

# FH FLEISCHER-HANDWERK

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



**HOMANN SNACK STAR**

Sieger und Rezepte

**FLEISCHER MIT ERFOLG**

Metzgerei David, Worms

**PRODUKTION**

Zügig Schlachten

# SNACK STAR 2014

# DANKE ALLEN TEILNEHMERN!



Die **HOMANN SNACK STARS 2014** stehen fest:

**GOLD: HEIDI'S KÄSERAUPE**

Adelheid Wagner  
Metzgerei G. Frey, Seeshaupt

**SILBER: MUFFIN-BURGER**

Rebecca Liedtke & Lena Dibbern  
Berufsbildungszentrum Plön

**BRONZE: WAFFEL-DÖNER**

Maria-Theresia Heß & Bianca Fahrenkrug  
Berufsbildungszentrum Plön

Die Preisverleihung fand im Rahmen des Deutschen Fleischer-Verbandstages in Frankfurt am Main statt. Siegerrezepte und weitere Informationen unter [www.homann.de/foodservice/snackstar](http://www.homann.de/foodservice/snackstar)



Mit freundlicher Unterstützung



# DEN NACHWUCHS BEGEISTERN!



Marco Theimer  
Chefredakteur

Sie strahlen um die Wette und berichten, warum sie einen Beruf im Fleischerhandwerk gewählt haben und diesen gerne ausüben: Jaqueline Wohland, Timo Seibel, Sara Horn, Ronny Füssing, Sebastian Bretz und Carolin Schmidt. Alle sind Protagonisten der neuen Nachwuchswerbekampagne des Deutschen Fleischer-Verbandes (s. S. 14) und auf vielen Flyern, Broschüren, und vor allem im neuen Online-Portal [www.fleischerberufe.de](http://www.fleischerberufe.de) sowie dem youtube-Kanal des Verbandes präsent. Als Laie könnte man meinen, dass es mit dem Fachkräfte- und Azubimangel gar nicht so schlimm sein kann, wenn man diese begeisterten jungen Menschen sieht. Doch leider ist es schon seit langem 5 vor 12 und es muss etwas passieren!

Die Zahl der Auszubildenden sinkt seit Jahren und viele Ausbildungsverhältnisse werden abgebrochen. Auch so mancher von Ihnen, liebe Leser, findet keine geeigneten Bewerber. Das liegt vor allem an Fehlern in der Vergangenheit, die dazu geführt haben, dass in der Öffentlichkeit ein Bild vom „blutigen Fleischer“ entstand – und bei den Fachverkäuferinnen sah das Image auch nicht viel besser aus. Dabei ist dies schon lange nicht mehr so und die Ausbildungsberufe unseres Handwerks bieten große Möglichkeiten kreativ zu sein, Kunden persönlich durch Kompetenz und Freundlichkeit zu begeistern und sein eigener Chef zu werden. Doch dazu müssen interessierte junge Menschen dort abgeholt werden, wo sie sich in Sachen Berufswahl infor-

mieren – im Internet, in Schulen und auf Messen. Der Schritt auf eine gemeinschaftliche TV-Werbung zu verzichten und das Geld lieber für Online-Portale, Social Media-Aktivitäten, Imagefilme, etc. zu verwenden ist richtig und war längst überfällig. Nun gilt es diese Instrumente zu nutzen und breitenwirksam einzusetzen und weitere junge Menschen für eine Ausbildung zu begeistern. Dabei kommt es aber auf Sie an, liebe Leser, damit Jaqueline, Timo, Sara, Ronny, Sebastian, Carolin und viele andere engagierte und motivierte Azubis und Fachkräfte weiterhin auf das stolz sein können, was sie sind und gerne tun.

**Ich wünsche Ihnen ein äußerst erfolgreiches Jahresendgeschäft und das Beste für 2015!**



Exklusiv  
für Innungs-  
Mitglieder!

„Werben Sie  
schon mobil?“



## FleischereiPilot

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

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



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



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



**Jetzt informieren!**

[www.fleischereipilot.de](http://www.fleischereipilot.de) oder Tel.: 02103 / 204700





**BRANCHENBLICK:**

Aktuelles aus Bayern ..... 5  
 Rhöner Wurstmarkt..... 6  
 Spannung in NRW..... 8

**AUS- UND WEITERBILDUNG:**

Blätter zur Berufskunde ..... 9  
 Wiberg Academy eröffnet ..... 36

**IM PORTRÄT:**

Deutschlands beliebteste Fleischer . 11

**HOMANN SNACK STAR 2014:**

Die Sieger und ihre Snacks..... 12

**FLEISCHERVERBANDSTAG:**

„Anders als Du denkst“ ..... 14

**FOOD & THEKE:**

Für Feste nur das Beste ..... 16

**FIRMENPORTRAIT:**

Bedford: Handarbeit inszenieren..... 21  
 Handtmann: Erfolg durch Dialog ..... 30

**AUS DER PRAXIS:**

Metzgerei Sparber: Internet-Verkauf.. 39

**PRODUKTION:**

Füllen per Vakuum ..... 32  
 Zügig schlachten ..... 40  
 Regionalität braucht Schlachtung .... 44

**MANAGEMENT:**

Werbung mit wenig Geld ..... 47

**RUBRIKEN:**

Neu auf dem Markt ..... 50  
 Gesucht & Gefunden..... 52  
 Impressum..... 54

**FLEISCHER MIT ERFOLG**

Werneck-Stettbach:  
 Lohnende Partnerschaft  
**Dieter Krüchel** ..... 22  
 Laer/ Münster:  
 Rollende Theke  
**Manfred Kemper** ..... 24  
 Hohenseefeld:  
 Gute Rezeptur  
**Jürgen Apel**..... 26  
 Worms:  
 Bezahlen am Automat  
**Jürgen David**..... 28

*Titelbild: Kommunikativ und freundlich – so präsentiert sich die neue Nachwuchswerbung des Deutschen Fleischer-Verbandes.*

*Foto: Deutscher Fleischer-Verband*

Beilagenhinweis: Dieser Auflage liegt eine Beilage von Düker-Rex Fleischereimaschinen, Laufach, bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.



### Fritz Gempel marketing works **Mehr verkaufen in der Theke**

In der Markthalle in Reutlingen präsentierte der Fürther Unternehmensberater Fritz Gempel auf Einladung der Fleischerinnungen Tübingen, Reutlingen und Zollernalb vor über 100 Fachbesuchern sein neues Fachbuch „Mehr verkaufen an der Theke“. Im Mittelpunkt des Abends stand eine Show aus Vortrag und Videos, mit der der Autor die Inhalte seines achten Fachbuches erklärte. Die Arbeit an der Bedientheke soll viel mehr Spaß machen. Der Autor verstand es, dies auch in seiner Buchpremiere zu vermitteln. Mit Videoausschnitten aus Spielfilmen, z. B. „Die drei von der Tankstelle“ oder „Der Berg ruft“, verdeutlichte er seine Botschaften. Auch der LIM von Baden-Württemberg, Kurt Matthes, war zu Gast sowie der Tübinger Obermeister Günther Egeler. Beide lobten den Unternehmensberater und seine Arbeit für das Fleischerhandwerk. Infos zum Buch unter: [www.gempel.de](http://www.gempel.de)



### Deutscher Fleischer-Verband **Branchennachwuchs geehrt**

Auf dem 124. Deutschen Fleischerverbands-tag wurden die Fleischerin Nadine Mekler und die Fleischereifachverkäuferin Kathrin Durban für ihre Leistungen beim Bundesleistungswettbewerb 2013 geehrt. Kathrin Durban (l.) siegte bei diesem Wettbewerb und schloss an ihre Ausbildung zur Fleischereifachverkäuferin eine Fleischerlehre an. Bei den Fleischern kam Nadine Mekler (2.v.l.) auf das Treppchen. Urkunden und Blumen erhielten sie von DFV-Präsident Heinz-Werner Süss sowie Bundeslandwirtschaftsminister Christian Schmidt.



### Moguntia **Konserven-Know-how**

Gewürzunternehmen wie Moguntia bieten Fleischern, die Wurstkonserven selbst herstellen einen umfangreichen Rezeptpool, der neben der Deklarationsempfehlung auch eine Nährwertberechnung enthält. Bei Rezepturfragen für die Etikettierung aller Zutaten stehen zudem die Außendienstmitarbeiter des Unternehmens zur Verfügung. [www.moguntia.com](http://www.moguntia.com)

### Oskutex **Zwei Marken vereint**

Seit dem 1. Oktober 2014 firmieren die beiden Marken bzw. Unternehmen Texda und Oskuda unter einem neuen Namen: der Oskutex GmbH in Georgsmarienhütte. Damit finden zwei starke Marken und 100 Jahre gemeinsame Erfahrung und Erfolg im Textil- und Kunstdarbereich unter einem Dach zusammen. Beide Marken sowie die bekannten Produkte bleiben erhalten und werden im neuen Unternehmen nach eigenen Angaben in zuverlässig guter Qualität und mit gewohnt weitreichendem Service angeboten. Dabei setzen die erfahrenen Mitarbeiter beider Unternehmen ihre langjährigen und weitreichenden Kenntnisse im Textil- und Kunstdarbereich kundenorientiert ein. [www.oskutex.com](http://www.oskutex.com)



### Metzger-Innung ArberLand **„Königlicher Weißwurst Senf“**

Zusammen mit der Senfmanufaktur Baumann hat die Metzger-Innung ArberLand um Obermeister Stefan Einsle im Umfeld der Wahl der Bayerischen Weißwurstkönigin 2014/2015 eine spezielle Senfkreation entwickelt: den „Königlichen Weißwurst Senf“. „Das Besondere daran sind die Gewürze, die so noch nie in einem Senf verwendet wurden“, so der Juniorchef der Senfmanufaktur Michael Garnreiter. Die leichte Süße und ein Hauch Meerrettich passen ideal zu bayrischen Wurstspezialitäten, was ein neues Geschmackserlebnis ermöglicht. Zudem ist der Senf ein spezielles Mitbringsel, da er nur im Metzgerfachgeschäft erhältlich ist. Weitere Infos: [www.mymetzger.de](http://www.mymetzger.de)

### Deutscher Fleischer-Verband **DFV-Gold für Michael Boddenberg**

Für seine Verdienste um das deutsche Fleischerhandwerk ehrte der Deutsche Fleischer-Verband den Fleischermeister und Vorsitzenden der CDU-Fraktion im Hessischen Landtag, Michael Boddenberg. Das DFV-Ehrenzeichen in Gold (Nadel und Urkunde) erhielt er im Rahmen der Mitgliederversammlung des 124. Deutschen Fleischerverbands-tages. Michael Boddenberg engagiert sich seit Jahren in zahlreichen Organisationen des Fleischerhandwerks, u. a. viele Jahre als Obermeister der Fleischerinnung Frankfurt. Zudem ist er Vorsitzender des Aufsichtsrates der Zentrag sowie Vorstandsvorsitzender der Gilde-Stiftung und legte die Grundlagen für eine leistungsfähige Juniorenorganisation, aus der viele Obermeister/innen und Obermeister hervorgingen. Auch sein Wirken in seinen politischen Funktionen wurde damit gewürdigt.



### Aktion Modernes Handwerk **„Sterne des Handwerks“**

Beim Wettbewerb „Sterne des Handwerks“ werden die besten Fahrzeugbeschriftungen von Handwerkern gekürt. Dafür suchen die Aktion Modernes Handwerk e. V. und Mercedes-Benz Deutschland Vertrieb Transporter und Vans die besten Fahrzeugbeschriftungen eingetragener Handwerksbetriebe. Diese können sich mit Fotos ihres teil- oder vollverklebten Firmenwagens auf [www.sterne-des-handwerks.de](http://www.sterne-des-handwerks.de) bewerben. Der Hauptpreis ist ein neue Mercedes-Benz Vito inklusive Beschriftung. Die Preisvergabe erfolgt am 12. März 2015 im Rahmen der IHM in München. [www.sterne-des-handwerks.de](http://www.sterne-des-handwerks.de)

# RHÖNER WURSTMARKT



Die 7. Auflage des „Rhöner Wurstmarkts“ war ein voller Erfolg. Über 20.000 Besucher schlemmten sich durch die lukullische Meile entlang der Marktstraße in Ostheim v.d. Rhön.

Zu Gast war auch der Bundeslandwirtschaftsminister Christian Schmidt. „Veranstaltungen wie diese sind so, wie ich sie mir vorstelle. Sie schaffen Verbrauchervertrauen und Verbraucherkompetenz“, lobte er. Alle Rekorde brach der Sonntag mit über 11.000 Gästen. Insgesamt kamen am 11./12. Oktober 1.000 Besucher mehr als 2012. Die 50 einheitlich gestalteten Stände von Metzgern, Bäckern, Brauern, Win-

zern und Direktvermarktern waren dicht umlagert. Die Aussteller reichten zehntausende Geschmacksproben über die Tresen – wohl ebenso viele Würste und Schinken wurden verkauft. Besonders gefragt waren Rhöner Presssack, Knacker und Salami. „Es war ein fachkundiges, wissbegieriges und sehr aufgeschlossenes und freundliches Publikum“, schwärmte Anton Koob, Obermeister der Metzger-Innung Rhön-Grabfeld und Mitglied des Organisationskomitees. Sowohl die Stammassteller als auch viele neuen Kollegen waren von der Feinschmeckermesse begeistert. Wohl auch deshalb sichtete Hugo Neugebauer, Präsident der Handwerkskammer Unterfranken, mit seiner Metzgerei selbst ein Aussteller der ersten Stunde, noch mehr Fachkollegen als in den Vorjahren. Ebenso zahlreich erschienen waren Bürgermeister und Vertreter von Kommunen, die sich die Veranstaltung persönlich anschauen wollten.

