobilen Verkauf eine neue Markthalle“, betont der erfahrene Metzgermeister. Getestet wird ein neuer mobiler Standort in der Regel über einen Zeitraum von vier bis zehn Wochen, dann entscheidet er, ob es sich weiter lohnt. „Der mobile Verkauf hat im Gegensatz zu einer festen Filiale, an die man über zehn Jahre gebunden ist, eine geringe und flexible Grundkostenstruktur“, erklärt er. Und so ist Werner Häfele zuversichtlich, auch in den nächsten Jahren die ein oder andere Marktlücke in Sachen Fleisch und Wurst im ländlichen Raum noch zu schließen. *mth*

www.metzgerei-haefele.de,
www.seico.de

*Der neue
Vakuumfüller
mit Hebevorrichtung
für das Handwerk!*

 **SUFFA** 28.-30.09.2014
Halle 8 Stand C20

handtmann

VF 612 H

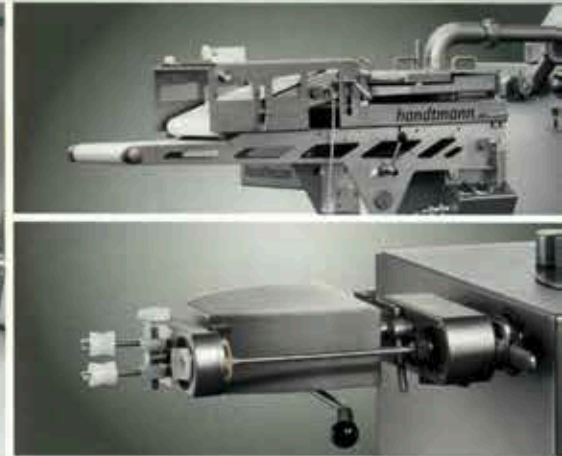
NEUHEIT

... der neue VF 612 H mit Hebevorrichtung.

Entdecken Sie den neuen Handtmann Vakuumfüller VF 612 H für Ihren Betrieb. Beste und neueste Maschinenteknik perfekt angepasst an die Produktion eines modernen Handwerksbetriebs. Mit Hebevorrichtung für die einfache Beschickung mit 120 oder 200 Liter Brätwagen.

Profitieren auch Sie von neuester Handtmann Technologie!


handtmann
Ideen mit Zukunft.



Der neue Handtmann Vakuumfüller VF 612 H

Die perfekte Portionier- und Abdrehrmaschine für Handwerksbetriebe, die in Brätherstellung und -transport Brätwagen einsetzen. Eine Füllleistung von 2.000 kg pro Stunde und eine Armhebevorrichtung erfüllen alle Anforderungen an Effizienz und Wirtschaftlichkeit. Mit einem Fülldruck von 35 bar stehen genügend Kraftreserven auch für hochviskose Produktsorten, wie beispielsweise Rohwurst, zur Verfügung.



Zusätzliches Umsatzpotenzial durch Vorsatzgeräte wie Haltevorrichtung, Dosiersysteme und Rundformer

Profitieren Sie von diesen Vorteilen

- ⊙ *Kostenkontrolle bei jeder Portion durch hohe Portioniergenauigkeit*
- ⊙ *Exzellente Produktqualität durch das einzigartige Handtmann Flügelzellenförderwerk*
- ⊙ *Starke Portionierleistung bis zu 450 Portionen pro Minute*
- ⊙ *Einfache Bedienung am 10"-Farbdisplay und Speicher für 300 verschiedene Produkte*
- ⊙ *Niedrige Betriebs- und Wartungskosten durch langes Wartungsintervall*

handtmann
Ideen mit Zukunft.

Hochwertige *feinwürzige* Kochwurst-Spezialitäten

In den kommenden Herbstmonaten lassen sich Kochwurst-Variationen besonders gut forcieren. Die Nachfrage steigt und damit auch die Verkaufschancen für bewährte und ausgereifte Ideen. Der HAGESÜD-Kundenservice empfiehlt, folgende Ideen zu forcieren:



◀ **Schnittlauch-Kalbfleisch-Leberwurst:** streichart, cremig und würzig. Die eindrucksvolle Optik wird durch den Zusatz von frischem Schnittlauch wirkungsvoll unterstützt.

▶ **Pfeffer-Leberpaté mit Preiselbeeren:**

Die feine Art, exzellenten Genuss zu servieren. Der fruchtige Geschmack von Preiselbeeren oder Cranberries harmoniert ideal mit der pikanten, dezenten Pfeffernote.



Als Zusatzwürzung empfiehlt HAGESÜD die Neuheit

SCHARF UND WÜRZIG PEPPER-POWDER,
Art. Nr. 0874 0

Ein halbes Gramm genügt und man erreicht ein pfefferbetontes Geschmacksprofil, das mit Jalapeños, Chili und Paprika optimal und einzigartig abgerundet ist.

Das technologische Know-how und die bewährten Gewürzmischungen, die auf die regionalen Anforderungen zugeschnitten sind, erhalten Sie über das Internet oder beim zuständigen Außendienstmitarbeiter.

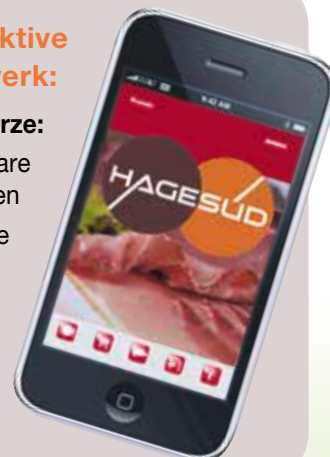


MOBILE IDEENQUELLE für aktive
Unternehmer im Metzgerhandwerk:

Wir bieten mehr als Gewürze:

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

**Geben Sie einfach folgende URL
in Ihr Smartphone ein:**
www.hagesued.de



Weitere Informationen können über den zuständigen Gewürzberater, das Internet unter www.hagesued.de, www.facebook.com/HagesuedInterspaceGewuerzwerkeGmbHCoKg, per E-Mail an info@hagesued.de oder kostenfrei beim Unternehmen bezogen werden:



HAGESÜD INTERSPICE Gewürzwerke GmbH & Co. KG

Abteilung Marketing, Saarstraße 39, 71282 Hemmingen, Tel.: 07150 / 942 680, Fax: 07150 / 942 880



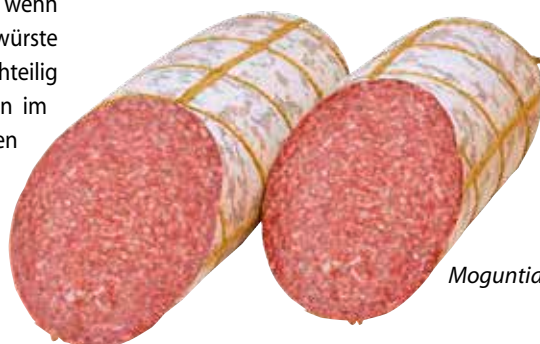
WELCHE HÜLLE FÜR WELCHE WURST?

Bei der Wahl der Wursthülle spielen neben Produktions- und Absatzmöglichkeiten die Tradition und die Überzeugung eine wesentliche Rolle. Diese beiden Gesichtspunkte kommen vor allem häufig bei traditionellen und regionalen Wurstspezialitäten zum Tragen.

Natürliche Produkte sind bei den Verbrauchern sehr beliebt. Deshalb stehen gerade Naturdärme bei Fleisch- und Wurstwaren hoch im Kurs, da sie den Begriff „Natur“ ja schon im Namen tragen. Der Naturdarm ist ein Klassiker in der Fleischerei, wenn es um rustikale Brüh-, Koch- oder Rohwürste mit traditioneller Anmutung geht. Nachteilig war früher immer, dass man Würstchen im Naturdarm nicht gleichmäßig herstellen konnte, sondern unterschiedliche Längen und Kaliber bei gewichtsgleichen Würstchen in Kauf nehmen musste. Aber gerade Gleichmäßigkeit bei

Stückwaren ist für den Kunden heute ein Indiz für hohe Qualität, da sie Vertrauen in die Produkte vermittelt. Diese Unterschiede machen sich besonders bei Ware wie frischer Bratwurst auf dem Grill bemerkbar. Nachfolgend werden

einige Neuheiten und Lösungen aus diesem Marktsegment vorgestellt. So entwickelt etwa CDS Hackner permanent Lösungen, die den Einsatz von Naturdärmen in der Wurstproduktion erleichtern, die Kalibertreue sichern und auch unter ökonomischen Gesichtspunkten punkten. Für die kundenindividuelle Vorkonfektion von Naturdärmen bietet das Unternehmen die SilberPfeil® Tubes. Ergänzt wird diese Lösung durch neue Varianten wie SilberPfeil® Pipe und den SilberPfeil® NonStop, die auch die Umsetzung von Sonderwünschen ermöglichen. Mit regelmäßig etwa 18 m Schweinedarm pro Tube erhöht der SilberPfeil® NonStop die Laufzeit





därme umfassen eine Vielzahl von Formgebungen, Größenauswahl und Farbspektren und bieten durch Funktionen wie Rauch- oder Gewürzaufnahme einen zusätzlichen Nutzen für Hersteller und Verbraucher.

SPM * Sun Products bietet Value Added Casings, die dem Anwender Effizienz und eine kontinuierliche Qualität der Produkte garantieren sollen. Bei Sun Flavor Gourmet handelt es sich um geraffte Gewürzdärme, deren Verarbeitung die Produktivität erhöht. Es gibt sie als Hochbarrieredärme oder durchlässige Hüllen (Kaliber 60 bis 135 mm). Neu sind hier die Sorten Capicola, Avignon, Iberia und Menton. Auch kundenspezifische Lösungen können realisiert werden. Die Sun Spice Därme warten z. B. mit den Geschmacksvarianten

Calabria, einer Kräutermischung mit Tomaten-Oliven-Note, Brasilia, einer scharfen Pfeffer-Chili-Mischung, Sarasota, einer fruchtigen Mischung aus Orange und Chili sowie Taco, einer hellroten Mischung mit Kreuzkümmelnote, auf. Sie eignen sich für Kochpökewaren, Schinkenprodukte und Rohwurst. Die Hochbarrieredärme Sun Smoke (Flüssigrauchdepot) und Sun Caramel (Karamelldepot) sind von Flachbreite 42,5 mm bis 300 mm transparent oder farbig erhältlich. Das Lieferprogramm ergänzen die Sun Smoke und Sun Caramel Hochbarrierefilme, beschichtete Flachfilme, die für die Anwendung auf den Polyclip TSA- und TSCA-Maschinen entwickelt wurden. Besonders im Bereich der Kunstdärme lag der Fokus in den letzten Jahren auf Value Adding Produkten, d. h. Hüllen mit einem Zusatznutzen für den Anwender. Zusätzliche Funktionen, z. B. der Übertrag von Rauch, Farbe oder



der Füllmaschinen bei gleichem Personaleinsatz. Durch die spezielle Technik des Aneinanderschweißens sind auch lange Därme zuverlässig kalibertreu.

Auch DIF international sortiert und verarbeitet die konservierten Därme mit modernster Technologie und mithilfe qualifizierter Mitarbeiter. Die Därme zeichnen sich durch optimale Fülleigenschaften sowie einen hohen Frischegrad aus. Ein weiteres wichtiges Qualitätskriterium ist die frische Farbe der natürlichen Wursthüllen. Zum Lieferumfang gehören in

diesem Bereich Schweinedärme, Schweinefettenden und laminierte Schweinedärme (Vasco). Erhältlich sind Naturdärme beispielsweise bei Fachhändlern wie Enders oder Ehlert sowie direkt bei Anbietern wie Peter Gelhard Naturdärme oder Schinner Naturdärme.

VIELSEITIG UMHÜLLEN

Was der Naturdarm an Tradition und Echtheit vermittelt, ermöglicht der Kunstdarm an Variantenreichtum. Kunst-



Fotos: SPM Sun Products, Texda Textil Darm, Kalle



by World Pac

MEHR ALS NUR EIN DARM!



Vertriebs GmbH

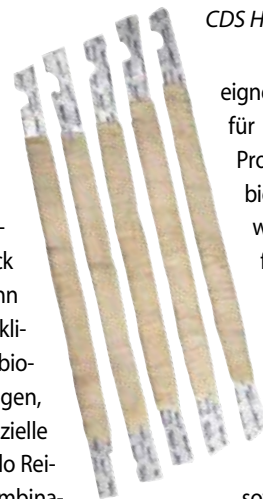
SPM*Sun Products Vertriebs GmbH
 Parkstraße 21
 76131 Karlsruhe
 Tel: 0721-62811-0
 Fax: 0721-62811-28
 spm@sun-products.de
 www.sun-products.de

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

Gewürzen von der Hülle direkt auf die Oberfläche des Wurstproduktes während des Brühvorgangs, ersparen Produktionsschritte und bringen Kosten- und Zeitvorteile. Zudem erhöhen sie die Produktsicherheit. In diesem Bereich bietet *Kalle* die Kunstdärme NaloColor, NaloSmoke, NaloProtex, NaloPro an. Zu den Produkten aus Cellulose und Kunststoff, die es in einer großen Auswahl an Farben, Formen

und Kalibern und damit für fast jede Anwendung gibt, kommen die aktuellen Produkte NaloPro Spice, NaloBar PR und NaloEco sowie mit NaloCoat ein neues Kollagen-Gel, das als Hülle dem Würstchen die gewünschte Konsistenz und Biss verleiht. Aufgrund der klimatischen Bedingungen ist es in Deutschland nicht möglich alle in der EU erzeugten Produkte identisch herzustellen. Für

mediterrane Salami wie in Italien bietet *Moguntia* ein Reifepräparat mit passenden Starterkulturen und Faserdarm in Schimmeloptik an. Den Geschmack erhält die Wurst dann nicht durch extreme klimatische und mikrobiologische Bedingungen, sondern das spezielle Aroma des Parmanello Reifepräparates in Kombination mit den AromaStart® Starterkulturen. Nur die Rauchphase kann nach Wunsch entfallen. Dafür dass sich kein unerwünschter Schimmel bildet, sorgt der Schimmelblocker Frischin® Schimmelfrei auf der Basis von Gewürzextrakten. Der natürliche Hilfsstoff verhindert das Wachstum von unerwünschtem Schimmel und sorgt so dafür, dass das mediterrane Aroma, das sich über das Reifepräparat und die Starterkulturen bildet, in reiner Form zur Geltung kommt. Obwohl aus natürlichen Rohstoffen hergestellt, zählt Textildarm zu den Kunstdärmen. Textildärme ähneln Naturdärmen optisch, sind aber nicht essbar. Sie können genäht werden und haben sich zu handwerklich hochwertigen Wursthüllen entwickelt. Einst als schützende Hülle für die Wurstmasse gedacht, wurde aus einem Stück Baumwolle oder Leinen ein handwerklich hochwertiger Wurstdarm. Wurstspezialitäten aus eigener Herstellung in textile Hüllen gefüllt, vermitteln dem Kunden eine Nähe zur Region und tragen dazu bei, die handwerkliche Kunst des Wurstmachens und Vermarktens traditionell und ursprünglich zu unterstreichen. Durch eine individuelle Bedruckung und eine kreative Farb- und Formgebung weisen Textildärme eine verkaufsfördernde Optik auf. Aufgrund der flexiblen, kreativen Aufmachungen



CDS Hackner

eignen sie sich auch sehr gut für Aktionen und saisonale Produkte. *Texda Textildarm* bietet eine vielfältige Auswahl an textilen Hüllen für Rohwurst, Koch- und Brühwurst sowie Kochpökelerwaren an. Ein Beispiel mit Zusatznutzen sind die Gewürzhüllen des *TexdaSpice*-Programms sowie Hüllen mit Rauch-,

Aroma- und Farbübertragung (*TexdaProG2*). Die Hüllen *TexdaSpice* geben Rohwurst oder Halbdauerwaren, Koch- und Brühwürsten sowie Kochpökelerzeugnissen eine gleichmäßige Außenwürzung und eine ansprechende Optik. Das One-Step-Verfahren sichert eine einfache Anwendung auf das Produkt. Die Hüllen sind als Bogenware bis max. 500 mm Breite, Rollenware sowie als genähte Abschnitte mit Cliphilfe lieferbar. Als Gewürzvariationen stehen Pfeffer bunt, grün und schwarz, Curry, Dill, Paprika, Tomate/ Basilikum, Jalapeño, Gyros, Kräuter der Provence, Rosmarin und Lauch zur Wahl. Natur- und Kunstdärme lassen sich heute also nicht gegeneinander ausschließen. Während bei einem Produkt der knackige Biss und die natürliche Optik ausschlaggebend sind, ist bei anderen Wurstwaren wiederum eine zeitsparende Verarbeitung wichtiger. Letztlich muss von Fall zu Fall entschieden werden, denn schließlich kommt es auf den Inhalt der Hüllen an. *ast*



Wellenform in Naturdarmoptik

NEU: „Top 220“ Serie für Ihren individuellen Eindruck



Neue Größe 50 x 20 für 220 g Inhalt!