„Das Handwerk zeigt beim Rhöner Wurstmarkt, was es drauf hat in seiner Vielfalt und Kreativität“, unterstrich er zufrieden. Die Veranstaltung sei ein perfekter Botschafter für die wunderbare Welt der Würste. Sorgenfalten hingegen bereitet den Rhöner Metz-

gern das Thema Nachwuchs. „Die regionale Vielfalt bleibt nur erhalten, wenn wir unser Wissen an die nächste Generation weitergeben können“, so der Handwerkskammerpräsident. Ähnlich sieht dies auch der Ideengeber des Events Michael Geier. Er kann sich das Thema Nachwuchs sehr gut als Schwerpunkt der nächsten Ost-

(Küchenmeister, Bad Kissingen) und Hermann Schmitt (Geschäftsführer der Gebietsweinwerbung Frankenwein-Frankenland) die folgenden Betriebe aus: Metzgerei Helfrich (Hofheim), Metzgerei Kleinhenz (Oberleichtersbach), Metzgerei & Partyservice Anton Koob (Bad Neustadt-Brendlorenzen), Metzgerei Andreas Ortlepp (Ostheim v.d. Rhön) und die Rhönland eG (Dernbach/Thüringen). „Die Metzger haben eine fantastische Qualität gezeigt“, betonte Rolf Anger. Die prämierten Wurstspezialitäten lagen sehr eng nebeneinander, bei der Bewertung ging es nur um Nuancen. Ein Blick auf die nach DLG-Richtlinien erfolgte Auswertung belegte das Kopf-an-Kopf-Rennen der Metzger: Es ging um nur vier Punkte Unterschied bei 30 Wertungspunkten. Bei fünf der anonym vorgelegten Proben vergaben die Prüfer die volle Punktzahl und stellten keine Mängel fest. „Lediglich im Biss und Geschmack gab es Unterschiede, aber genau das soll ja bei einem handwerklich erzeugten Produkt so sein“, erklärte Rolf Anger. Aufgrund der positiven Resonanz der Metzger mit erfreulich vielen Wettbewerbsbeiträgen ist auch 2016 eine Wurstprämierung geplant. [www.rhoener-wurstmarkt.de](http://www.rhoener-wurstmarkt.de)



heimer Feinschmeckermesse im Oktober 2016 vorstellen.

## BESTER PRESSACK

Im Rahmen des 7. Rhöner Wurstmarkts wurde erstmals der beste „Rhöner Presssack“ bzw. Fuldaer Schwartenmagen ausgezeichnet. Am Schluss gab es fünf siegreiche Metzgereien. Mit dem Prädikat „Bester Presssack/Fuldaer Schwartenmagen“ zeichneten Rolf Anger (Vorsitzender des Meisterprüfungsausschusses des bayerischen Fleischerhandwerks), Klaus Kurz

## MARKENSCHAUFENSTER

**Christoph Kunad**  
Geprüfte Gebrauchtgeräte aus  
Gastronomie und Metzgerei

geprüfte Gebraucht-Geräte aus Metzgerei- u. Gastroauflösungen, großes Lager, Liste unter [www.c-kunad.de](http://www.c-kunad.de)  
E-Mail: [info@c-kunad.de](mailto:info@c-kunad.de)  
Tel.: 08272/3025 Fax 6200

**KRAMER**

**LADENBAU  
KÜHLRAUMBAU**

[www.kramer-freiburg.com](http://www.kramer-freiburg.com)

# 2. BAYRISCHE WEISSWURSTKÖNIGIN GEKÜRT



Die 27-jährige Metzgerei-Verkaufsleiterin Stefanie Forster aus Mittelfranken ist die 2. Bayrische Weißwurstkönigin 2014/2015 und repräsentiert als Steffi I. die bayrische Spezialität und das Metzgerhandwerk des Freistaates.

Aus ursprünglich 39 Kandidatinnen setzte sich die neue „Regentin“ im Finale auf dem Marktplatz in Bodenmais gegen sechs Mitbewerberinnen durch. Ihr zur Seite stehen die Zweitplatzierte Lehramtsstudentin Corinna Faltermeier aus Straßkirchen sowie die Dritte Christiane Spirk, Metzgermeisterin aus Mühlendorf. Stefanie Forster stammt aus der Landmetzgerei Moosmeier aus Münchsteinach und folgt ihrer Vorgängerin Nadja I. (Nadja Wittmann) in diesem Amt. Zu den Juroren zählten u. a. der Entertainer Roberto Blanco, der einzige Metzgermeister im Deutschen Bundestag Alois Rainer und die bisherige Weißwurstkönigin Nadja I. Bei der Wahl mussten die Finalistinnen vier Aufgaben meistern: eine impulsive Eigendarstellung mit der Begründung, warum sie zur Weißwurstkönigin gewählt werden sollten in 30 Sekunden, ein Weißwurst-Quiz, einen Weißwurst-Hindernisparkour auf dem Laufsteg mit Weißbier und Weißwurstgedeck in den Händen sowie ein bayrisches „Gstanzl“ (vorgetragen oder gesungen), das als Werbebotschaft dienen könnte. Die Jury bewertete die gestellten Aufgaben jeweils mit Noten von 1 bis 6. Danach geleitete das König-Ludwig-II-Double Dr. Siegfried Mathes Steffi I. zu ihrem roten Thron, von dem sie gerürt viele Glückwünsche entgegennahm – nicht zuletzt von ihren Eltern. Nun warten auf sie eine ganze Reihe von repräsentativen PR-Terminen und Auftritten für das bayrische Fleischerhandwerk, z. B. im Deutschen Bundestag in Berlin oder bei der „Weißwurstparty“ beim Stanglwirt in Tirol. [www.weisswurstkoenigin.de](http://www.weisswurstkoenigin.de)

## Die Finalistinnen

- 1. Platz:** Stefanie Forster (Metzgerei-Verkaufsleiterin, Mittelfranken)
- 2. Platz:** Corinna Faltermeier (Studentin Lehramt, Niederbayern)
- 3. Platz:** Christiane Spirk (Metzgermeisterin, Oberbayern)



Außerdem im Finale: Jasmin Pesold (Fleischereifachverkäuferin, Oberpfalz), Christina Burgstaller (Mediengestalterin, Oberbayern), Kathrin Hoferer (Fleischereifachverkäuferin, Mittelfranken), Corina Starrock (Metzgermeisterin, Schwaben)

## Expertentipp LMIV: Problemlos umstellen

Neue Prozesse im Rahmen der EU-Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) stellen die Branche vor mächtige Herausforderungen. Bizerba als führender Lösungsanbieter schafft Klarheit für Handel, Handwerk und Industrie.

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

## KSoftware, die Grenzen überwindet

Jede Region hat andere Regeln, etwa für die Berechnung von Nährwerten. Unsicherheit stiftet auch das Übersetzen in fremde Landessprachen.

Bizerba bietet Software-Assistenten zur Eingabe und automatischen Berechnung der Werte für die jeweiligen Regionen sowie clevere Etiketten-Vorlagen in verschiedenen Landessprachen.

## Technik, die Verbraucher aufklärt

Das Ausweisen von Zusatz- und Hilfsstoffen, die Unverträglichkeiten auslösen können, bereitet Verantwortlichen am POS Kopfzerbrechen.

Bizerba ermittelt Inhaltsstoffe und Allergene mithilfe eines intelligenten Warenwirtschaftssystems. Transparente Verbraucherinfos auf Ladenwaagen und Thekenetiketten sind damit auf Knopfdruck möglich.

## Etiketten, die Platz für neue Inhalte bieten

Verpackungen müssen nun viel mehr Informationen ausweisen als früher. Gewöhnliche Etiketten sind dafür oft zu klein, größere überdecken das Produkt.

Von der individuellen Gestaltung im Handwerk bis hin zum dreiseitigen Druck im vollautomatisierten Umfeld: Etiketten von Bizerba bieten genügend Platz, um etwa Allergene sofort erkennbar zu machen.

**BIZERBA**

closer to your business

# SPANNUNG IN NRW



Die Sieger der Kammerwettbewerb in den Berufen Fleischer/-in und Fleischer-Fachverkäufer/-innen traten in Essen gegeneinander an. Pascal Mahlberg (Metzgerei Wingen, Swisttal) gewann mit einer Gesamtwertung von 2.616 Pkt. Zweiter

wurde Robin Twehues (Fleischerei Hidding, Nordwalde), Dritter Frank Rogalski (Fleischerei Overbeck, Herford). In der Teildisziplin „Rinderkeule ausbeinen“ z. B. erreichten die beiden Erstplatzierten je volle 300 Punkte, und auch beim „Herstellen von küchenfertigen Erzeugnissen“

Den Praktischen Landesleistungswettbewerb Nordrhein-Westfalen entschied der Fleischer Pascal Mahlberg und die Fleischereifachverkäuferin Maria-Theresa Stenmans für sich.

lagen beide mit 298 Pkt. gleichauf. Spannend war es auch bei den Fleischerei-Fachverkäuferinnen, wo Maria-Theresa Stenmans (Fleischerei Heiss, Grefrath) mit 2.517 Pkt. siegte. In ihren Paradedisziplinen „Legen und Garnieren einer gemischten Käseplatte“ und „Herichten und Präsentieren eines Hauptgerichtes mit Fleisch“ kam sie auf 292 bzw. 291 Punkte. Platz 2 belegte Natascha Wilms (K+K Klaas + Kock, Filiale Steinfurt), der mit 295 Pkt. beim „Herstellen und Anrichten von Kanapees“ die beste Einzelwertung gelang. Dritte wurde Anna

Resunenko (Fleischerei Esser, Heinsberg), die sich beim „Herstellen eines Präsentes“ auszeichnete (288 Pkt.). Landeslehrlingswart Volker Haupt war mit den sehr guten Leistungen äußerst zufrieden. Der Dank der Organisatoren galt auch dem Team der Bildungsstätte im Frischzentrum (BiF) in Essen, in deren Räumen der Wettbewerb stattfand. Die Einkleidung der Prüflinge und Prüfer übernahm als Sponsor und Lieferant CWS-boco. Auch die Gilde-Stiftung unterstützte den Wettbewerb mit einem Geldbetrag. [www.fleischer-nrw.de](http://www.fleischer-nrw.de)

## MARKENSCHAUFENSTER

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

tell MORE - sell MORE

Fritz Gempel  
marketing works

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



„Meine Beratungsarbeit hat zwei Ziele:  
1. Es muss den Mitarbeitern Spaß machen, im Geschäft meines Kunden zu arbeiten.  
2. Es muss den Kunden Spaß machen, in diesem Geschäft einzukaufen.“

(Fritz Gempel, Unternehmensberater)

Fritz Gempel hat 20 Jahre Erfahrung in der Unternehmensberatung im Fleischerhandwerk

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

## Landesinnungsverband des Fleischerhandwerks Meckenburg-Vorpommern Herbsttagung in Güstrow

Bei ihrer Herbsttagung in Güstrow informierten sich die Vertreter der Innungsbetriebe des Fleischerhandwerks aus Meckenburg-Vorpommern u. a. über die Themen Energieversorgung, LMIV sowie Mindestlohn. Zu Gast im Hotel & Restaurant „Kurhaus am Inselfsee“ war auch der Minister für Energie, Infrastruktur und Landesentwicklung des Landes Meckenburg-Vorpommern, Christian Pegel, der in einer Diskussionsrunde LIM Hans-Christian Ockens, Geschäftsführer Torsten Gebhard und den Anwesenden zahlreiche Hintergründe und Infos gab.

So schlug der Minister etwa infolge der Mehreinnahmen durch den Mindestlohn die Abschaffung der Stromsteuer vor. Sorgen bezüglich der Energiewende seien unbegründet. Dabei könnten Energieberater vor Ort helfen, die sich die Prozesse in einer Fleischerei ansehen und dann Einsparpotenziale aufzeigen ohne dass Abläufe der Unternehmensprozesse

gestört würden. Zudem machte er darauf aufmerksam, dass in bestimmten Bereichen, z. B. bei der Anschaffung neuer Kältetechnik, Fördermöglichkeiten über den Klimaschutzfonds geprüft werden sollten. Ansprechpartner dafür ist das Landesförderinstitut (LFI). Es prüft, ob eine etwaige Förderung, möglicherweise auch durch einen anderen Topf, in Frage kommt.



Fotos: Landesinnungsverband für das nordrhein-westfälische Fleischerhandwerk, Landesinnungsverband des Fleischerhandwerks Meckenburg-Vorpommern



Die letzten Wochen des Jahres sind die Zeit hochwertiger Spezialitäten. Auf diese umsatzstarke Zeit rüsten sich führende Fleischereien mit einem saisonalen Zusatzsortiment.

## HOCHWERTIGES VERKAUFEN

Nachfolgend wird in einigen Arbeitsschritten beschrieben, wie es gelingt, hochwertige Lebensmittel erfolgreich zu verkaufen:

### Zeigen, was man hat

Der Kunde muss der Theke ansehen, dass Weihnachten vor der Tür steht. Schaffen Sie in der Theke einen Spezialitätenbereich. Auf hochwertig wirkenden Präsentationsplatten zeigen Sie die edlen Waren. Geben Sie hochpreisigen Artikeln etwas mehr „Luft“ – was mehr kostet, sollte nicht, wie Massenware gestapelt werden.

### Ausloben in der Theke

Der Kunde muss beim Blick in die Theke sehen, wie das Produkt heißt und was es kostet. Die kundenfreundlichste Preisauszeichnung ist immer die direkt am Produkt. Preisschilder der Spezialitätentheke können auch in einer anderen Farbe oder anders hervorgehoben gestaltet sein. Das Spezialitätensortiment sollte dort sein, wohin der Kunde direkt schaut!

### Wissen, was das Besondere daran ist

Sie müssen auch über saisonale Produkte fachlich Bescheid wissen: Herkunft, Zutaten und Zusatzstoffe, Verarbeitung. Sie lernen, wenn der Kunde dieses Produkt nur interessiert ansieht, zu erklären: „Das ganz Besondere an diesem Schinken ist ...“ oder „Die Einzigartigkeit dieser Salami besteht in ihrer ...“. Etwas wirklich Besonderes wird aus edlen Lebensmitteln erst durch SIE!

### Probieren, wie es schmeckt

Sie dürfen (und müssen) auch das Teuerste und Edelste in der Theke probieren. Was Sie nicht kennen, können Sie nicht erfolgreich verkaufen. Am besten macht man mit dem Verkaufsteam zur Einführung der Weihnachtsspezialitäten eine gemeinsame Verkostung. Die kulinarische Begeisterung dieses Mitarbeiter-Events kann man dem Kunden an der Theke weitergeben.