Mindestbestellmenge:
nur 3 Wurstsorten
à 40 Bund = 3 x 1.000 Stück

KALLE GROUP

Kalle
Tradition ∆ Dynamik ∆ Zukunft

www.kalle.de

Nützliche Links

- www.cds-hackner.de
- www.dif-kuepers.de
- www.kalle.de
- www.moguntia.com
- www.sun-products.de
- www.texda.com



REGIONALITÄT ALS KAUFARGUMENT

Regionale Herkunft ist bei Lebensmitteln ein wichtiges Kaufargument. Als elementarer Bestandteil von regionalen Wurstsorten bedient Naturdarm den Verbraucherwunsch nach heimatlichen Spezialitäten.

Die Zahl der Konsumenten, die bereitwillig mehr Geld für regionale Produkte ausgeben, ist in den letzten drei Jahren um 3 % gestiegen. Mittlerweile ist fast jeder zweite Verbraucher von den heimischen Genusslebnissen überzeugt. Dazu kommt eine Untersuchung der Gesellschaft für Konsumforschung*. Der Naturdarm spielt bei regionalen Würsten eine besondere Rolle: Er sorgt nicht nur für den unverfälschten Geschmack und die optimale Konsistenz, sondern steht auch für die Authentizität des Originals. Für viele bekannte regionale Klassiker ist die natürliche Hülle unersetzlich. Hierzu gehören etwa Bayerische Weißwurst im engen Schweinedarm, die europaweit vor Nachahmung geschützte Nürnberger Bratwurst, Hamburger Gekochte im Rinderkranzdarm oder im Schweinemagen abgefüllter fränkischer Presssack. „Regionale Wurstprodukte im Naturdarm zeichnen sich nicht nur durch ihre Vielfalt aus, sie bieten Handel,

Handwerk und Industrie auch ein hohes Wertschöpfungspotenzial“, so Heike Molkenthin, Vorsitzende des Zentralverbands Naturdarm und ergänzt: „Die Rückbesinnung auf traditionelle Herstellung oder überlieferte Rezepturen eröffnet die Chance, Stammkunden zu binden und neue Käuferschichten zu generieren.“ Dem Handwerk ermöglichen regionale Spezialitäten eine Abgrenzung zum Wettbewerb im Handel. Um diese Potenziale auszuschöpfen, bietet der Naturdarmhandel passgenau zugeschnittene Konzepte.

AUTHENTISCHE PRODUKTE
Regionale Produkte liegen unter anderem deshalb im Trend, weil sie ein Stück „Heimat“ verkörpern sowie für Qualität stehen. Der Naturdarm verleiht der Wurst ein natürliches Aussehen und einen knackigen Biss. Als reines Naturprodukt, das bei jeder Schlachtung anfällt, erfüllt er den Wunsch der Kunden nach authentischen, ursprünglichen Produkten. In fast jeder

deutschen Region gibt es ortstypische Spezialitäten, die sich auch über den eigenen Einzugsbereich hinaus vermarkten lassen. Erfolgreiche Beispiele dafür sind regionale Köstlichkeiten, die als „geschützte Ursprungsbezeichnung“, „geschützte geografische Angabe“ oder „garantiert traditionelle Spezialität“ im Register der EU eingetragen und so vor Nachahmung geschützt sind. Bei jedem Original werden die qualitativen Merkmale in einer sogenannten Spezifikation festgehalten. So wird etwa festgelegt, welcher Naturdarm für die jeweilige Wurst verwendet werden darf. Ebenso wichtig sind die traditionelle Rezeptur sowie klimatische und geografische Besonderheiten. Inzwischen tragen 15 deutsche Fleischererzeugnisse

das Siegel „geschützte geografische Angabe“. Klassiker sind hier Nürnberger Bratwurst im Schafsaftling, Thüringer Rostbratwurst im engen Darm von Schwein oder im Saitling sowie Thüringer Leberwurst in der Schweinskrause, Schweinsblase oder im Rinderkranzdarm. Für weitere Spezialitäten wurde der Schutz bereits beantragt, z. B. für Aachener Puttes, eine würzige Blutwurstspezialität, die meist in Kranzdarmringe gefüllt und geräuchert wird, sowie für die traditionsreichen Halberstädter Würstchen mit kräftigem Rauchgeschmack und knackigem Biss. Wurstprodukte mit einem regionalen Hintergrund bieten ein attraktives Absatzpotenzial. Das kommt vor allem anspruchsvollen Verbrauchern entgegen, die sehr stark auf Qualität und Authentizität setzen.

www.naturdarm.de

Foto: Naturdarm

*Quelle: GfK Consumer Index 03/2014








Der hochwertige Schnürnetz Darm

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

KENNZEICHNUNGEN ANPASSEN

In wenigen Monaten sorgt die EU-Verordnung 1169/2011 für erweiterte Kennzeichnungsvorschriften für vorverpackte Lebensmittel sowie lose Ware. Der Großteil der Regelungen, z. B. zur Allergen Kennzeichnung, wird im Dezember 2014 zur Pflicht. Um Fehlauszeichnungen und Verstöße an der Theke zu vermeiden, sollten Fleischereien möglichst zeitnah handeln.

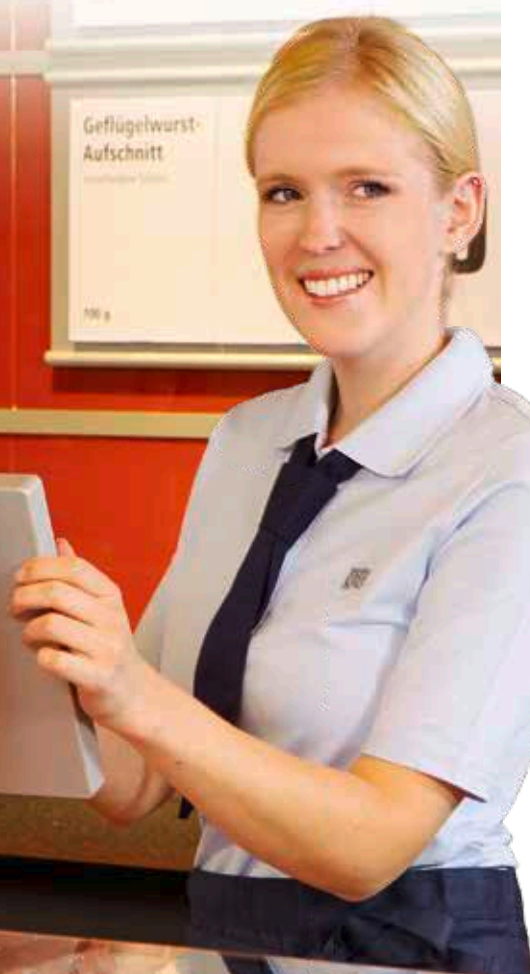
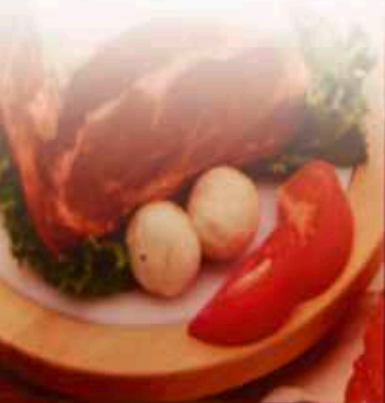
Diese EU-Verordnung schreibt exakt vor, wie Lebensmittel deklariert sein müssen. Insbesondere bei frischen, losen und im Laden vorbereiteten Produkten wie Fleisch, Wurst und Snacks sind die Betriebe für Vollständigkeit und Richtigkeit aller Anga-

ben verantwortlich. Zu den verpflichtenden Angaben auf Etiketten und Verpackungen zählen künftig eine deutliche Kennzeichnung enthaltener Allergene innerhalb der Zutatenliste und eine vollständige Nährwerttabelle. Hinzu kommen Angaben wie die vollstän-

dige Bezeichnung des Lebensmittels und des Ursprungslands, bei Tiefkühlfleisch ist die Angabe des Einfrierdatums künftig Pflicht. Die Vorgaben schreiben bis hin zur Schriftgröße viele Parameter genau vor. Für zahlreiche Erzeugnisse gelten zudem Sonderregelungen. Etwa für Hackfleisch: Dafür sind seit 1. Januar 2014 Hinweise zu Fett- und Kollagengehalt vorgeschrieben. Weitere Teilbereiche der Verordnung werden gestaffelt zur Pflicht. Ab dem 13. Dezember 2014 sind die Regelungen zur Lebensmittelkennzeichnung, etwa zur Allergen Kennzeichnung loser Ware, verpflichtend anzuwenden. Ab 13. Dezember 2016 ist eine Nährwerttabelle bei vorverpackten Produkten zwingend gefordert.

SYSTEME AKTUALISIEREN

Für Fleischereien wird es nun Zeit, die eigenen Prozesse auf die neuen Vorgaben umzustellen und die Infrastruktur entsprechend fit zu machen. Die Wägetechnik und Etikettiersysteme im Bereich der Vorbereitung, aber auch die Waagen an der Theke, sollten dafür ausgestattet sein, die neue Datenfülle zu verarbeiten und die Informationen in vorgeschriebener Form auf das Etikett, den Bon oder die Anzeige zu bringen. Dies ist vor allem wichtig für Ware, die im Produktionsraum für das Bestücken der SB-Theke vorverpackt wird. Die Systeme müssen in der Lage sein, bei Darstellung der Zutatenliste die enthaltenen Allergene per Fettdruck oder Unterstreichung hervorzuheben. Denn: Stoffe, die



Allergien oder Unverträglichkeiten auslösen, müssen sich laut EU-Verordnung eindeutig vom Rest des Zutatenverzeichnisses abheben. Zudem sollten die Betriebe darauf achten, dass Waagen und Preisauszeichner die Nährwertangaben in der geforderten tabellarischen Darstellung gliedern und drucken können. Mischformen in der Deklaration – etwa die Allergenkennzeichnung nach den neuen Vorgaben, kombiniert mit einer Nährwerttabelle nach alten Standards – sind nicht gewünscht. Betriebliches Equipment der heutigen Generation lässt sich oft schon mit einem Software-Update auf den neuesten Stand bringen. Damit alle vorgeschriebenen Angaben auf das Etikett passen, stehen mehrere Optionen zur Auswahl: der Umstieg auf größere Etikettenformate, die Ergänzung um Zweitetiketten oder der Wechsel auf flexible Linerless-Endlos-etiketten. Betriebe schützen sich so davor, wegen unvollständiger, unlesbarer oder zu klein geschriebener Etiketten gegen die Richtlinien zu verstoßen. Denn auch die Schriftgröße ist von der EU-Verordnung vorgegeben und beträgt, gemessen am kleinen „x“, mindestens 1,2 mm. Für besonders kleine Verpackungen gelten Sonderregelungen. *Mettler Toledo* z. B. bietet Etiketten in unterschiedlichen Formaten und Zuschnitten an – optional auch phenolfrei oder mit dem eigenen Logo versehen, um so seine Markenwahrnehmung zu stärken. Aber auch andere Unternehmen wie *Bizerba*, *Sharp* oder *TSC Auto ID Technology* haben leistungsfähige und arbeitserleichternde Lösungen zu diesem Thema parat. Freiwillige Zusatzinfos, die Kunden etwa über Rezeptideen oder Zubereitungstipps informieren, können zusätzlich zur Wettbewerbsdifferenzierung beitragen. Diese Zusatzinfos lassen sich auch per QR-Code bereitstellen. Vorgeschriebene Informationen wie die Allergene dürfen nicht nur per QR-Code zugänglich sein, sondern müssen im Klartext auf dem Etikett stehen.

STICHWORT: LOSE WARE

Auch bei losen, nach Gewicht an der Frischetheke zu verkaufenden Fleisch- und Wurstwaren ist ab dem 13. Dezember 2014 die Kennzeichnung allergener Stoffe vorgeschrieben. Die EU-Verordnung lässt es den Ländern dabei offen, das „Wie“ der Informationsweitergabe in einer nationalen Durchführungsverordnung zu definieren. Dazu hat das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft

den Entwurf einer nationalen Verordnung veröffentlicht. Dieser sieht für lose Ware vor, dass die Information zu allergenen Stoffen schriftlich oder elektronisch bereitgestellt und in bestimmten Fällen auch mündlich erfolgen kann – unter der Voraussetzung, dass auf die Informationsbereitstellung mittels eines Aushangs deutlich hingewiesen wird. Lebensmittel, die vorverpackt und zur Selbstbedienung angeboten werden, sind hingegen mit allen Pflichtinformationen zu versehen. Thekenwaagen eröffnen Fleischereien viele, leicht in bestehende Abläufe integrierbare Prozessmodelle zur zuverlässigen Erbringung der Allergeninformation. So kann das Bedienpersonal etwa über den Touchscreen der Waage per Fingertipp diese Informationen zum entsprechenden Artikel einsehen und den Kunden korrekt beraten. Sie lassen sich auf Wunsch auch ausdrucken, etwa auf dem Bon.

DISPLAY MIT MEHRWERT

Große kundenseitige Displays an der Thekenwaage bieten mannigfaltige Möglichkeiten, das Thema Lebensmittelsicherheit für Kunden erfahrbar zu machen. Genau abgestimmt auf das gerade abzuwiegende Produkt lassen sich auf dem Display zusätzlich zu den gesetzlich geforderten Informationen Zusatzinfos und Gütesiegel, z. B. das EU Bio-Siegel, einblenden. Bilder von der Herkunft der Erzeugnisse bereichern das Kundenbedürfnis nach Information und Lebensmittelsicherheit um eine emotionale Komponente, wenn etwa passend zum Schwarzwälder Schinken eine Landschaftsaufnahme aus der Herkunftsregion zu sehen ist. Aktuelle Thekenwaagen bieten dazu ausreichend Leistungsreserven für Zusatzanwendungen wie Digital Signage-Einblendungen. Die Verkaufsmitarbeiter können dabei in Echtzeit Einfluss auf die Einblendungen nehmen und Produktinformationen auf Kundenwunsch per Knopfdruck direkt auf das Kundendisplay der Waage schicken.

Tipps & Checklisten: Vorgaben auf einen Blick

Einen Überblick über die neuen Kennzeichnungsvorschriften der EU-Verordnung 1169/2011 und viele nützliche Tipps und Checklisten zur Umsetzung hat *Mettler Toledo* im Leitfaden „Lebensmittelsicherheit im LEH“ zusammengestellt. Ein gedrucktes Exemplar des Guides gibt es kostenlos unter: www.mt.com/retail-foodsafetyguide.

Expertentipp Mehr Zeit für das Wesentliche

Wer erfolgreich sein will, braucht reibungslos funktionierende Kernprozesse. Die Geräte, Software-Lösungen und Services von *Bizerba* tragen Tag für Tag dazu bei, ein Höchstmaß an Qualität in Handel, Handwerk und Industrie zu sichern.

www.bizerba.de

Geprüfte Sicherheit

Rückrufaktionen aufgrund verunreinigter Produkte schädigen das Image der Lebensmittelindustrie nachhaltig.

Kameragestützte Prüfsysteme von *Bizerba* sorgen täglich dafür, den GAU zu verhindern: Sie entdecken Fremdkörper in Lebensmitteln und verhindern eine Verletzung des Endverbrauchers.

Abhilfe per Ferndiagnose

Störfälle an Geräten oder Software bremsen das Geschäft aus. Für langes Überlegen und Probieren bleibt keine Zeit.

Analyse und Problembeseitigung bis zur kleinsten Schraube können heute per Remote erfolgen. Mittels Ferndiagnose erklären die Techniker von *Bizerba*, wie eine Störung am besten zu lösen ist oder schalten sich direkt auf das Gerät auf, um Fehler zu beseitigen.

Hoher Bedienkomfort

Schneidemaschinen verfügen oft über Oberflächen mit schlechten Antihaft- und Gleiteigenschaften und sind mühsam zu reinigen.

Das Veredelungs-Material *Ceraclean* erlaubt es, fettige und stark anhaftende Rückstände schnell und gründlich zu entfernen. Flüssigkeiten perlen einfach ab. Dank Anschlagplatte mit Abflussrinne gelangen weder Fleischsaft noch Schneidgutreste auf die Theke oder den Boden.

BIZERBA

closer to your business

MITEINANDER ZUM ERFOLG

Was sind die ersten Schritte, die Sie im Rahmen Ihres Konzeptes in Angriff nehmen?

Der erste Schritt ist es, sich einen vorurteilslosen Überblick zu verschaffen. Die Schwerpunkte variieren von Unternehmen zu Unternehmen, aber ich habe in den letzten Jahren festgestellt, dass die meisten Probleme in der Kommunikation liegen. Einen Überblick verschaffe ich mir durch Gespräche mit allen Betroffenen, von der Chefetage bis zu den Mitarbeitern an der Front (Verkauf, Produktion, Catering, etc.). Ich ermutige jeden frei zu reden, denn ich sichere allen Beteiligten absolute Verschwiegenheit zu.