### Geruch und Geschmack erklären

Bei der gemeinsamen Verkostungsaktion vergrößert man den Wortschatz, um die Produkte besser erklären zu können. Suchen Sie gemeinsam mit Mitarbeitern im Verkauf zu jedem Produkt mindestens fünf Eigenschaftswörter, um die Frage „Wie schmeckt denn das?“ intelligent und abwechslungsreich beantworten zu können. Sie suchen also Wörter zum Geruch und Geschmack des Produkts. Beispiel zum Geruch: „Dieser luftgetrocknete Schinken riecht wie

ein guter gereifter Rotwein“ und zum Geschmack: „Dieser Schinken bietet ein besonders lang anhaltendes Geschmackserlebnis, man schmeckt, da ist nur Fleisch, Salz und Handwerk drin.“

### Probieren lassen

Die Regel heißt: Alles in der Theke gibt es auch für den Kunden zum Probieren. Ausnahmen werden nur bei sehr hochpreisigen Waren, wie Gänsestopfleberpastete oder Produkten mit echten Trüffeln gemacht. Dann kann man eine kleine Kostprobe auswiegen. Die volle Aufmerksamkeit gilt dem Kunden: Nehmen Sie wahr, woran er interessiert ist und genau das bieten Sie ihm als Kostprobe an. Während der Kunde probiert, loben Sie das Produkt. Sie müssen natürlich nach dem Probieren den Kauf noch „abholen“ – etwa mit „Darf ich Ihnen davon auch etwas aufschneiden?“

### Beschreiben, was dazu passt

Ein Kunde hat eines der besonderen Produkte aus der Spezialitätentheke gekauft. Nun ist es Ihre Aufgabe, ihm Lust auf einen weiteren Kauf zu machen, z. B. so: „Zu diesem luftgetrockneten Schinken haben wir auch den passenden Käse. Bei einem so kraftvollen Schinken muss auch der Käse geschmacklich mithalten können“.

### Überzeugt sein: „Das ist preiswert!“

Vielleicht sind manche Spezialitäten zum Jahreswechsel hochpreisig – teuer sind sie nie. Denn: Wenn Sie glauben, das, was Sie verkaufen sei teuer, ist damit auch die Karriere im Verkauf zu Ende. Also: Keine Angst vor „Schwellenpreisen“ – etwa, wenn eine Salami mehr als 5 € oder ein Schinken mehr als 10 €/100 g kostet. Sie müssen wissen: „Das ist ein wirklich günstiger Preis für dieses tolle Produkt, denn ...“ Dann kommen die Gründe, die in Herkunft, Zutaten und Verarbeitung liegen. Manche Feinkostgeschäfte verpacken auch Aufschnittwaren in Papier, kleben sie zu und versehen sie mit einem Schleifchen – nicht nur zur Weihnachtszeit.

### Den Premium-Kunden bestätigen

Kunden, die zweifeln, weil sie sich gerade ein hochpreisiges Produkt gekauft haben, kann man die Zweifel nehmen. Damit Zweifel nicht aufkommen, lernen Sie, ungefragt Bestätigungen an den Kunden zu geben, z. B. während etwas aufgeschnitten wird: „Dieser Schinken riecht schon beim Aufschneiden einfach wunderbar“. Oder beim Überreichen der Ware: „Ein Päckchen mit unseren besten Weihnachtsspezialitäten drin“.

Fritz Gempel





# WISSENS-CHECK TRAINING:

## Know-how: Hochwertiges erfolgreich verkaufen

?

Beschreiben Sie den Geruch und Geschmack der meistverkauften Produkte in Ihrer Theke. Gliedern Sie nach Salami, Leberwurst, rohen und gekochten Schinken:

?

Beschreiben Sie, welche Käsesorten am besten zu einem luftgetrockneten Schinken passen.

?

Formulieren Sie eine vergleichende Beschreibung zum Geschmack Ihrer persönlichen Liebings-salami „Diese Salami erinnert in ihrem intensiven Geschmack an...“.

?

Nennen Sie die Reifedauer zu jeder Salami und jedem rohem Schinken in Ihrer Theke (Wenn Sie das nicht wissen, fragen Sie in der Produktion oder beim Lieferanten nach).

?

Geben Sie mindestens fünf Produktempfehlungen auf diese Kundenfrage: „Was haben Sie zu Weihnachten Besonderes an Salami und Schinken?“

?

Formulieren Sie eine Zusatzempfehlung nach dem Muster „Ich sehe, was Ihnen schmeckt. Dazu möchte ich Ihnen genau passend diese/n Käse/Schinken/Salami/Pastete empfehlen.“ Ihr Kunde hat bisher gekauft: Parmaschinken, Mailänder Salami und Kalbsleberwurst.

?

### Fachrechnen-Aufgabe:

Die durchschnittliche Kundenzahl liegt monatlich – über das ganze Jahr gesehen – bei 4.230 €, im Dezember bei 5.480 €. Der Durchschnittseinkauf pro Kunde liegt über das ganze Jahr gesehen bei 11,20 €, im Dezember bei 16,40 €. Der Stundenumsatz einer Verkaufskraft liegt über das ganze Jahr bei 92 €, im Dezember bei 102 €. Berechnen Sie:

1. Den absoluten Jahresumsatz.
2. Den prozentualen Umsatz des Monats Dezember vom Jahresumsatz.
3. Die im Monat Dezember anfallenden Verkäufer/-innenstunden.





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



## Landmetzgerei Leutz Ditzingen-Hirschlanden



Sie sind ein richtig gutes Team – die Familie Leutz von der Landmetzgerei Leutz, die seit über 50 Jahren besteht. **Fleischermeister Andreas Leutz** (l.) verantwortet als Inhaber die Schlachtung und die Produktion, seine **Frau Susanne** (r.) kümmert sich um „alles Schriftliche“, d. h. die Buchhaltung & Co.. Ihr **Sohn Marc**, der in der dritten Generation als Metzger und Juniorchef tätig ist, ist zusammen mit seinem Vater für das „Auswählen“ und „Einkaufen“ der Tiere zuständig und rundet so das Kompetenzteam um die rund 15 Mitarbeiter ab. „Das Schweine-, Rind- und Kalbfleisch, das wir verarbeiten, beziehen wir von Landwirten aus nächster Umgebung, die wir alle persönlich kennen“, nennt Andreas Leutz einen wichtigen Grund für die gleichbleibende, hohe Qualität seiner Produkte – „und die eigene Schlachtung“. Damit auch für jeden Kunden transparent ist, woher die Tiere stammen, hängt über der Ladentheke eine schwarze Tafel mit allen wichtigen Informationen. [www.landmetzgerei-leutz.de](http://www.landmetzgerei-leutz.de)



## Metzgerei Weißschuh Waiblingen

Dass in der Familie Weißschuh alle Vollblutmetzger sind, merkt man beim Gespräch sofort. Die Großeltern des heutigen Geschäftsführers **Fritz Weißschuh** (m.) haben mit dem Geschäft 1935 begonnen, heute trägt er zusammen mit seiner Frau **Margit** die Verantwortung. Nach ihren Erfolgsfaktoren gefragt, nennt **Margit Weißschuh** (l.) den „Fleiß“ zuerst. „Natürlich ist alles sehr arbeitsintensiv, aber es steckt überall Herzblut drin“, fügt sie hinzu. Die Qualität spreche bei 90 % eigener Produktion zudem für sich. „Und wir erfüllen (fast) alle Kundenwünsche – bei uns gibt es nichts vorverpackt oder vorgeschnitten, der Kunde kriegt es so dick, dünn oder klein, wie er will.“ Die gute Bindung zu der Kundschaft und die lange Tradition, sowohl in der Mitarbeiter-schaft, als auch der Familie sind ausschlaggebend dafür, dass man sich in dieser Metzgerei sofort willkommen fühlt. [www.metzgerei-weissschuh.de](http://www.metzgerei-weissschuh.de)



Fotos: Nubert



# NACHWUCHS KREIERT UMSATZ-SNACKS

Jede Menge Kreativität und Ideenreichtum bewiesen die Teilnehmer des 4. „Homann Snack Star“, dessen Sieger im Rahmen des 124. Deutschen Fleischer-Verbandstages in Frankfurt/Main gekürt wurden.

Die Siegerin 2014 heißt Adelheid Wagner und absolviert ihre Ausbildung in der Metzgerei G. Frey in Seeshaupt am Starnberger See. Ihre Kreation „Heidi's Käse-rape“ überzeugte die Jury. Zwei Siegerduos kommen aus Schleswig-Holstein. Den zweiten Platz und damit Silber errangen Lena Dibbern von der Hofschlachterei Muhs, Krumbek, und Rebecca Liedtke (Sky Markt Neumünster) mit ihrer Snack-Idee „Muffin-Burger“. Und auch das drittplatzierte Team Maria-Theresia Heß aus der Kieler Fleischerei Hasch und Bianca Fahrenkrug (Coop Sky Preetz) freuten sich mit ihrem „Waffel-Döner“ über Bronze. Diese vier Auszubildenden besuchen als Berufsschule das Berufsbildungszentrum Plön. Erstmals wurde der Preis für den kreativen Branchennachwuchs im Rahmen des Partnerprogramms des Deutschen Fleischer-Verbandstages, an dem rund 70 Fachfrauen aus dem deutschen Fleischerhandwerk teilnahmen, in der Weinstube am Römer in Frankfurt/M. verliehen. Der Wettbewerb ist eine Kooperation des Fachmagazins „Fleischer-Handwerk“, dem Deutschen Fleischer-Verband und Homann Foodservice. „Die Fachfrauen im Fleischerhandwerk sind die Stütze des Erfolgs im Fleischerfachgeschäft. Sie haben den Kontakt zum Kunden und sind gefordert, mit ihren Mitarbeitern ständig neue Impulse zu geben. Dazu tragen Sie täglich in ihren Betrieben bei“, betonte Marco Theimer, Chefredakteur von „Fleischer-Handwerk“. In diesem Jahr verzeichnete der bundesweite, zum vierten Mal ausgetragene Wettbewerb für Nachwuchskräfte 13 % mehr Teilnehmer als im Vorjahr. Über 100 junge Leute nahmen daran teil. Die Herausforderung für alle Teilnehmer war es erneut, kreative Snack-Ideen zu

entwickeln, diese handwerklich umzusetzen sowie den Wareneinsatz und Verkaufspreis zu kalkulieren. Abschließend sollten sie ihre Kreation mit einem pffigen Namen versehen, fotografieren und einschicken. Eine Profi-Jury wählte die Sieger dann Anfang Oktober aus. Dabei wurden die ideenreichen Snacks hinsichtlich Optik, Geschmack, Name, Wirtschaftlichkeit und Praktikabilität bewertet. „Herzlichen Glückwunsch an alle. Die vielfältigen Ideen zeigen erneut eindrucksvoll, wie kreativ und toll unser Beruf ist und wie auch unsere jungen Nachwuchskräfte besondere

Herausforderungen optimal meistern können“, lobte Heinz-Werner Süss, Präsident des Deutschen Fleischer-Verbands, mit dessen freundlicher Unterstützung der Wettbewerb durchgeführt wurde, das Engagement der Gewinnerinnen 2014. Obwohl die Siegerin aus Bayern stammt, belegten die diesjährigen Ergebnisse auch, dass es nicht nur im Süden des Landes kreative junge Fleischereifachverkäuferinnen gibt, sondern auch im hohen Norden. Alle Snackmotive der Gewinnerinnen und ihre Rezepte gibt es auch im Internet unter: [www.homann.de/foodservice/snackstar](http://www.homann.de/foodservice/snackstar). mth



Fotos: Homann Foodservice, Theimer

# Die Rezepte der Sieger

## 1. HEIDI'S KÄSERAUPE



ADELHEID  
WAGNER (r.)

**Zutaten: (für 2 Stück)**  
60 g Brezelrohling  
90 g geräucherte Käseknacker  
100 g Homann Salat-Mayonnaise  
4 g Honig  
1 TL mittelscharfer Senf (4 g)  
½ TL süßer Senf (2 g)  
1 Prise grober Pfeffer



### Zubereitung:

Brezelrohlinge „aufwickeln“, sodass ein langer Strang entsteht. Den so entstandenen Strang um die geräuchten Käseknacker wickeln und im vorgeheizten Backofen bei 190°C goldbraun backen lassen. Für den Käseraupen-Dip Homann Salat-Mayonnaise mit einem Teelöffel mittelscharfen Senf sowie einem halben Teelöffel süßen Senf verrühren. Den Dip danach mit grob gemahlenem Pfeffer abschmecken. **Tipp:** Statt Käseknacker kann man auch Wiener Würstchen verwenden. Die Snack-Idee ist je nach Bedarf auch mit etwas Chili-Sauce im Dip kombinierbar.

**Wareneinsatz: 0,95 €**

**Empfohlener Verkaufspreis: 2,10 €**

## 2. MUFFIN-BURGER



LENA DIBBERN (r.) &  
REBECCA LIEDTKE (l.)

**Zutaten: (für 12 Muffins)**  
Muffinform, Papierförmchen für Muffins  
4 Scheiben Kochschinken (160 g)  
2 Zwiebeln  
1 Bund Schnittlauch  
200 g Mehl  
1 Päckchen Backpulver (15 g)  
36 g Nadler Schnittfrischer Krautsalat  
½ Knoblauchzehe  
180 g geriebener Käse  
60 g Butter  
2 Eier  
150 g Joghurt  
1 Prise Salz  
Natron, Pfeffer,  
Paprika-Gewürz



### Zubereitung:

Die Muffinform mit den Papierförmchen bestücken und zur Seite stellen. Schinken in feine Streifen schneiden, Zwiebeln und Schnittlauch zerkleinern und dann alles vermischen. Mehl, Backpulver, Natron, Salz, Pfeffer, Paprikagewürz, Knoblauch und ¾ des geriebenen Käses unter die bereits entstandene Masse rühren. Die Eier aufschlagen, Butter schmelzen und zusammen mit dem Krautsalat hinzugeben. Die Förmchen mit dem fertigen Teig füllen, mit dem restlichen geriebenen Käse bestreuen und im vorgeheizten Backofen bei 175°C zwischen 30 und 40 Minuten backen. Die Muffins aufschneiden und mit dem Krautsalat füllen. **Tipp:** Gewürze können je nach Geschmacksvorliebe eingesetzt werden. Den Muffin-Burger am besten warm servieren.

**Wareneinsatz: 0,40 €**

**Empfohlener Verkaufspreis: 1,00 €**

## 3. WAFFEL-DÖNER



MARIA-THERESIA HESS (r.) &  
BIANCA FAHRENKRUG (l.)