Wenn ich das Gefühl habe eine gewissen Einblick bekommen zu haben, rede ich mit den Betriebsinhabern. In diesem Gespräch geht es um Situationen, die ich vorgefunden habe, Probleme von denen mir berichtet wurden und Dinge, die man mir nicht erzählt hat. Dabei werden keine Namen genannt. Meine Erkenntnisse versuche ich dann mit den Wünschen und Zielen der Inhaber in Einklang zu bringen. Dabei klaffen die Sichtweisen der unterschiedlichen Parteien oft weit auseinander, z. B. bei Aktionen, die lustlos durchgeführt werden und nicht den gewünschten Erfolg bringen oder eine

vermeintliche Faulheit der Mitarbeiter. Diese würden aber gerne Aktionen durchführen, sind schlecht informiert oder es gibt keine darauf abgestimmten Arbeitspläne und -anweisungen. Dass mancher Chef davon nicht begeistert ist, den Spiegel vorgehalten zu bekommen, erklärt sich von selbst. Das ist der schwierigste Punkt in meiner Zusammenarbeit. Nur wenn ich dann durch Argumente und objektive Fakten überzeugen und das Vertrauen durch das richtige Feingefühl gewinnen kann und den Willen anregt etwas verändern zu wollen, hat das Konzept eine Chance.

Was waren die größten Herausforderungen für Sie in der Landschlachterei Hanke?

Auch bei meiner Zusammenarbeit dort war mein größtes Problem die Kommunikation. Gleich beim ersten Treffen musste ich feststellen, wie es ist, wenn zwei Parteien unterschiedliche Vorstellungen von einem Gespräch bzw. Treffen haben. Ich wurde mit den Worten angekündigt: „Da kommt mal so ein Berater, der will Euch was übers Verkaufen und so erzählen.“ Also ging die Familie Hanke davon aus, dass einer erscheint, der mal wieder alles bes-

ser weiß. Und so wurde ich auch empfangen: Geballte Frauenpower schlug mir entgegen, denn aufgrund schlechter Erfahrungen mit „so einem Berater“, herrschte große Skepsis. Ich hatte kaum Zeit mein Konzept vorzustellen. Das Gespräch verlief suboptimal und ich konnte mein Anliegen nicht so vorbringen, wie ich es mir für das Konzept gewünscht hätte. Gott sei Dank fand ich bei Britta Hanke (Assistenz der Geschäftsleitung und Quereinsteigerin) Unterstützung für mein Projekt. Sie machte ein zweites Treffen aus, das dann unter den richtigen Voraussetzungen stattfinden konnte. Schließlich begannen wir das Projekt „Mit Vertrauen in die Zukunft“. Die Fleischerei sah darin eine Chance und hatte genügend Selbstkritik, um eventuelle Veränderungen anzustreben.

Wie ging es weiter?

Der nächste Schritt war die Schaffung eines „KreativTeams“. Daran nahmen Freiwillige aus allen Verkaufsteams teil. Hier ging es darum, allen das Konzept vorzustellen und zu erklären, wie wichtig das Projekt ist und dass wir an ehrlichen Meinungen,



Mit dem Konzept „Mit Vertrauen in die Zukunft“ bringt Sven Tholius, Verkaufs- und Motivationstrainer bei Frutarom Savory Solutions, Fleischereien wieder auf die Erfolgsspur. Ein Beispiel dafür ist die Landschlachterei Hanke im niedersächsischen Rheden. Im Gespräch berichtet er über die bisherige Zusammenarbeit.

Anregungen und konstruktiven Kritiken interessiert sind. Um den Start für Veränderungen zu verdeutlichen, nahmen wir mit jedem Teilnehmer eine Typberatung und ein Umstyling vor. Natürlich hat zu Beginn nicht alles zu 100 % geklappt. Es musste das richtige Pensum gefunden werden: der richtige Tag für die Meetings, das richtige Maß an Nacharbeit und die beste Basis für die Zusammenarbeit mit mir. Mit jedem Mal wurden die Meetings besser in der Organisation, der Mitarbeit, der Offenheit und der Ergebnisse. Nach fast drei Jahren lässt sich feststellen, dass die Zusammenarbeit und Verständigung, egal um welche Themen es sich dreht (Beschwerde-management, Kundengespräche, Herstellen von kreativen Gerichten, etc.), untereinander besser geworden sind. Die Ergebnisse des „Kreativ-Teams“ sind fester Bestandteil des Marketings und die Anregungen daraus haben auch zu Veränderungen in der Produktion geführt. Das Verständnis der Geschäftsleitung für eine gute Kommunikation untereinander, die Wertschätzung des Einzelnen und die Herausarbeitung von Stärken und Schwächen zur Verbesserung hat sich grundlegend zum Guten gewandelt. Zudem ist das Verständnis für Entscheidungen

der Geschäftsleitung durch das Einbeziehen der Mitarbeiter größer geworden. Beides dient dem Wohl des Betriebes und der Mitarbeiter.

Wie wurde Ihre Arbeit in dieser Fleischerei in praktikable und umsatzfördernde Maßnahmen umgesetzt?

Der maßgebliche Erfolg ist auf die Umsetzung der Ergebnisse durch das Marketing zurückzuführen. Es werden Plakate mit den erstellten Fotos layoutet und die kreierten Rezepte mit Angabe der Schöpferinnen regelmäßig an die Kunden verteilt. Dies ergibt Stoff für aktive Verkaufs- und Beratungsgespräche. Diese Fleischerei zeigt damit auf, was sie ist: ein traditioneller Handwerksbetrieb, der sich dank der Arbeit des „KreativTeams“ immer wieder den neuen Herausforderungen der Zeit stellt. Ein wirtschaftlich messbarer Nutzen ist stets die Voraussetzung für die Weiterführung des Projekts.

Wie haben Sie es geschafft das Team dort so zu fördern, dass es Herausforderungen aktiv und selbstbewusst begegnen kann?

Der wichtigste Schritt war für mich ihr Vertrauen zu gewinnen und zu sehen, wie das Vertrauen in

die Familie Hanke immer weiter gewachsen ist. So können Themen heute offen angesprochen werden. Wir haben gemeinsam festgelegt, wo die Stärken und Schwächen sind und systematisch daran gearbeitet: Fragen zu stellen gehört zum Alltag, offene Meinungsäußerung ist absolut erwünscht, die Übernahme von Verantwortung wird gefördert, die Individualität des Einzelnen wird akzeptiert und bestmöglich eingebracht. Wichtig dabei ist es, aus Fehlern zu lernen und aus Schwächen Stärken zu machen. *Vielen Dank für das Gespräch!* mth

Ursachen für Konflikte im Team

- Kein gemeinsames Ziel
- Unklare Aufgabenstellung und -verteilung
- Keine Führung
- Machtkämpfe im Hinblick auf bestimmte Positionen
- Keine klare Kompetenzregelung
- Durchsetzung von Entscheidungen
- Persönliche Befindlichkeiten/ menschliche Unterschiede
- Unterschiedliche Fachkenntnisse und/ oder Arbeitsweisen
- Ausübung von Druck

Fotos: Tholius





Diese Werbebotschaft stand zum Geschäfts-jubiläum auf jedem Kassenbon und großen Werbeschildern vor dem Laden: „100 Jahre Metzgerei Egeler – 100 % Ökostrom aus Wasserkraft“. „Grüner Strom“ kostet aber mehr, oder? Günther Egeler winkt ab: „Das war eine Überzeugungstat. Unsere Kunden wollen keine Atomkraftwerke und wir auch nicht. Als Familienunternehmer müssen wir nachhaltig denken, wenn es ums Geld geht“, sagt er. Ein weiteres Stück Nachhaltigkeit beweist die Metzgerei in der Personalführung. Mit ihrer Unterschrift auf den Überweisungsträgern der aktuellen Gehaltsabrechnungen zahlt die Chefin Christine Egeler an ihre 40 Mitarbeiter eine Erfolgsprämie von über 20.000 € aus, zusätzlich zum Gehalt. Sie begründet: „Wir haben das mit den Mitarbeitern so vereinbart: Die Hälfte der Kosten, die wir sparen, geht als Prämie an die Mitarbeiter“. Und diese haben engagiert mitgemacht, der Wareneinsatz wurde bei gleichbleibender Qualität um 2 % gesenkt.

GRÜNER STROM UND SCHWARZE ZAHLEN

Im Raum Tübingen gibt es viel Kaufkraft und „grün“ orientiertes Publikum. Viele Menschen aus der Universitätsstadt fahren zum Einkaufen von Fleisch und Wurst ins 12 km entfernte Ammerbuch-Reusten. Dort ist der sparsame Umgang mit Energie für die Metzgerei Egeler Teil der eigenen Nachhaltigkeits-Überzeugung und des Kostensparens.

HILFE VOM EXPERTEN

Bei ihrem Engagement in Sachen Nachhaltigkeit sind die Egeler Überzeugungstäter und Kostenrechner. Der Chef begründet: „Energie wird langfristig teurer werden. Wenn wir heute in den sparsamen Umgang mit Energie investieren, werden sich diese Maßnahmen in der Zukunft noch besser rechnen als jetzt schon.“ Die fundierte Grundlage für das Energiesparen hat sich die Metzgerei über den Deutschen Fleischer-Verband eingekauft. Dazu war Dipl. Ing. Axel Nolden vor Ort. Günther Egeler, auch Obermeister der Fleischerinnung Tübingen,

gibt der Energieberatung sehr gute Noten. „Das Gutachten hat uns geholfen, Abläufe im Betrieb neu zu bewerten. Manches war in der Vergangenheit zwar bequem, aber sehr energieaufwändig. Etwa, dass morgens die meisten Mitarbeiter zur gleichen Zeit kommen und zeitgleich eine große Zahl von Stromverbrauchern einschalten.“ Das ist jetzt anders. Auch ohne „Maximumwächter“ hat man es geschafft teure Verbrauchsspitzen zu kappen. Dazu werden etwa Waschmaschinen und Wäschetrockner in den produktionsfreien Zeiten eingeschalten. Der DFV-Fachmann erarbei-



Maßnahmen der DFV-Energieberatung

- Absenkung der Warmwassertemperaturen um 5°C
- Sprintsparreifen für drei Lieferfahrzeuge
- Reduzierung des Stromleistungsbezugs um 40 kW
- Austausch von Glühbirnen durch Energiesparlampen sowie Halogenlampen durch LED-Technik
- Isolierung der Warmwasserleitungen
- Einsatz von Haushaltsgeräten der Energieeffizienzklasse A+++



tete für die Metzgerei eine Prioritätenliste mit Maßnahmen. „Wir haben das dann auch abgearbeitet“, bilanziert Günther Egeler stolz. „Selbst im Büro, wo wir eine Licht-Übersorgung haben, sparen wir nun die Hälfte der Beleuchtungskosten. Wenn die stromfressenden PC-Tower fällig sind, werden sie durch energieeffiziente Notebooks ersetzt. Wurde wirklich alles umgesetzt? Nein, den von Dipl. Ing. Nolten vorgeschlagenen „Sprintsarkurs“ für die Fahrer der Lieferfahrzeuge wollte der autobeachtete Metzgermeister dann doch nicht machen.

„WURSTDUSCHE“ UND MEHR

Die Energieberatung des DFV und eine „Energieeffizienzberatung“ seines Energieversorgers brachten zweierlei: Zum einen die Realisierung ganz konkreter Energieeinsparungen. Dabei geht es immerhin um eine Kosteneinsparung von über 6.000 € im Jahr. Zum anderen entstand ein neues Bewusstsein zum Energiesparen. Günther Egeler zeigt auf eine Grafik, die den Anteil der einzelnen Stromverbraucher am Gesamtverbrauch zeigen: 29 % für Kälte, 27 % für die Backöfen, 15 % für die Rauchanlagen. Klassische Fleischereimaschinen wie Wolf, Kutter und Füller verbrauchen zusammen nur 10 %, die Räucheranlage alleine hingegen 15 %. „Vom Gefühl her hätte ich etwa gedacht, dass der Kutter viel mehr Energie verbraucht“, sagt der Metzgermeister. Dass das eigene Gefühl um den Energieverbrauch täuschen kann, erkannte er bei der Heizung der zwei Gebäude, in denen die Metzgerei integriert ist. „Dass für uns eine Ölheizung günstiger wäre als die mit Flüssiggas, hätte ich nicht erwartet“, staunte er. Die Auseinandersetzung mit dem Thema führte bei Günther Egeler dazu, dass „Energiesparen ständig im Kopf ist“. Entsprechend positiv reagiert er, wenn bei technologischen Neuerungen auch die Energieeffizienz gesteigert werden konnte. Das neueste Beispiel dafür ist die „Wurstdusche“ (s. Bild S. 58 oben) als Alternative zum üblichen Kühlen der Brühwurst. Die heißen Würste, die auf dem Kochwagen hängen, werden durch Druckluft-Zerstäuber mit feinem Dampfnebel besprüht. Durch dieses System wird die Wärme aus den Würsten gezogen. Das Abkühlen erfolgt bei geringstem Wasserverbrauch. Die vom Hersteller der Anlage, der Heinrich GmbH aus Nürtingen, angegebenen „bis zu 95 % Wassereinsparung“ bestätigt Günther Egeler. Auch die Rechnung zu dieser Investition stimmt:

Der Wassereinsparung stehen rund 10.000 € Anschaffungspreis für Wurstdusche und rund 5.000 € für den Kompressor zur Erzeugung von Druckluft gegenüber.

Auch bei der Betriebsführung erkennt man stets neue Technologien, die sowohl qualitative, ökologische wie auch Kostenvorteile haben. Ein Beispiel ist der Schnellkühler für das Garprinzip Cook & Chill. Nach dem Kochen werden die Speisen, etwa für die Herstellung der rund 20 Fertiggerichte in Gläsern und Dosen, in einer getrennten Anlage heruntergekühlt. Das spart Energie und verlängert die Haltbarkeit des gegarteten Gerichtes. Auf die Frage ob das, was man hier sehen kann, zum Nachmachen geeig-

net ist, antwortet der Chef: „Alles rechnet sich erst ab einer bestimmten Warenmenge. Man muss schon im Einzelfall rechnen, wie schnell das Geld zurückfließt. Man sollte aber auch nicht nur an die Kosten denken. Denn ein auf Nachhaltigkeit und Ökologie ausgerichtetes Konzept passt einfach in unsere Zeit.“ Was Nachhaltigkeit für ihn bedeutet, wird auch bei den Zukunftsplänen deutlich: Im Laufe der nächsten beiden Jahre steht der große Ladenneubau des Hauptgeschäfts an. Da soll dann mit Licht- und Kühltechnik viel Energie gespart werden und es kommen Baustoffe regionaler Handwerker zum Einsatz. *Fritz Gempel*
www.metzgerei-egeler.de

 **FESSMANN**
Leading in Smoking Technologies



Besuchen Sie
uns auf der
SÜFFA in Stuttgart!
28.-30.09.2014
Halle 8
Stand D20

90 Jahre
Innovation und Perfektion

Setzen Sie neue Maßstäbe mit uns.

FESSMANN GmbH und Co KG

Herzog-Philipp-Str. 39, 71364 Winnenden

Telefon 07195 701-0, Fax 07195 701-105

info@fessmann.de, www.fessmann.de



(Tief)Kühlanhänger für Profis

Der (Tief)Kühlanhänger AZK von **wm meyer®** ist ein ideales Fahrzeug für Fleischtransporte. Er ist mit 60 oder 100 mm Isolierung lieferbar. In letzterer Ausführung und mit der Kühlmaschine WMK 6 sind Innentemperaturen von bis zu -20°C möglich. Sandwichpolyesterwände mit Polyurethanschaukern, die eine hohe Nutzlast bieten und kein Kondenswasser absondern, kältebrückenfreie Aluminiumprofile und massive

Gummidichtungen tragen dazu bei, dass die Kälte im Anhänger und die Hitze draußen bleibt. Rohrbahnen gibt es gegen Aufpreis. Weitere Informationen unter: www.wm-meyer.de



Salzmilde Rohpökelwaren

Mit dem von Hagesüd entwickelten Rokatschi-Würzpökelverfahren lassen sich Rohpökelwaren nach handwerklicher Tradition herstellen. Werden die festgelegten Arbeitsabläufe eingehalten, gibt es folgende Qualitätsvorteile: eine volle Entfaltung des Aromas, die auf das Endprodukt abgestimmt ist, eine reine Entwicklung des Pökelgeschmacks, eine Intensivierung der Umrötungsvorgänge sowie ein stabiles Pökelrot. Auch die pH-Wert-Absenkung und Feuchtigkeitsabgabe sind zuverlässig geregelt. Das Verfahren beeinflusst die Fermentationsvorgänge positiv und verbessert die Lagerfähigkeit. So gelingen z. B. die Südtiroler Spezialität Coppa, ein luftgetrockneter Schweinenacken, der mit Pfeffer, Kardamom, Zimt, Anis, Fenchel und Vanille abgerundet ist, oder ein salzmilder Rückenwürschinken vom Schweinerücken mit dezentem Geschmack von Pfeffer, Wacholder, Nelken, Piment und Zimt. www.hagesued.de