### Zutaten: (für 2 Stück)

Für den Teig:  
150 g Joghurt  
2 Eier  
65 g Butter  
125 g Mehl  
1 TL Backpulver (4 g)  
1 TL Petersilie (4 g)  
1 Prise Salz

Für den Aufstrich:  
200 g Homann Salat-Mayonnaise  
2 TL Currypulver (8 g)  
½ TL Salz (2 g)  
2 TL Zucker (8 g)  
Für die Füllung:  
100 g Salat  
5 Scheiben Kochschinken  
400 g Nadler Schnittfrischer Krautsalat  
100 g Champignons  
65 g getrocknete Tomaten



### Zubereitung:

Die Eier aufschlagen, mit Butter verrühren und Joghurt untermischen. Im Anschluss Mehl, Backpulver, Salz und Petersilie hinzugeben. Die Waffeln aus diesem Teig mit Hilfe eines Waffeleisens zubereiten. Homann Salat-Mayonnaise, Currypulver, Salz und Zucker vermengen und auf die fertigen Waffeln streichen. Jeweils eine Hälfte der Waffeln nacheinander mit Salat, Kochschinken, Nadler Schnittfrischer Krautsalat, Champignons sowie in Streifen geschnittenen, getrockneten Tomaten belegen und zusammenklappen. **Tipp:** Der Snack kann warm oder kalt verzehrt werden!

**Wareneinsatz: 1,49 €**

**Empfohlener Verkaufspreis: 3,20 €**



# „ANDERS ALS DU DENKST“

So lautete das Motto des 124. Deutschen Fleischer-Verbandstages am 19. und 20. Oktober 2014 in Frankfurt/Main. Zentrales Thema dort war die neue Nachwuchswerbung, die z. B. mithilfe neuer Online-Portale und Social Media-Aktivitäten junge Leute über Ausbildungsmöglichkeiten ansprechen und informieren soll.

Die gemeinschaftliche TV-Werbung der letzten 20 Jahre ist passé. Dies wurde den Delegierten, die zur sonntäglichen Matinée gekommen waren, schon im Foyer des Veranstaltungssaales im Hotel Intercontinental klar: zahlreiche iPads und Flatscreens luden dazu ein, sich selbst ein Bild

von den neuen Portalen und Möglichkeiten zu machen. Ziel all' dieser Aktivitäten ist es, das „schiefe Bild“, das viele Jugendliche von den Berufen im Fleischerhandwerk haben, zu rechtzurücken. „Wir müssen den jungen Leuten klar machen, dass das Fleischerhandwerk anders ist, als viele denken: modern, kreativ, vielfältig und mit vielen Möglichkeiten zu

gestalten und anzupacken“, betonte DFV-Vizepräsident Heinz-Werner Süß. Dabei gehe es nicht darum Schönfärberei zu betreiben, sondern ein realistisches Bild von der Arbeitswelt zu zeigen. Dies unterstützte auch der diesjäh-

rige Ehrengast des Verbandstages, Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft Christian Schmidt: „Nur wer Fachverkäufer oder Fleischer ist, hat die Grundlage dazu, kompetent Auskunft auf Verbraucherfragen zu geben“, betonte er.

## HILFSMITTEL NUTZEN

Der Fachbeirat Werbung und Öffentlichkeitsarbeit unter der Leitung von DFV-Vizepräsident Michael Durst hat das neue Konzept der Gemeinschaftswerbung erstellt. Wichtige Aktionsfelder 2014 sind: Werbung für neuen Nachwuchs, Werbung neuer Mitglieder und der Aufbau einer Bilderdatenbank. Getragen wird es mit Ausnahme von Sachsen und Thüringen von allen anderen Landesverbänden. Dafür müssen die Innungsbetriebe keine zusätzlichen Kosten aufbringen. Es bleibt bei den 41 € pro Jahr und Mitglied, das entspricht einem Betrag von 11 ct/Tag. Ein Beispiel dafür ist das neue Portal [www.fleischerberufe.de](http://www.fleischerberufe.de).



„Wir wollen die jungen Leute da abholen, wo sie sich aufhalten, nämlich zumeist im Netz. Das Portal ist keine einfache Homepage, sondern ein umfangreich verlinktes Anlaufzentrum für interessierte Jugendliche, die Innungen, Landesverbände und Betriebe sowie Lehrer. Dort bündeln sich die werblichen Maßnahmen der Verbände und Wirtschaftspartner und dorthin wird alles verlinkt, was Jugendliche im Internet aufsuchen, wenn sie sich um die Berufswahl kümmern“, erklärte Michael Durst. Als Kommunikationsmittel wurden dafür neue professionelle Filme erstellt, die auch auf youtube auf dem Kanal des Fleischerhandwerk zu sehen sind. Hauptdarstellerin der Filme, die jeder am Verbandstag auf einem USB-Stick mitnehmen konnte, ist die 24-jährige Fleischerin Jaqueline Wohland (Metzgerei Hornung, Lautertal), ihr Gastgeber ist der Fleischer Richard Heining, in dessen Familienbetrieb die Filme gedreht wurden. Für die beiden Protagonisten war es ein Vergnügen zu zeigen, was ihnen an ihrem Beruf wichtig ist und warum sie ihn gewählt haben. Ein weiteres Element des Portals ist eine Datenbank, in der junge Menschen auf einer Karte Betriebe finden, die ausbilden und Praktika anbieten. Außerdem gibt es ein „Geschmacksspiel“, das Innungsbetriebe etwa bei Ausbildungsmessen einsetzen können sowie eine neue Bilderdatenbank [www.bilder.fleischerhandwerk.de](http://www.bilder.fleischerhandwerk.de), die Innungsbetrieben kostenfrei Bilder zur Verfügung stellt. Alle diese Hilfsmittel sind erst der Anfang und werden nun permanent weiterentwickelt.

Foto: Theimer

## ENGAGEMENT GEWÜRDIGT

Geehrt wurden auch zwei erfolgreiche Teilnehmerinnen des Bundesleistungswettbewerbs der Fleischerjugend 2013: die Siegerin und Fleischerreifachverkäuferin Kathrin Durban (Baden-Württemberg) sowie die Fleischerin Nadine Mekler (Hessen), die jüngst beim Int. Wettbewerb in der Schweiz mit ihrem Team Dritter wurde. „Sie sehen, und teilen Sie es Ihrer Kollegin Manuela Schwesig mit: Die Frauenquote im Fleischerhandwerk ist erfüllt“, rief Heinz-Werner Süß Minister Christian Schmidt zu. Für sein langjähriges Engagement für das Fleischerhandwerk erhielt der Fleischermeister und aktuelle CDU-Fraktionsvorsitzende im Hessischen Landtag, Michael Boddenberg, das DFV-Ehrenzeichen in Gold. Der Verbandstag schloss mit einer stimmungsvollen Mainschiffahrt mit Musik und nächtlichem Skyline-Blick, der von der gastge-



benden Innung Frankfurt-Darmstadt-Offenbach um Obermeister Thomas Reichert und seinen Kollegen perfekt organisiert wurde. Der 125. Deutsche Fleischer-Verbandstag findet am 11./12. Oktober 2015 in Bremen statt. *mth*

### Neue Gemeinschaftswerbung

- **Nachwuchsportal:** zentrale Anlaufstelle für alle Fragen rund um die Ausbildung im Fleischerhandwerk. Online-Plattform für Betriebe, um Ausbildungsplätze und Praktika auszuschreiben oder den Betrieb zu präsentieren. Im geschützten Bereich stehen u. a. Praxisleitfäden und Materialien für die Ausbildung im Betrieb zum Download bereit. [www.fleischerberufe.de](http://www.fleischerberufe.de)
- **Nachwuchswerbung:** Nachwuchswerbmittel, z. B. Filme zeigen auf, worauf es ankommt, um erfolgreich ins Gespräch zu kommen und dienen als Hilfe im Umgang mit weniger berufserfahrenen jungen Menschen. [www.youtube.com/user/Fleischerhandwerk](http://www.youtube.com/user/Fleischerhandwerk)
- **„Geschmacksspiel“:** Spielerische Möglichkeit, um Jugendliche aktiv für die Berufe anzusprechen, z. B. in Schulen oder auf Messen. Fertiges Paket, sofort einsetzbar.
- **Kombinierte Mitgliederwerbung:** Die Microsite sowie begleitende Broschüren und Themenkarten dienen als Kommunikations-Starthilfe. Innungen können dort einfach und schnell wichtige Infos platzieren oder Aufmerksamkeit erreichen. [www.darum-innung.de](http://www.darum-innung.de)
- **Bilderdatenbank:** liefert Innungsbetrieben kostenlos professionell gemachte Bilder für Aktionen, Werbemittel, Homepage, etc. [www.bilder.fleischerhandwerk.de](http://www.bilder.fleischerhandwerk.de)

# Achtung Allergene

## Alles Wissenswerte rund um das Allergenmanagement

Bald erhältlich!

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



Preis: 16 €



# FÜR FESTE STETS **DAS BESTE**

Darauf besinnen sich in der Adventszeit viele Kunden und dann muss ihnen etwas ganz Besonderes geboten werden. Dazu können z. B. feine Pasteten, Terrinen sowie frische Wildspezialitäten zählen.

**D**urch entsprechende Angebote aus diesem Bereich haben Fleischerfachgeschäfte die Chance ihren Stammkundenanteil zu erhöhen. Wild, Pasteten und Terrinen sind Begriffe, die vielen das Wasser im Munde zusammenlaufen lassen. Eine ansprechende Präsentation in der Feinkosttheke macht die Kunden auf festliche Angebote aufmerksam und setzt Kaufimpulse. Doch nicht nur in der Theke, auch beim Partyservice finden solche ausgefallenen Köstlichkeiten Anklang. Sowohl deftige als auch feine Rezepte passen ideal in die Festtagsküche. Mit wenig

Aufwand kann die Hausfrau und die Fachkraft in der Partyküche raffinierte Vorspeisen mit Pasteten und Terrinen zaubern. Und wenn zum Hauptgang ein klassischer Rehrücken mit Cumberlandsauce oder eine geschmorte Wildschweinkeule mit Kartoffelknödeln und Apfelrotkohl serviert werden, ist das Festmenü perfekt.

Vor vielen Jahren haben eifrige Hausfrauen Pasteten und Terrinen oft noch in der eigenen Küche hergestellt. Heute wagen sich nur noch einzelne Hobbyköche an diese verführerischen Rezepte und Kreationen. Die Zube-

ereitung von Pasteten und Terrinen ist leider auch in vielen Metzgereien, im Gegensatz zu unseren Nachbarn in Frankreich und Belgien, fast völlig in Vergessenheit geraten. Selbst versierte Metzger, die täglich Wurstspezialitäten herstellen, scheuen oft die Mühe bei der Herstellung. Doch: Nicht nur für die Theke, auch für das Partybuffet sind diese feinen Köstlichkeiten eine Bereicherung. Insbesondere die geschmacklichen Variationen und Formen begeistern die Kunden immer wieder – unabhängig davon ob sie mit Fleisch, Fisch, Wild oder mit Gemüse als Basis hergestellt werden. Wer etwas

Erfahrung mit der Herstellung von Leberwurst hat, kann sein Können auch bei der Zubereitung von Pasteten und Terrinen unter Beweis stellen. Das Grundmaterial ist bei der Pastete etwa gleich wie bei der Wurst. Oft wird die Grundmasse nur mit Sahne und Eiweiß verfeinert um eine cremigere Bindung sicherzustellen. Variieren kann man die Geschmacksrichtung einer Leberterrine z. B. durch die Zugabe von Äpfeln oder Calvados, Preiselbeeren, Nüssen, Pilzen oder Pfefferkörnern. Auch die Fachberater aus der Gewürzindustrie sind bei der Zusammenstellung von entsprechenden Rezepturen behilflich.

vorbereitete, frische Schweineleber, Apfelstücken, Korinthen und Calvados enthält. Als Garnitur dienen Mangopüree und Orangenscheiben. Von Oktober bis Ostern bietet die Wurst- und Schinkenmanufaktur zudem die Rehpastete mit Schweineleber an. Frisches Schweinefleisch, Rehfleisch, Sahne Schweineleber, Waldpilze und Gewürze kennzeichnen diese kräftige Winterspezialität. Die Garnitur aus kanadischen Preiselbeeren und Pistazien verleihen dem Produkt ein unverwechselbares Erscheinungsbild. Zudem gibt es eine fein geräucherte Entenbrust (ca. 400 g) sowie eine Entengalantine mit Trutzhahnbrät (ca. 1.850 g).

Doch nicht nur über eine, meist als Vorspeise gereichte, Wildpastete freuen sich anspruchsvolle Kunden. Wird frisches Wild aus der Region angeboten, kann sich eine Metzgerei ebenso profilieren. Inzwischen wird vielerorts zwar ein tiefgekühltes Wildsortiment angeboten. Eine Auswahl an frischem Wild gibt es eher selten – und das, obwohl das Fleischerfachgeschäft ein idealer Partner für dieses Angebot ist: Der Metzgermeister kennt sich mit der Zerlegung aus, im Geschäft gibt es geeignete Theken und eine fachgerechte Beratung der Kunden im Umgang mit Wild ist zudem gewährleistet. Bei der

Zerwirkung und Aufbewahrung von frischem Wild sind jedoch strenge Richtlinien zu beachten. Da diese von Region zu Region etwas differenziert werden, sollte sich der Verantwortliche in der Fleischerei mit dem zuständigen



Veterinäramt oder dem Wirtschaftskontrolldienst austauschen und danach handeln.  
*Astrid Schmitt*

### NOCH MEHR FEINES

Das eigene Angebot an festlichen Fleisch- und Wurstwarenspezialitäten kann auch um spezielle, saisonale Waren von Unternehmen ergänzt werden. Nachfolgend werden einige davon vorgestellt:

Eine Menge dekorativer Hüllen für das hausgemachte Roh-, Brüh- und Kochwurstsortiment haben die *Avo-Werke* im Programm. Mit einer Vielzahl an Formen und Motiven ist es möglich in der Theke oder im Präsentkorb für saisonale und weihnachtliche Akzente zu sorgen. Beispiele dafür sind ein Weihnachtsmann oder ein Glücksschweinchen. Wurstspezialitäten im Festtagsgewand passen auch auf einen adventlich gedeckten Frühstücks-, Vesper- oder einen Deko-Tisch im Laden. Außerdem lassen sich solche Wurstwaren als Geschenk für Stammkunden einsetzen.