Vielseitig vakuumieren

Die neue halbautomatische Doppelkammermaschine duoMat von Webomatic ist in drei Größen erhältlich. Ihr „CleanDesign“ verhindert durch die geneigten Oberflächen, dass sich Schmutzpfützen bilden. Die Maschine verfügt über drei Vakuumregelungen und ein Intervallvakuum, absolut messende Sensoren für Vakuum, MAP und Softair sowie verschiedene Dichtigkeittests. Mit den Siegelleisten lassen sich die vakuumierten Beutel sowohl doppelt versiegeln als auch versiegeln und gleichzeitig trennen. Siegellängen von 450, 650 und 850 mm erfüllen die Anforderungen verschiedener Betriebsgrößen. www.webomatic.de



Für kleine Kaliber

Der Tischclipper ClipStar Mini R ist neu im Sortiment von CT Cliptechnik Deutschland. Das Gerät ist auf kleinkalibrige Natur- und Kunstdärme im Kaliberbereich 25 bis 75 mm, je nach Darmmaterial, spezialisiert. Aufgrund der kompakten und soliden Bauweise bietet es laut Unternehmen höchste Funktionalität bei geringem Platzbedarf und einfacher Bedienung. Es können bis zu drei verschiedene Clipgrößen verarbeitet werden. Das manuelle Abschneidemeser ist Standard, wie bei allen Maschinen dieser Serie. Sie umfasst fünf Tischclipper-Maschinen – vom Allrounder ClipStar 200 bis zum Spezialisten ClipStar Mini. Alle Maschinen werden in Deutschland hergestellt. www.cliptechnik.de

Bunte Messervielfalt

Die Allzweckmesser mit Wellenschliff aus der Serie Pro Dynamic von Friedr. Dick mit ihren ergonomisch gestalteten Vollkunststoffgriffen gibt es nun in vier neuen Trendfarben. Neben den bisherigen Farben Schwarz, Blau, Rot, Weiß und Gelb, sind jetzt auch Violett, Apfelgrün, Türkis und Pink erhältlich. Charakteristisch für diese Messer ist der Wellenschliff auf der kurzen Klinge, der laut Unternehmen eine hohe Effektivität beim Schneiden garantiert. Das Schneidgut wird sauber durchgeschnitten und nicht gequetscht, sodass wertvolle Inhaltsstoffe erhalten bleiben. Zudem widersteht die feine Oberfläche Rost.



www.dick.de



Frische bewahren

Die Artikel der Frischin®-Reihe von Moguntia hemmen aufgrund ihrer spezifischen Zusammensetzung aus Genuss säuren das Wachstum von Mikroorganismen über einen verlängerten Zeitraum. Das Ergebnis: eine längere Haltbarkeit und Frische sowie eine bessere Farbhaltung. Bei Rohwurst hemmt Frischin durch die Vorbehandlung des Fettmaterials die Fettoxidation und verzögert das Ranzigwerden. Bei der Herstellung von Schwartenbrei im Kochverfahren senkt es den Keimstatus. Das vermeidet ein Aufquellen der Proteine und die Würstchen platzen nicht auf. Durch die pH-Wert-senkende Wirkung ist es auch zum Sauerstellen von Injekturen geeignet. Als Zusatz beim Zungenkochen verkürzt es die Kochzeit und die Schleimhaut löst sich leichter ab. www.moguntia.de

Gouda-Salami-Mix

Der Reibegouda mit Salami von Heinrichsthaler mit 70 % Gouda- und 30 % Salamianteil im 1-kg-Beutel ist laut Hersteller die erste Mischung dieser Art auf dem Markt. Sie ermöglicht dem Anwender eine produkt- und kalkulationssichere sowie bequeme Verarbeitung. Der Mix eignet sich etwa zum Überbacken von Suppen, Aufläufen und Backwaren, z. B. Laugenbrezeln oder Croissants, sowie als herzhaftes Zutat für Sandwiches oder Paninis, die im Kontaktgrill erwärmt werden. Auch auf Pizzaprodukten oder in Omeletten ist die Mischung einsetzbar. www.heinrichsthaler.de





Mürben und schneiden

Die S121 von Bizerba ist ein neues Multifunktionsgerät aus der Carneoline-Reihe, das als Streifenschneider und Fleischmürber

einsetzbar ist. Es schneidet Fleisch, Käse, Obst und Gemüse für Salate und Pfannengerichte. Da es auf die GN-Schale ausgerichtet ist, erübrigt sich ein Umschichten der Lebensmittel. Für präzise Ergebnisse sorgen verschiedene Schneidesätze für Streifen von 4 bis 12 mm, zum Mürben von Fleisch und für das Knitting – das Verweben z. B. von Schweinesteak, Schinken- oder Käsescheiben zu einem bratfertigen Rohling direkt für die Grillplatte. Eine kippichere Stellfläche vermeidet ein Umfallen. www.bizerba.com

4.000 Hamburger pro Stunde

Der Hackfleischformer F4000 von ABM, im Vertrieb von Rose Fleischtechnik, formt bis zu 4.000 Hamburgerscheiben pro Stunde oder die doppelte Menge Cevapcici, Nuggets, Fleischbällchen o. ä. Die Burgerscheiben können bis zu 125 mm groß sein, die Dicke ist von 1 bis 25 mm stufenlos einstellbar. Der robuste Trommelformer arbeitet weitgehend automatisch.

Nachdem die Hackfleischmasse in den Trichter gefüllt wurde, lassen sich die fertigen Scheiben vom Förderband nehmen. Es stehen diverse Formen zur Wahl, z. B. für Burger oder Cevapcici – auf Wunsch auch für individuelle Figuren. Optional ist für jede Maschine ein Papierenleger erhältlich, der die Patties automatisch auf ein Trennpapier legt. So lassen sich diese leicht stapeln und später wieder vereinzeln. www.rose-fleischtechnik.de



Kreative Kaaskunst für herbstliche Genüsse

Neu im Sortiment von der Vandersterre Groep sind ein Schnitt- sowie ein cremiger Ziegenschnittkäse. Schwarzer Trüffel, Steinpilz und Bockshornklee sind für den nussig-herben Schnittkäse Landana Trüffel & Steinpilz geschmacksbestimmend. Er ergänzt nicht nur Käseplatten, sondern eignet sich auch z. B. für gratinierte Nudelgerichte. Frisch und fruchtig im Geschmack ist der Landana Ziegenkäse Waldfrucht mit Beerenstückchen.

Er passt auf jede kreative Käseauswahl, peppt aber auch Salate auf oder kann mit einem Dipp genossen werden. Beide Varianten enthalten 50% Fett i. Tr. Die 4-kg-Laibe sind frei von Konservierungsmitteln, künstlichen Farb- und Geschmacksstoffen sowie Laktose (<0,1g/ 100 g) und Gluten. www.landanakaese.de



Multimedial werben

Mit dem Fleischerboten von Medienmacher können Speisepläne und Wochenangebote erstellt und Wochenflyer und Plakate gedruckt werden. Textarbeiten in Word entfallen. Im Fleischerboten-System

werden die einzelnen Speisen- und Produktangebote archiviert und können so leicht ausgetauscht werden. Auch spontane Änderungen und Aktualisierungen sind von überall aus möglich – Internetanschluss und Zugangsdaten vorausgesetzt. Die Angebote werden automatisch auf der eigenen Homepage sowie dem Facebook-Auftritt, auf der Lunchtime-App und -Website sowie im Intranet umliegender Firmen veröffentlicht. www.fleischerbote.com

Brennstoffe besser nutzen

Experten gehen davon aus, dass in der Fleischverarbeitung bis zu 25 % der Gesamtenergie für Reinigungsprozesse aufgewendet werden. Das Ecojet-System von SCS Schneider hilft, Energiekosten zu senken. Es wird an der Gas- oder Ölleitung installiert. Der laufende Betrieb steht dabei nicht still. Die Moleküle des Brennstoffs werden mithilfe dieses Systems so ausgerichtet, dass die Verbrennung optimiert wird. Das führt laut Unternehmen zu einer Einsparung von 2-6 %, was aber von der bestehenden der Konfiguration der Gesamtanlage abhängt. Gute Erfahrungen damit hat z. B. die Villacher Frierss Ges.m.b.H. in Österreich gemacht. Die tatsächliche Einsparung lag bei 7,7 %, was 5.100 € /Jahr entspricht. Die Amortisationszeit betrug ein Jahr.

www.ecojet.com



Reinigen und Desinfizieren mit Produkten von Seeger

Seeger

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



Desinfektionsmittel sicher verwenden. Vor Gebrauch stets Produktinformation und Kennzeichnung lesen.