Nicht nur in der Vorweihnachtszeit sind Schinkenspezialitäten bei den Kunden beliebt – vor allem wenn sie als salzmilde Varianten angeboten werden. Bei der Herstellung von Rohschinken zum Einsatz kommen können z. B. die Geschmackskompositionen der *Rokatschi-Familie* von *Hagesüd Interspicie*. Damit gelingen etwa die Schinkenvariationen „Balthasar“ oder der Spaltschinken „Italia“. Aber auch mit saftigen Kochpökelwaren lassen sich die Kunden *Avo-Werke*



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!"



*Bedford*

### SAISONAL UND KÖSTLICH

Für alle, für die das Herstellen von Pasteten und Terrinen nicht infrage kommt, bietet sich das Angebot von Zulieferfirmen aus diesem Bereich geradezu an. *Bedford* aus Osnabrück etwa hält eine stattliche Auswahl edler Sorten bereit, z. B. die Wildschweinpastete mit Preiselbeeren. Sorgfältig vorbereitete Schweineleber, mageres Wildschweinefleisch, frische Sahne, Gewürze und Preiselbeeren machen diese Variante cremig und zugleich fest. Die Garnitur aus kanadischen Preiselbeeren und Mini-Champignonköpfen harmoniert besonders gut mit der Pastete. Eine weitere Variation ist die cremige Apfel-Calvados-Pastete, die frisches Schweinefleisch, sorgfältig





Tannenhof

**Was sind Pasteten und Terrinen?**

Unter Pasteten und Terrinen versteht man gegarte Speisen, die aus sehr fein zerkleinertem Fleisch, Fisch oder Gemüse hergestellt werden. In die Fleisch-, Fisch- oder Gemüsemasse, die so genannte Farce, können Einlagen untergemischt oder als Extra-Schicht eingelegt sein. Die Zubereitung der Farce für Pasteten und Terrinen ist gleich. Man kann also fast immer ein Pastetenrezept auch als Terrine oder umgekehrt zubereiten.

**Pasteten** werden aus einer Fleisch-, Fisch- oder Gemüsefarce hergestellt. Die Farce

wird entweder von einem Teigmantel umschlossen und gegart, oder sie wird ohne Teigmantel, dafür aber meist mit einem größeren Leberanteil zubereitet. Beide Arten werden in einer feuerfesten Form gebacken oder im Wasserbad gegart.

Auch bei **Terrinen** wird die Farce aus den genannten Grundmaterialien hergestellt. Sie wird nicht im Teigmantel gegart und enthält keinen Leberanteil. Terrinenformen werden in der Regel mit Speck ausgelegt und nach dem Befüllen im Wasserbad gegart.

überraschen, etwa mit einem Honig-Mandel-Pistazien-Schinken mit einer dekorativen Kruste aus Mandelstiften und gehackten Pistazien, einem knusprigen Krusten- oder edlem Prosecco-Schinken. Dafür hält das Unternehmen die Produkte der El-do-Lak-Familie bereit. Die gefüllten Hähnchen-Rouladen von *Hanna-Feinkost* werden mit handwerklichem Know-how hergestellt. Die vorgegarte Hähnchen-Bacon-Roulade Pilze besteht aus saftigem Hähnchenbrustfilet, ist mit einer Käse-Kräuter-Creme und Pilzen gefüllt und mit Bacon umwickelt. Eine weitere Variante der Roulade enthält eine Broccoli-Käse-Creme. Die Hähnchen-Roulade Florenz ist von Hand gerollt, mit einer Blattspinat-Käse-Füllung versehen und mit gewürzter Hähnchenhaut ummantelt. Diese wird beim Zubereiten im Kombidämpfer kross und unterstreicht den feinen Geflügelgeschmack. Dazu passt z. B. Kartoffelgratin, das kurz vor dem Garen im Kombidämpfer mit Butterflöckchen verfeinert werden kann. Mit dem „Prinzenschmaus“ bietet *Moguntia* ein süß-saures Aspikprodukt mit einer leichten Bratenote. Abwandeln lässt sich das

Produkt mit Schinkenfleisch z. B. zu einem „gerissenen Prinzen“, einem gelegten Prinzen in der Pastetenschale oder zu Rindersauerfleisch,



Moguntia

Hähnchenbrust- bzw. Gemüsesülze. Neben den passenden Därmen führt der Anbieter auch passende Pastetenschalen. Für den Partyservice oder ein Buffet eignen sich die Minisülsen. Als weitere Geschmacksvariante gibt es den SülzLing®, der z. B. in Herzform präsentiert werden kann. Für die Advents- und Weihnachtszeit führt *Oskutex* eine Reihe von saisonalen Wursthüllen, die zu einem Hingucker in der Theke werden können. Für Rohwurst gibt es etwa den

„Weihnachtsmann“ mit dem Daumen hoch in BW rot mit einem Füllgewicht von etwa 330 g oder das „Weihnachtspaar“ als Betex RS in rot mit beidseitigem Druck. Eine Besonderheit ist die „Zuckerstange“ – als Betex RS rot für Rohwurst und Betex KB für Koch- und Brühwurst erhältlich. Aber auch bekannte weihnachtliche Hüllen, ob Adventskalenderwurst, Kugelnikolaus oder Glocke, tragen dazu bei, die Kunden mit saisonalen Wurstsorten zu überraschen. Das festliche Weihnachtssortiment lässt sich z. B. mit den Schinkenvarianten von *Tannenhof Schwarzwälder Fleischwaren* ergänzen. Genuss verspricht etwa der luftgereifte und handgesalzene Winterschinken (2,5 kg Stückgewicht) aus dem Kernstück der Schweinekeule, mit Lebkuchengewürzen veredelt und mindestens sechs Monate in Schwarzwälder Höhenluft gereift. Als Geschenk für Kunden eignet sich der Weihnachtsschinken: 450 g Schwarzwälder Schinken in einem Präsentkarton. Schinken und Rotwein vereinen sich im Burgunderschinken, der in Spätburgunder Rotwein gebeizt und über Tannenreisig geräuchert wird. Davon gibt es zwei halbe Stücke ohne Schwarte à 2,8 kg im Karton.



Hanna-Feinkost

**Nützliche Links**

- [www.avo.de](http://www.avo.de)
- [www.bedford](http://www.bedford)
- [www.hagesued.de](http://www.hagesued.de)
- [www.hanna.de](http://www.hanna.de)
- [www.moguntia.com](http://www.moguntia.com)
- [www.wursthuellen-shop.de](http://www.wursthuellen-shop.de)
- [www.tannenhof-schinken.de](http://www.tannenhof-schinken.de)

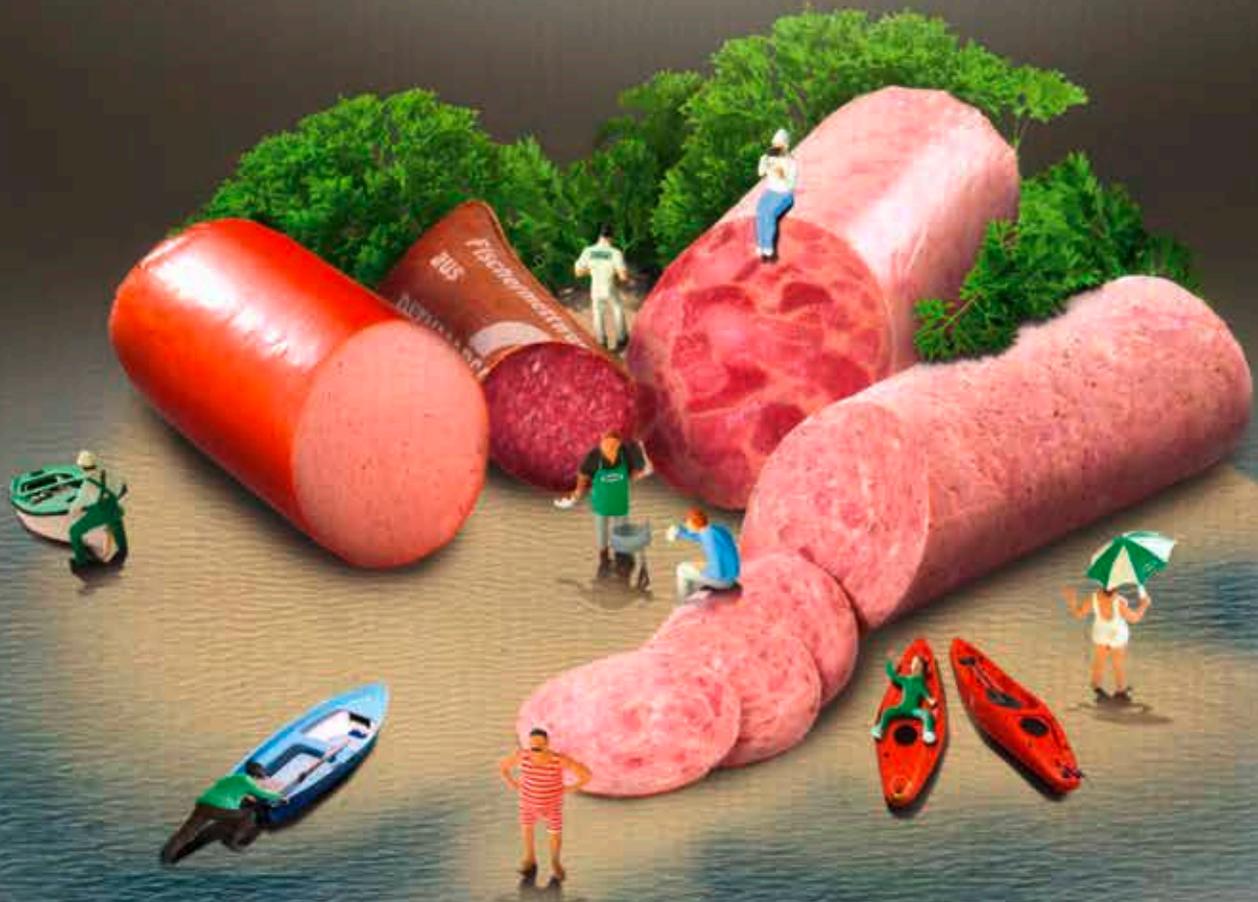


Oskutex



Hagesüd Interspicce

Fotos: Hagesüd Interspicce, Hanna-Feinkost, Moguntia-Werke, Oskutex, Tannenhof Schwarzwälder Fleischwaren



Setzen Sie neue Maßstäbe in Ihrem Betrieb:

## Vielfalt neu entdecken

Die VEMAG Vakuumfüllmaschine HP3 überzeugt durch maximale Flexibilität und schonende Verarbeitung der Rohstoffe für Ihre Rezepte. Als **kleinste Vakuumfüllmaschine mit Förderkurventechnologie** wurde die HP3 speziell für die Anforderungen in Handwerksbetrieben mit vielen Produktwechseln entwickelt. Der **teilbare Trichter** und die kurzen Reinigungs- und Umrüstzeiten steigern die Effizienz Ihrer Produktion. Verschiedene Vorsatzgeräte aus dem modularen **VEMAG Baukastensystem** ermöglichen Ihnen **maximale Vielseitigkeit** bei optimaler Wirtschaftlichkeit für Ihre hochwertigen Produkte.

Informieren Sie sich und erfahren Sie mehr über die Vorteile der HP3.





Zusammen neue Maßstäbe setzen:

## Realisieren Sie Ihre Ideen durch Technik und Partnerschaft

Nutzen Sie die Flexibilität und Effizienz der Vakuumfüllmaschine HP3, 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](http://www.vemag.de)

Hier wird massiert, genäht und gehobelt – für das Osnabrücker Familienunternehmen Bedford hat kompromisslose Qualität Priorität. Fleischereien profitieren nicht nur von handwerklich gefertigten Wurst- und Schinkenwaren, sondern auch von Schulungen im Bereich Thekenpräsentation sowie bei der Verkaufsförderung.



# HANDARBEIT INSZENIEREN

**M**orgens, 8 Uhr in Osnabrück: In den Produktionsräumen der Wurst- & Schinkenmanufaktur Bedford versammeln sich Geschäftsführung, Produktion und Vertrieb zur Qualitätssicherung – wie jeden Tag. Die geschäftsführende Gesellschafterin Gabriele Mutsaers ist dabei streng und begutachtet die Vortagsproduktion optisch und geschmacklich. „Würden wir nur einmal wöchentlich unsere Ware prüfen, könnten wir die Qualität nicht nach unseren Ansprüchen sichern“, erklärt der Ressortleiter Vertrieb & Marketing Thorsten Schäfer. Denn bis heute lebt Bedford den Leitsatz des Firmengründers Piet Mutsaers: „Für Qualität gibt es keinen Ersatz“. Das Familienunternehmen mit 324 Mitarbeitern wird seit 1982 in zweiter Generation von den Geschwistern Gabriele (Metzgermeisterin) und Bert Mutsaers (Betriebswirt und Metzgergeselle) geführt – mit Leidenschaft für das Handwerk. „Er ist kreativ, arbeitet viel mit dem Marketing zusammen und hat ständig neue Ideen“, beschreibt Thorsten Schäfer. So ist auch der umgebaute Schornstein in Form einer überdimensionalen Wurst auf dem Firmengelände sein Werk. Ihr Revier ist die Produktion. Sie entwickelt Rezepturen und geheime Gewürzmischungen, die – in blauen Säckchen verpackt – immer wieder an den einzelnen Produktionsstationen zu sehen sind.

Zum Sortiment zählen rund 110 Wurst- und Schinkenprodukte, die in kleinen Chargen von Hand gefertigt werden. Ob Knochen auslösen,



Schinken zuschneiden oder schnüren – alles wird per Hand gemacht. Zwei Frauen verlesen, schneiden und platzieren die variantenreichen Garnituren. Sogar die Zwiebeln werden manuell geschält. Im nächsten Raum wird luftgetrockneter Schinken nach einer Trockensalzung mit Meersalz, besonders behandelt: Zwei Mitarbeiterinnen machen nichts anderes, als ihn mit den Händen liebevoll mit Gewürzschmalz einzureiben. „Da dieser Vorgang einer Massage gleicht, nennen wir den Raum unseren Spa-Bereich“, verrät die Leiterin Marketing und Produktmanagement Nicole Buschkotte. Auch der Parmigiano Reggiano für die Salami-Trüffel-Kugel Saltufo wird im Stück geliefert und von Hand gerieben. Diese Spezialität ist in der Bedienungstheke ein Blickfang.

## GUT VERKAUFEN

Neben der Qualität legt das Unternehmen zunehmend Schwerpunkte im Schulungsbereich

und bietet Seminare zum Verkaufstraining an: Was heißt verkaufen, und wie entscheiden Menschen? Wie überzeuge ich meine Kunden? Wie führe ich mein Verkaufsgespräch erfolgreich? Auch Ernährungs-Workshops stehen auf dem Programm. „Kunden möchten immer gut beraten und über die Ware informiert werden“, weiß Thorsten Schäfer. Ein weiterer Fokus liegt auf dem Bereich Snacks und Zwischenverpflegung für das Fleischerhandwerk sowie dem Partyservice mit Trends und Praxistipps. Alle Seminare werden von Experten durchgeführt. Für eine gelungene Warenpräsentation wurde das Thekenerfolgskonzept entwickelt und zeigt, wie Metzger ihre Waren „emotional“ platzieren und inszenieren, „denn dies wird immer wichtiger“. Dabei gilt das Prinzip „weniger ist mehr“, da sich die Kunden sonst schnell von der Warenpräsentation „erschlagen“ fühlen. Hier könne man z. B. mit verschiedenen Ebenen in der Theke arbeiten.

Zukünftig soll das Marketing peu à peu weiter ausgebaut werden, berichtet Nicole Buschkotte. Weitere Schritte sind die neu gestalteten Etiketten, über deren Layout innerhalb des Teams abgestimmt wurde. Derzeit plant das Unternehmen zudem zwei neue Produkte, die aber noch nicht vollendet sind. „Wir sind noch nicht vollkommen zufrieden“, erklärt Thorsten Schäfer. „Auf den Markt kommen sie erst, wenn sie 100%-ig optimiert sind.“ *tin*  
[www.bedford.de](http://www.bedford.de)



# Lohnende Partnerschaft

Seit zwölf Jahren arbeiten die Metzgerei Dieter Krückel und die Spezialitäten-Bäckerei P. Schmitt an einer fränkischen Autobahnraststätte mit dem Kombiladen „BMW“ erfolgreich zusammen – eine Investition, die sich gelohnt hat.

Diese partnerschaftliche Zusammenarbeit innerhalb des Lebensmittelhandwerk demonstrieren die Metzgerei aus Stettbach bei Werneck im Landkreis Schweinfurt und die Bäckerei aus Bad Kissingen. Seit 2002 offerieren sie in einem Gewerbegebiet an der Autobahn bei Werneck auf einer Etage Wurst-, Fleisch- und Backwaren in verschiedensten Variationen. 220 m<sup>2</sup> Fläche hat der Kombiladen zur Verfügung, der neben Metzgerei und Bäckerei auch ein angegliedertes Café beheimatet. Zugute kommt Metzgermeister Dieter Krückel, dass er eine Fläche an die Bäckerei vermietet. „Mit einem weiteren Geschäftspartner bin ich der Eigentümer des Areal“ erläutert er die Besitzverhältnisse. Den Kombiladen, der den Firmennamen „BMW“ trägt – kurz für Bäcker-Metzger-Werneck – möchte der 51-jährige nicht mehr missen, ebenso der Bäckermeister Peter Schmitt. Die Rechnung des sorgfältig zusammengestellten Verkaufskonzeptes ist aufgegangen. Der Ar-

beitsumfang bei der Metzgerei hat deutlich zugenommen, das Personal wurde gegenüber vergangenen Jahren um 18 Arbeitskräfte erhöht. Im Mai kam ein Auszubildender als Metzger in der Produktion hinzu. Aktuell sind es 46 Mitarbeiter. Der Metzgermeister zeigt nach einem Blick auf die Bilanz eine zufriedene Miene, denn: „Im Kombiladen der Metzgerei an der Autobahn konnte der Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 11,3 % gesteigert werden“ betont er und begründet das Plus mit dem „gut laufenden Betrieb“.

## ERFOLGREICHE AKTIONEN

Immer wieder werden zur Ankurbelung des Geschäftes Sonderaktionen gestartet – an Ostern ebenso wie an Pfingsten, in den Ferien und der Vorweihnachtszeit. Offeriert wird dann etwa die „Dosen-Variante“: Eine Hausmacherwurst in vier Dosen, à 300 g, für 10 €. Das Gleiche kostet eine fränkische Brotzeit mit Schinken, 500 g Brot und einem Bocksbeutel. Beim

Verkauf zu gezielten Aktionen beträgt der Preis der Dose zwischen 2 und 2,60 €, je nachdem, welcher Inhalt gewünscht wird: Bratwurst, Bier-schinken, Leber- oder Blutwurst bzw. Presskopf. Das Brot kauft Dieter Krückel von der benach-

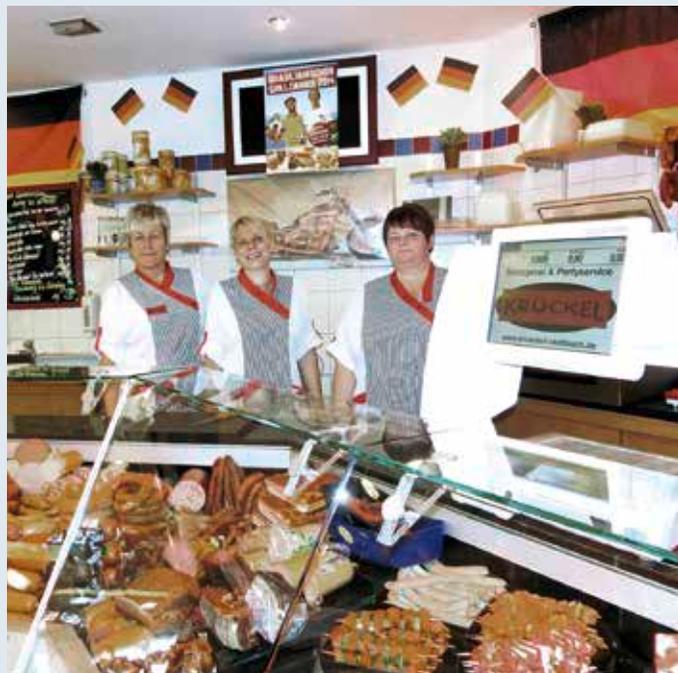
## ERFOLGSFAKTOREN

- Idealer Standort und flexible Öffnungszeiten
- Aktionen nach aktuellen Anlässen
- Hohe Identifikation mit dem Betrieb
- Freundlichkeit und Service
- Eigene Herstellung der Waren
- Bezug von regionalem Fleisch

## KONZEPT

### METZGEREI KRÜCKEL – WERNECK-STETTBBACH

Familiär geführte Fleischerei mit eigener Herstellung, die sich mit einem Kombiladen ein Extra-Standbein geschaffen hat.



Die Filialleiterin der Metzgerei, Melanie Wehnert (M.) und zwei Verkäuferinnen im „WM-Sommer 2014“ hinter der Theke.

barten Bäckerei. Mittwochs beliebt sind die sogenannten „Metzgerbeutel“ mit jeweils anderen Inhalten. So kosten fünf Hähnchenkeulen und fünf Brötchen 5,50 €. Darin kann aber auch eine 1m lange Bratwurst oder ein 1,2 kg schwerer (Pizza-)Leberkäse sein. „Bei diesem Angebot hat der Kunde einen Preisvorteil von 2 bis 2,50 €“, sagt der Metzgermeister. In der Vorweihnachtszeit können die Kunden an einer Verlosung teilnehmen. Zieht jemand z. B. die Hauptnummer, kann er ein Spanferkel für 20 Personen gewinnen. Damit verdeutlicht Dieter Krückel die ganze Palette des Mitmachangebotes. So wird immer etwas geboten,

um die Kunden bei Laune zu halten. „Ich habe eine Strategie und eine Philosophie und bin immer bereit, neue Ideen aufzugreifen und den Betrieb so weiterzuentwickeln“ betont er. Als die Projektpläne für den „BMW“-Laden geschmiedet wurden, wusste niemand so genau, ob sich die Investition lohnen würde. Um so erfreuter ist Dieter Krückel heute, dass sich die Verkaufsstrukturen stets verbessert haben und neue Kunden hinzugewonnen wurden. So berichtet er, dass an Wochenenden bis zu 60 LKW-Fahrer von der Autobahn herunter zum Kombiladen fahren. Doch nicht nur diese sind Kunden, es kommen auch viele aus den umliegenden Gemeinden rund um Werneck. Der Kombiladen liegt im Einzugsbereich

dreier Autobahnen: der A 7 zwischen Würzburg und Ulm, der A 70 von Schweinfurt nach Bamberg und der A 71 von Schweinfurt nach Erfurt. Zudem gibt es im Nahbereich die B 19, die auch den ein oder anderen Kunden bringt.

### FRONTCOOKING ALS EVENT

Seit einiger Zeit können die Gäste in einer neuen Showküche zusehen, wie es am Gyrogrill „zugeht“ oder etwa Nudeln für ein Menü zubereitet werden. Dabei unterhält der Koch die Kunden mit kurzweiligen Informationen rund ums Essen und gibt Tipps zu gesunden Inhaltsstoffen. Dieter Krückel investierte dafür rund 50.000 € – ohne Hinzuziehung der Bäckerei. Die Showküche wird von einem Geschäftspartner geführt. Eine weitere wohl lohnende Investition ist ein Automat im Außenbereich. Dieser bietet den Vorteil, dass die Kunden nach Geschäftsschluss Wurst- und Fleischwaren einkaufen können. Wie bei einem Getränkeautomat kann man sich z. B. Bratwürste oder rohe gewürzte Steaks kaufen. So ist es möglich bei „BMW“ rund um die Uhr an der Autobahn einzukaufen. Etwa 20.000 € war Dieter Krückel diese Investition wert. Fränkische Gemütlichkeit genießen können die Kunden auch im Café, im lichtdurchfluteten Wintergarten sowie auf der Außenterrasse. Und auch der Metzgermeister ist für eine gute Tasse Kaffee inklusive launigem Gespräch zwischendurch stets zu haben.

Josef Kleinhenz

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

## Der WebShop für die Lebensmittelbranche

ehlert online



**Kluge Rechner**

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

REINIGUNG

VERPACKUNG

DÄRME

MESSER

BEKLEIDUNG

GEWÜRZE

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



Bestellung bis 13.00 Uhr:  
Versand am selben Tag.

eXtra schnell  
eXtra professionell

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

### PROFI-PARTNER

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Bandsäge:** Bizerba
- **Berufskleidung:** CWS-Boco
- **Gewürze:** Frutarom Savory Solutions (Gewürzmüller), Hagesüd, Raps
- **Füller:** Frey Maschinenbau
- **Gartechnik (Heiße Theke):** Beer Grill, Wiesheu
- **Kaffeemaschine:** Melitta
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Kutter:** Kilia
- **Pökelinjektor:** Rühle
- **Speckschneider:** Rühle
- **Spültechnik:** Hobart
- **Transporter:** VW, Mercedes-Benz
- **Wägetechnik:** Bizerba

# Rollende Theke

Fleischermeister Manfred Kemper und sein Team sind mit ihrem 6,5 t schweren „Silberblitz“ ein beliebter Einkaufstreffpunkt – Markenzeichen sind Mettendchen und Knochenschinken. Nach dem Motto „Es bleibt in der Familie“ ist Bruder Burkhard Kemper der Hauptlieferant für das mobile Geschäft.

**H**ausschlachtungen bildeten Anfang der 1960er-Jahre die Grundlage für den Start des Familienunternehmens Kemper aus dem nordrhein-westfälischen Laer. Das in zweiter Generation seit Anfang 2011 von Fleischermeister Manfred Kemper geleitete Unternehmen Kemper's Markthandel ist inzwischen auf den mobilen Verkauf auf Wochenmärkten spezialisiert. Die zu 99 % selbst produzierte Ware kommt von seinem Bruder Burkhard, ebenfalls Fleischermeister und Dauerlieferant der Produkte aus heimischen Gefilden. Wer auf dem Münsteraner Domplatz in die Atmosphäre des Wochenmarktes eintaucht, macht „Kurzurlaub mitten in der Innenstadt“. Von Backwaren, Blumen,

Fleisch- und Wildwaren bis hin zu Pralinen ist das Angebot vielfältig, der Geruchssinn und der Gaumen werden „gekitzelt“ und es gibt viel fürs Auge zu tun. Am stattlichen Verkaufswagen des Unternehmens Kemper's Markthandel mit stolzen 7,70 m Tresenlänge – platziert am westlichen Eingangsbereich in der Nähe des Brunnens am Domplatz – kommt der Besucher nicht nur wegen der leckeren Fleischwaren kaum daran vorbei.

„Unsere rollende Filiale, vor einiger Zeit beim Hersteller Borco-Höhns bis ins Detail geplant und abgeholt, kommt bei den Kunden sehr gut an“, freut sich Inhaber Manfred Kemper. Nicht nur, dass die Verkaufslänge des „Silberblitzes“ optimal ausgenutzt wurde. Gleich bei

der Bestellung des Fahrzeuges im Rotenburger Herstellerwerk wurde laut Manfred Kemper mit Ehefrau Melanie und dem Borco-Höhns Fachberater Dieter Beyer jedes Extra sehr genau besprochen. Taschenablage und ausfahrbarer Tresen gehören ebenso zur Sonderausstattung wie das warme Büro-Licht oder das separierte Hackfleischabteil, auf dem direkt am Wolf frisches Hack gedreht wird. Für Manfred Kemper ist das ein Muss, denn statt verpackter Ware wie im Supermarkt gehe auch hier Frische absolut vor. Immerhin etwa 15 bis 20 % Umsatzsteigerungen seien dadurch erreichbar. Ein weiterer Verkaufshit ist die „Heiße Theke“, in der warme Snacks wie Leberkäse oder Frikadellen reißenden Absatz finden.

Foto: Werth



**KONZERT**

## KEMPER'S MARKTHANDEL – LAER

Das Unternehmen besteht seit über vier Jahrzehnten. Die eigene Schlachtung und Herstellung sowie Herkunft der Schweine und Rinder vom „Bauern des Vertrauens“ sind der Garant für die Qualität. Zudem kauft der Kunde beim Chef in angenehmer Marktatmosphäre.