Seeger-Produkte erhalten Sie im Fleischereibedarfs-Großhandel

GESUCHT & GEFUNDEN

Arbeits- und Einwegschutzkleidung, Food- und Berufskleidung

HELE
Hygiene-, Arbeitsschutzkleidung und mehr...



Gesamtkatalog gratis anfordern!

HELE GmbH
Gutenbergstr. 16 · 91560 Heilsbronn · Tel. 09872 / 9711-0
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.

boyens backservice
www.boyensbackservice.de

UNIFILLER-SYSTEME
BACKTRENNMITTEL

Darmaufziehgeräte

DA-TURBOFIX®
Steinmetz OHG

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

Weisser Maschinenbau und Großküchentechnik
Tel: 07841-680190

Entnehmungsmaschinen und -anlagen

Immer auf dem neuesten Stand ...

Das Original!
Baadern = Gewinn

BAADER
Food Processing Machinery

Genier 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

DAS LEBEN IST BEGRENZT. IHRE HILFE NICHT.

Ein Vermächtnis zugunsten von
ÄRZTE OHNE GRENZEN schenkt
Menschen weltweit neue Hoffnung.

Wir informieren Sie gerne. Schicken Sie einfach diese Anzeige an:

ÄRZTE OHNE GRENZEN e.V.
Am Köllnischen Park 1, 10179 Berlin



KRÖGER
Fleischerei- & Verpackungsmaschinen

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

LASKA

KUTTER · MISCHMASCHINEN
WÖLFE · PRODUKTIONSLINIEN
GEFRIERFLEISCHSCHNEIDER
FEINSTZERKLEINERER

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

Fleischereimaschinen

PVS Systemtechnik GmbH
Partner der Nahrungsmittelindustrie
Schneidsysteme für Feinstzerkleinerer

Ihr Spezialist für Feinstzerkleinerung
PVS Systemtechnik GmbH
Zum Hafan 4a, 21423 Winsen
Tel.: 04179/750711, Fax: 04179/75 05 270
Internet: www.pvs-micro-cut.de
E-Mail: info@pvs-micro-cut.de

▲ Füllen
▲ Kuttern
▲ Wölfen

DUCKER REX
FLEISCHEREIMASCHINEN

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



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**



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



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**
- **Mischereinigung**

www.walter-geraetebau.de

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

Klima- und Rauchanlagen

info@autotherm.de



Klima- und Räucher-technik

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



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

Kochkammern und -schränke

info@autotherm.de



Klima- und Räucher-technik

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

HEIFO
DIE PROFIS

Tel. 0541 5843-135
heifo-kuehltransporter.de

Kühl-/Tiefkühlzellen

Kühlzellen, Tiefkühlzellen und Kühlaggregate

VISSMANN

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

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



Kühl-/Tiefkühlzellen

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

Tel. 07475-451101, Fax 451102

W. Balling
Kühlanlagen
Postfach 111 · 72393 Burladingen
www.kuehl-balling.de

Kuttermesser



Eintragung
Warenzeichen
seit 1950

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

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

Eilige Anzeigen

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

Kunstärme



HansSchütt

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

Kunststoffverkleidung

Horo-Kunststofftechnik
Vertriebs GmbH

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

Ladengestaltung

promedia theken TV

Das digitale Kunden-
Informationssystem für
die moderne Fleischerei



Moderne Info-Displays

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

www.promedia-thekenTV.de

B&L NewMedia

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

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

Kuttermesser | Abschneidmesser | Schweinespaltmesser
Gattermesser | Entschwartzungsklingen | Gefriergut-schneider
Slicermesser | Kreismesser | Steakmesser | Injektormodeln
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: (089) 370 60-0
Telefax: (089) 370 60-111
Internet: www.blmedien.de
E-Mail: muc@blmedien.de

Verlagsleitung München:
Annemarie Heinrichsdobler (089) 370 60-100
Paula Pommer (Stv.) -110

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

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

Anzeigen:
Paula Pommer (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
Fritz Hesse -261

Layout:
Sanda Kantoci -256
Michael Köhler -255
Liane Rosch -258
Lifesens e.V.
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: COBADE33XXX
Gläubiger-ID: DE 13ZZZ00000326043

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

weise, nur mit vorheriger Genehmigung
des Verlages erfolgen. Im Falle von
Herstellungs- und Vertriebsstörungen
durch höhere Gewalt besteht kein
Ersatzanspruch. Für den Inhalt der
Werbeanzeigen ist das jeweilige
Unternehmen verantwortlich.

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

Gerichtsstand: Hilden






ISSN: 2192-5033

Der Informationsgemeinschaft
zur Feststellung der
Verbreitung von
Werbeträgern
angeschlossen.



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.

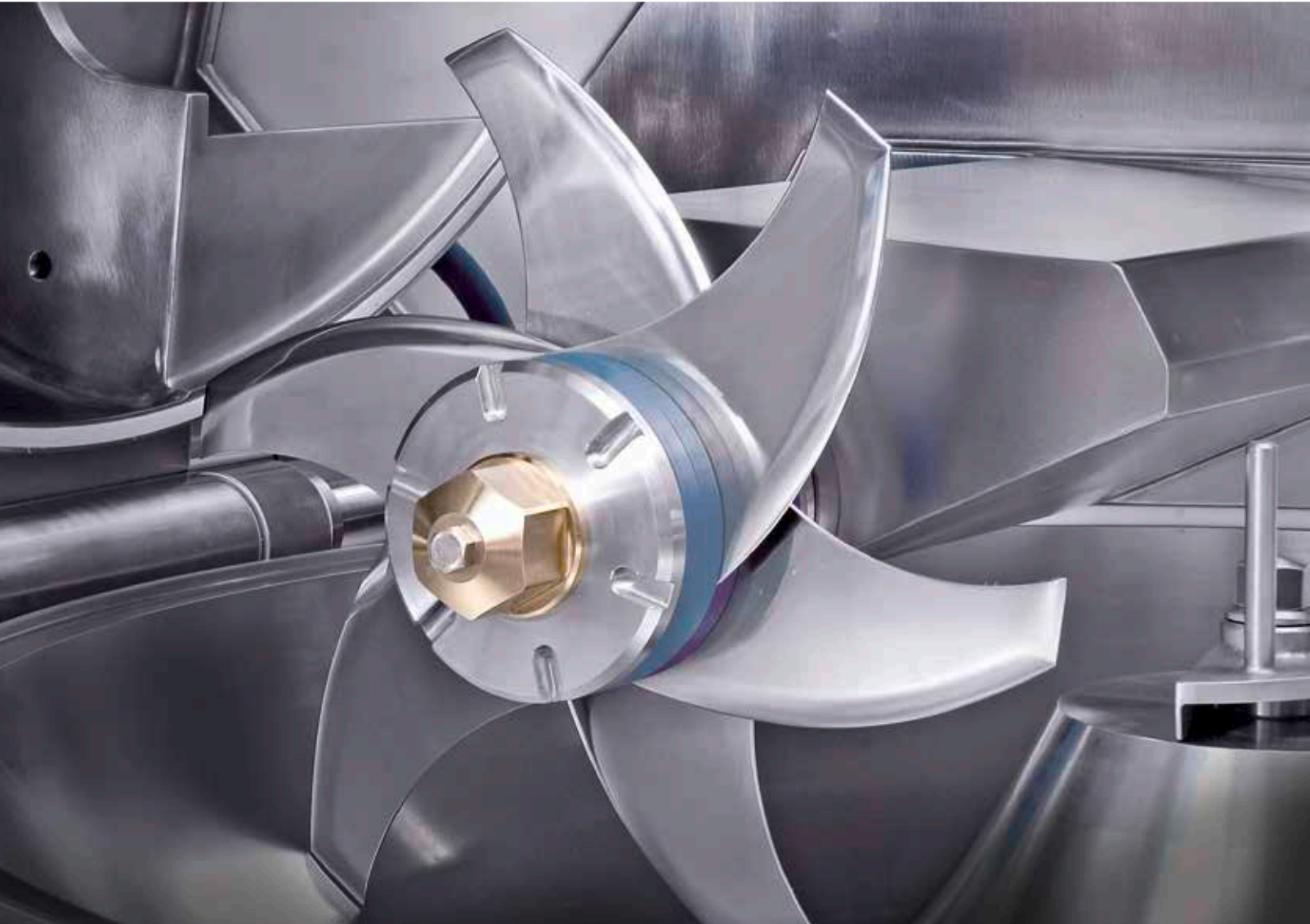
PLZ/Ort

Telefon/Fax

E-Mail

Datum/Unterschrift

Qualität hat Zukunft.



Besuchen Sie uns auf der SÜFFA!

Halle 8, Stand A 50

www.kgwetter.de

K+G WETTER

Fleischereimaschinen