Manfred Kemper erklärt: „Rund 50 Schweine und etwa zwei Bullen werden in der Woche zerlegt und dann u. a. über die mobile Theke verkauft. Die installierte Klimaanlage sorgt für die passende Kühlung, bis auf die Frischwurst in Schalen kann verpackte Ware problemlos auch während des Transports zwischengelagert werden.“



**„KLEINER BRUDER“**

Jeden Mittwoch und Samstag ist Manfred Kemper am Stammpfad am Westeingang des traditionsreichen Münsteraner Wochenmarktes zu finden. Vier bis fünf Mitarbeiterinnen stehen hier am Wochenende für den Verkauf bereit, insgesamt zählt das Verkaufsteam eine Voll- und eine Teilzeitangestellte sowie drei Aushilfen. Weitere Verkaufsmärkte sind am Freitagvormittag im Münsteraner Stadtteil Hilstrup und in der Gemeinde Wettringen. Natürlich darf der Verkauf am Heimatsitz in Laer nicht fehlen, wo Manfred Kemper und sein Team jeden Donnerstag auf dem dortigen Rathausplatz verkaufen. Seit Dezember 2011 ist das Team Kemper unter Leitung von Ehefrau Melanie zudem mit einem weiteren Selbstfahrer mit 3,50 m Tresentheke im Mobilverkauf präsent. Auf dem Domplatz wurde

eine passende Verkaufsfläche frei, eine Chance, die sich Kempers nicht entgehen lassen wollten. Zum Sortiment gehört hier der Serrano-Schinken und eine große Auswahl an Dauerwurstspezialitäten und Leberwurstsorten. Neben den vielen Stammkunden der Wochenmärkte zählen nach Aussage Manfred Kempers inzwischen etwa 150 Wiederverkäufer zum Abnehmerkreis der Fleischwaren aus Eigenherstellung – darunter nicht nur andere Marktbesucher sondern auch Bauernläden sowie große Supermarktketten. Manfred Kemper weiß: „Erstklassige Produkte garantieren wir dem Verbraucher etwa durch die Überwachung und Dokumentation sämtlicher Produktionsschritte. Die Kühlhaustemperaturen werden digitalisiert erfasst.“ Der absolute Verkaufrenner sind aber die Mettendchen von Kemper, regional bekannt und geschätzt. Aber auch der westfälische Schinken darf nicht fehlen. Frische, erstklassige Produkte, gute Verkäuferinnen und eine optimale Prä-



**PROFI-PARTNER**

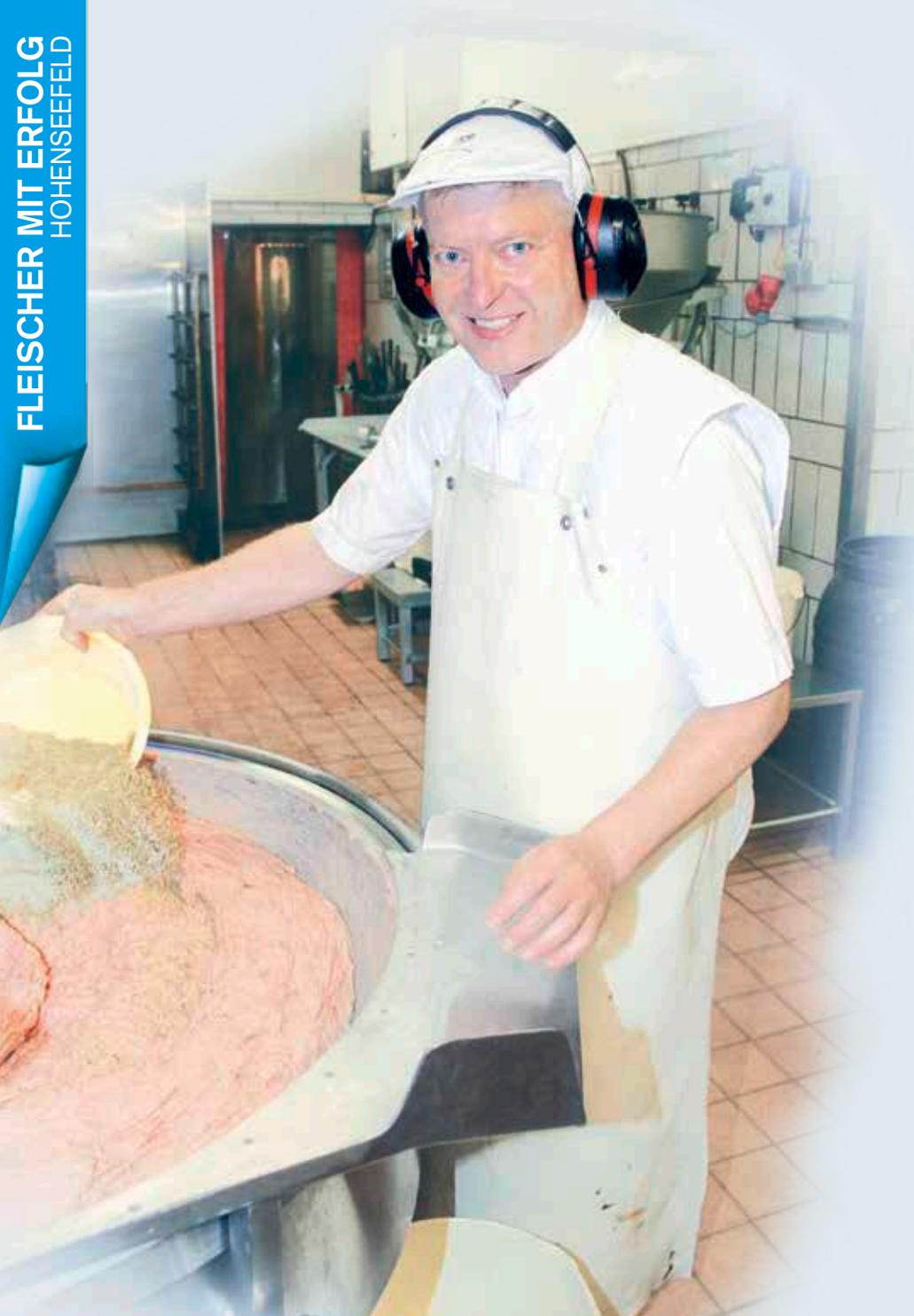
- Gewürze: Hagesüd
- Fleisch: Tummel, H & G Hinkerohe und Groneick
- Fahrzeuge: Fahrzeugwerk Borco-Höhns
- Papier (Verpacken): Brinkamm, Schweins
- Vakuutüten: Ehlert, Athmer & Liedt
- Wiege- und Kassensystem: Mettler-Toledo
- Wölfe: Mado

sentation im mobilen Verkauf sind wichtige Voraussetzungen für den unternehmerischen Erfolg mit einem mobilen Verkaufsgeschäft. Entscheidend ist zudem der geeignete Standort. „Dank der rollenden Filiale ist hier ein Höchstmaß an Flexibilität möglich“, betont Manfred Kemper zufrieden. *h/jw*

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

**ERFOLGSFAKTOREN**

- Attraktive Verkaufswagen und Topstandorte
- Persönliche Ansprache und Beratung
- Traditionelles Unternehmen
- Zertifikat „Münsterland“ als Gütesiegel für erstklassige Produkte
- Spezialitäten wie Kempers Mettendchen, oder selbstgemachte Konservenprodukte
- Separate Hackfleischabteilung
- Imbissangebote aus der „Heißen Theke“
- Große Flexibilität und Vielfalt



Im Niederen Fläming, einer Gemeinde südlich von Berlin, bringt sich die Landfleischerei Jürgen Apel mit einer Mischung aus Handwerksgeschick, Ideen und Engagement immer wieder ins Gespräch. Die Kunden sind von der Qualität überzeugt.

## KONZEPT

### LANDFLEISCHEREI APEL – HOHENSEEFELD

Fleischerei mit drei Verkaufsstätten, zwei Verkaufswagen, Party-, Cateringservice und eigenem Gasthof. Enge Kundenbeziehung und starke regionale Prägung.

## ERFOLGSFAKTOREN

- Motto: „gläsern sein für den Kunden“, Ehrlichkeit
- Service und Freundlichkeit
- Absolute Frische der Waren
- Mehrere Standbeine
- Kreative Öffentlichkeitsarbeit

warb er das gesamte Objekt inklusive des zugehörigen Gasthofes und dem Mühlengarten. In seinem Team arbeiten 52 Angestellte, auch seine Tochter, die bei einem renommierten Berliner Fleischer lernte. Den Bereich Apel Catering und Gasthof Apels Alte Mühle, eine eigenständige GmbH, leitet sein Partner Jürgen Reichard-Apel. Jürgen Apel sagt: „Das gesamte Angebot als Handwerksmeister allein zu stemmen, ist schwierig.“ Aber auch aus finanzwirtschaftlichen Gründen habe er das Catering und den Gasthof ausgegliedert. „Jedoch ist das wichtigste Standbein noch immer die Fleischerei“, freut er sich. „Natürlich profitieren wir von der Kombination mit dem Gasthof. Durch den Party- und Cateringservice und den Gasthof werden die Kunden auf die Fleischerei aufmerksam und genauso funktioniert das auch umgekehrt. Diese Kombination ist eine runde Sache. Aber das ist ja keine neue Erfindung, denn eigentlich sind wir jetzt wieder da, wo unsere Großeltern aufgehört haben. Frü-

# Gute Rezeptur

**E**rwähnt in der „Super Illu“, dem Heimatheft „Wunderschöner Fläming“, im Heimatjournal des RBB, ausgezeichnet mit dem Mittelstandspreis und prämiert als Bratwurst- und Hackepetermeister: Das sind nur einige der öffentlichen Erfolge, über die sich Jürgen Apel freuen kann. Der Fleischermeister

führt seine Fleischerei in Hohenseefeld, 70 km südöstlich von Berlin, seit 1987. Gebürtig kommt er aus der Gegend. Eine seiner Filialen betreibt er im Haus seiner Großeltern. In den folgenden Jahren wurden zwei weitere Filialen eröffnet, es kamen zwei Verkaufswagen sowie zwei Imbisse hinzu. Im Jahr 2000 er-

her war es durchaus üblich, dass Gasthöfe eine Fleischerei dabei hatten“, betont er.

### NISCHE GEFUNDEN

Hohenseefeld hat etwa 400 Einwohner. Mit seinen beiden Verkaufswagen erreicht er rund 50 umliegende Dörfer sowie die angrenzenden Kleinstädte. Jürgen Apel wusste, dass er „eine Nische“ finden musste. Auf der Suche nach gutem Schweinefleisch stieß er auf das „Bunte Bentheimer Schwein“. „Dieses Fleisch zu beziehen, ist hier allerdings schwierig“, erklärt er. Er wurde auf den Verein aufmerksam, der sich um den Erhalt dieser Rasse bemüht, wurde Mitglied und begeisterte eine befreundete Bäuerin, die probeweise fünf Ferkel aufzog. Das Ergebnis überzeugte den Fleischermeister: „Inzwischen hat ein Bauernhof hier in der Nähe 60 Tiere im Stall, es kommen laufend welche nach. So können zwei bis drei Schweine pro Monat geschlachtet werden. Wir verwenden sie hauptsächlich im Gasthof für Spezialitäten vom Bentheimer Schwein, in der Fleischerei für Spezialitäten, wie Schinken

– mit und ohne Kräuter, Salami, Kassler, Bratenfleisch.“ Wöchentlich werden etwa 20 Schweine und ein Rind verarbeitet, die aus Brandenburg, Sachsen und Sachsen-Anhalt geliefert werden. Produziert wird montags bis freitags. Als wichtigste Produkte nennt Jürgen Apel Koch- und Bierschinken, Lyoner, Paprikalyoner, Leberkäse, Bockwurst, Wiener, Bratwurst oder den Römerbraten. Insgesamt werden hier über 250 Wurstsorten handwerklich produziert. Ein weiterer Renner ist der Hohenseefelder Hackepeter – der Gewinner bei der Brandenburger Hackepetermeisterschaft. Außerdem produziert die Fleischerei Glaskonserven, z. B. Rinder- und Schweinerouladen, Bockwurst, Wiener Würstchen, Sauerfleisch und Eisbein. Auch Suppen im Schlauch, wie Soljanka, gehören zum vielfältigen Sortiment. Für den Thekenverkauf werden internationale Spezialitäten und Geflügelprodukte zugekauft. Weitere Standbeine sind die Belieferung mehrerer Berliner Imbisse mit Brat-, Currywürsten und Buletten sowie eines Spezialitätengeschäftes, in der Hauptstadt das überwiegend Fläminger

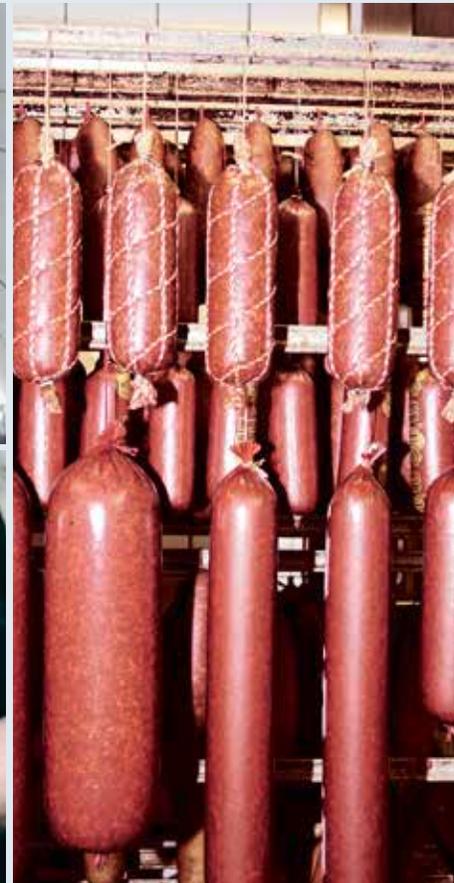
Produkte verkauft. Auch Senioren-, Pflegehäuser und Kitas gehören zu den Kunden.

### ENGAGEMENT GEWÜRDIGT

Viele Auszeichnungen zeugen vom Engagement der Fleischerei. 2013 wurde ihr der „Große Preis des Mittelstandes“ der Oskar-Patzelt-Stiftung verliehen. „Hier geht es vor allem um Nachhaltigkeit, Innovation, Arbeitsplatzsicherung, Betriebsergebnis und das soziale Engagement des Unternehmens in der Region“, sagt Jürgen Apel. Daran können Unternehmen und Institutionen teilnehmen, aber nur die, die sich die Zeit für solche Bewerbungen nehmen können, kämen eben in Frage. Er verrät, dass er einen Mitarbeiter hat, der sich vor allem um solche Belange kümmert. Mit Erfolg, denn ein seitenfüllendes Bild zeigt Jürgen Apel, ein Bentheimer Schwein und den Bauern in einer Sommerausgabe 2014 der „Super Illu“, die den Niederen Fläminger vorstellt. Die Zeitschrift verspricht dem Leser „Hier essen Sie gut“, nämlich Kotelett vom Bentheimer Schwein. *Heike Sievers* [www.landfleischerei-apel.de](http://www.landfleischerei-apel.de)

### PROFI-PARTNER

- **Bandsäge:** Kolbe foodtec 
- **Cliptechnik:** Tipper Tie
- **Entschwarter:** Maja
- **Füller:** Handtmann
- **Gewürze:** z. B. Avo, Gewürzmüller, Wiberg, Raps, Van Hees
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kochkessel:** Stein
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Kunstdärme:** z. B. von Enders, Kalle, CaseTec Devro 
- **Kühlhäuser:** Vemos
- **Kühlfahrzeuge:** Thermo King
- **Kutter:** Seydelmann
- **Luftentkeimung:** Bäro
- **Messerschleifmaschine:** Mado
- **Naturdärme:** Schwan, Enders, CDS
- **Pökelinjektor:** Günther Maschinenbau
- **Räucherammer:** Fessmann
- **Speckschneider:** Treif 
- **Spül- und Reinigungstechnik:** Winterhalter
- **Standwolf:** Kolbe foodtec
- **Tumbler:** Rühle
- **Vakuuierer:** Webomatic
- **Wolf:** Seydelmann



# Bezahlen am Automat

Grillrezeptvideos und exakte Beschreibungen, woher das Fleisch kommt auf der Homepage – die Metzgerei David in Worms geht mit der Zeit. Auch im Verkauf ist ihr ein zukunftsorientiertes Auftreten wichtig. Im Verkaufsraum steht ein Bezahlautomat, der den Mitarbeiter mehr Zeit für das Beraten lässt.

Die Metzgerei besteht seit dem Jahr 1924 – ein Betrieb mit Tradition, der aber keinesfalls altmodisch ist. Auf der Homepage sind Kühe auf Wiesen und freilaufende Hühner zu sehen, detailliert werden dort die Erzeugerhöfe und Lebensbedingungen der Tiere beschrieben. „In einer Zeit, die von Lebensmittelskandalen und Massentierhaltung geprägt ist, möchten wir ein Zeichen setzen und unseren Kunden erklären können, woher ihr Fleisch stammt“, betont der Inhaber und Fleischermeister Jürgen David. Der Betrieb ist nicht nur ein Metzgereiverkauf, sondern fertigt ausnahmslos alle seine Produkte selbst an. „Es ist uns auch hier wichtig, höchste Qualität zu liefern, um unsere Kunden langfristig zu binden“, berichtet der Fleischermeister. Besonders für diesen Betrieb ist zudem die mit Salzstein ausgestattete Dry Aged-Beef-Reifekammer sowie die Verarbeitung von Fleisch der selten gewordenen Bunten Bentheimer Schweine, die langsam, schonend und natürlich aufwachsen. Dadurch hat sich die Metzgerei gegenüber Mitbewerbern positioniert.

## MEHR ZEIT FÜR BERATUNG

Gemeinsam mit dem Kassensystemhersteller GeWeTe vertreibt der Spezialist für Wägetechnologie Bizerba ein Bezahlssystem für den Lebensmittelhandel. Anstatt an der Lebensmitteltheke zu bezahlen, nutzen die Kunden einen neuartigen, für diesen Zweck entwickelten Automaten. Seit einiger Zeit steht auch in der Metzgerei David ein solcher Bezahlautomat im Verkaufsraum. Für die Kunden mag dies anfangs befremdlich wirken, aber das Gerät bringt einige Vorteile mit sich. Zunächst kann sich der Verkäufer voll und ganz auf seine Kernkompetenz konzentrieren: die Fachberatung rund um das Produkt. Am Ende dieses Prozesses gibt es einen Bon mit einem aufgedruckten Barcode. Diesen scannt der Kunde ein, ruft am Kassensystem seine Bestellung auf, das Display zeigt den Betrag an und er bezahlt mit Bargeld oder Karte. Im Tausch gegen die dafür erhaltene Quittung erhält er dann seine Ware an der Theke. Der Bezahlvorgang läuft wesentlich schneller und unkomplizierter ab. Die gewonnene Zeit kann

der Verkäufer für weiterführende Aufgaben, z. B. das Bestücken der Theke, nutzen. Gleicher Personaleinsatz führt so im Idealfall zu mehr Umsatz. Auch hygienische Vorteile sprechen für dieses System. Denn: Die mühselige Trennung zwischen Ware und Geld über Wechselhandschuhe, permanentes Händewaschen und andere Maßnahmen gehören der Vergangenheit an. Je mehr sich solche Automaten durchsetzen, desto sensibler werden die Kunden für die Hygieneproblematik der üblichen Vorgehensweise. Das zeigen auch Kundenbefragungen bei Betrieben, die die Bizerba-GeWeTe-Lösung einsetzen. Wer dort einkauft hält dem Geschäft auch deshalb die Treue, weil es auch beim Thema Bargeld sauber und hygienisch zugeht. In der Regel fällt den Kunden die Umstellung auf das Bezahlen per Automat nicht schwer. Für den Betreiber der neuen Lösung bedeutet dies das Ende von Wechselgeldproblemen und Abrechnungsdifferenzen in der Kasse. Auch die abendliche Abrechnung ist durch das System schnell erledigt.

## BARGELD „RECYCLEN“

Der Bezahlautomat KAS 400 EasyPAY fasst ausreichend Euro in Münzen und ist klar und einfach konzipiert. Auch auf der diesjährigen Süffa in Stuttgart war dieses System auf dem Messestand von Bizerba zu sehen. Mit seiner robusten Gehäuseausführung mit 5-Punkt-Verriegelung und 3 mm Stahlblech hält der Automat auch eventuellen Aufbruchversuchen stand. Der zu zahlende Betrag wird per 15“-Display angezeigt. Die Bezahlung erfolgt mit Banknoten und Münzen, optional



## KONZEPT

### METZGEREI DAVID – WORMS

Traditionsreich und dennoch zeitgemäß geführte Metzgerei ohne Partyservice und Mittagstisch, dafür mit Dry Aged-Beef-Reifekammer, Bezahlautomat und kompetenter Beratung.

## ERFOLGSFAKTOREN

- Persönliche Präsenz
- Komplettes Angebot in Eigenproduktion
- Hochwertiger Fleischeinkauf
- Ständiges Arbeiten an der Außendarstellung, z. B. Imagefilm
- Wöchentliche Veranstaltungen, z. B. Steak-Tasting, BBQ Event, etc.
- Gute Balance zwischen Arbeit und Privatleben



Fleischermeister Jürgen David und seine Ehefrau Yvonne bieten neben einem umfangreichen Thekensortiment auch Dry aged-Beef aus der Reifekammer an, das im Salzgrottenklima veredelt wird.

mit EC-Karte. Das Münzgeld wirft der Kunde dabei unkompliziert in eine Münzschütte. Bei Überzahlung wird das Wechselgeld ausgezahlt. Eingezahltes Bargeld kann entweder gesammelt werden oder über einen „Recycling“ genannten Vorgang als Wechselgeld wieder in Kundenhand fließen. Der Vorteil: Der Automat muss mit weniger Wechselgeld bestückt werden. Das Gerät prüft und sammelt die verschiedenen Banknotenwerte, die in einer verschließbaren Staplerkasse für etwa 400 Noten ankommen. Das Kassieren kann durch ein Werttransportunternehmen nach dem Vier-Augen-Prinzip erfolgen. Der Bizerba-Partner GeWeTe ist als Spezialist für Münzautomaten bekannt. Von der Installation über die Schulung der Kunden bis zum After-Sales-Service deckt das Unternehmen alle Leistungen für Kassen- und Geldwechselsysteme ab.

Nach Einschätzung von Bizerba werden traditionelle Kassensysteme, die in das Wägesystem integriert sind, auch weiterhin eine wichtige Rolle spielen. Bezahllautomaten eröffnen aber Betrieben wie Metzgereien interessante Möglichkeiten Themen wie Hygiene, Bezahlsicherheit und -geschwindigkeit in Angriff zu neh-

## PROFI-PARTNER

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Bandsäge:** Bizerba
- **Berufskleidung:** Krings
- **Gewürze:** Moguntia, Raps, Hagesüd
- **Füller:** Handtmann
- **Gartechnik (Heiße Theke):** Schrutka-Peukert
- **Kassensystem:** GeWeTe, Bizerba
- **Kochkessel:** Fessmann
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Kutter:** Seydelmann
- **Ladenbau:** SCHRUTKA-PEUKERT  
LADENBAU
- **Pökelinjektor:** Rühle
- **Räucherhammer/-technik:** Fessmann
- **Scherbenerzeugung:** Maja
- **Speckschneider:** Rühle
- **Spültechnik:** Hobart
- **Technologische Hilfsstoffe:** Moguntia, Raps, Hagesüd
- **Transporter/ Fahrzeuge:** VW
- **Wägetechnik:** Bizerba



men. Auch Jürgen David ist sich sicher, dass sich diese Variante des Kassierens langfristig durchsetzen könnte. „Das System funktioniert bisher einwandfrei und die Kunden haben sich daran

gewöhnt, an einem Automaten zu bezahlen. Wir verlieren den Kontakt zum Kunden nicht, setzen aber gleichzeitig hohe Maßstäbe in Sachen Hygiene“, resümiert er. [www.metzgerei-david.de](http://www.metzgerei-david.de)

# ERFOLG DURCH DIALOG

Die Handtmann Maschinenfabrik ist im Jubiläumsjahr 2014 ein global agierendes Unternehmen mit Präsenz in weltweit 100 Ländern. Aus dem engen, internationalen Dialog mit Kunden gehen Produktinnovationen und neue Anwendungslösungen hervor, die für hohe Leistungsstärke, Präzision und Zuverlässigkeit stehen.



Vor 60 Jahren, im Gründungsjahr 1954, mit einem handbetriebenen Abdrengerät für die Würstchenherstellung begonnen, ist das Unternehmen heute längst kein reiner Maschinenbauer für Fleischwaren mehr, sondern Lieferant für eine breite Nahrungsmittelproduktion. Das sind Vakuumfüller für kleinere Produzenten bis hin zu vollautomatischen Produktionsanlagen für Wurstfabriken. So wird der Metzger, der nur ein paar Schweine pro Woche schlachtet und

verarbeitet ebenso erreicht, wie große Fleischwarenfabriken, die zu internationalen Lebensmittelkonzernen gehören. Generell wird ein großer Anteil der Maschinen und Systeme exportiert, ein guter Umsatzanteil wird aber nach wie vor stabil im deutschen Markt generiert.

## PRÄZISE, FLEXIBEL UND INNOVATIV

Mit stetig wachsenden globalen Vertriebsaktivitäten und dem sich verändernden Verbraucherverhalten hat sich die Produktpa-

lette der Handtmann Maschinenfabrik in 60 Jahren Firmengeschichte entsprechend stark erweitert. Basis ist nach wie vor die Vakuumfülltechnik, die eine sehr präzise Portionierung von pastösen Massen erreicht. Das bereits grundlegend in den 60er-Jahren entwickelte Flügelzellenförderwerk wurde so perfektioniert, dass die Gewichtsgenauigkeit der hergestellten Würstchen bei 0,1 g liegt. Diese Genauigkeit ist das entscheidende Merkmal in einer kostenoptimierten Produktion, da jedes Gramm zu viel die Produktionskosten unnötig steigert. Das Flügelzellenförderwerk ist nur ein Beispiel der für das Unternehmen typischen Grundlagenentwicklung. Neue Funktionen, Komponenten, Module und Systeme werden in Biberach entwickelt und akribisch erprobt. Eine eigene Fertigung mit modernsten Bearbeitungszentren, Montagegruppen und Qualitätssicherungs-Systemen sorgt für höchste Qualität beim Bau der Maschinen. So werden neue Fertigungsverfahren teilweise in Forschungsprojekten mit Universitäten entwickelt. Bestes Beispiel ist die Technologie beim Präzisionsschleifen der Komponenten des Flügelzellenförderwerks, das bisher unerreichte Toleranzen im 1.000stel-mm-Bereich sicherstellt. Höchste Qualität ist der strikte rote Faden, der sich durch die ganze Firmen-



### Im Profil

- 626 Mitarbeiter weltweit
- 100 Veranstaltungen im Handtmann Forum
- Unzählige Patente
- 150 Mio € Umsatz
- 70 Vertriebspartner weltweit
- Vertriebsniederlassungen: USA, Kanada, England, China, Italien, Frankreich, Deutschland, Brasilien, Russland
- 85 % Exportanteil
- Präsenz in 100 Ländern der Welt
- 30.000 m<sup>2</sup> Gesamtfläche
- 10.000 m<sup>2</sup> Verwaltung
- 2.000 m<sup>2</sup> Kundenzentrum

### Zeitgeschichte online

Eine speziell zum Jubiläum erstellte Homepage führt durch Firmengeschichte und -philosophie, erzählt Wissenswertes zu 60 Jahren patentierten Innovationen und ist Plattform für eine Jubiläums-Verkaufsaktion. Von dort geht es mit einem Klick weiter zur „Handtmann Wall“. Alles, was die Handtmann Maschinenfabrik in 60 Jahren war und heute ist, wurde in einem bunten Kaleidoskop aus Bildern, Botschaften, kurzen Geschichten und Zahlen in einer interaktiven Bilderwand eingefangen. Wer mehr erfahren möchte, kann sich dort durch die Geschichte der Maschinenfabrik klicken.  
[www.erfolgdurchdialog.de](http://www.erfolgdurchdialog.de)



brechende Neuentwicklung war 2004 das ConPro-System, das die Wurstherstellung dank einer völlig neuartigen, rein pflanzlichen Alginathülle, die den Darm ersetzt, revolutioniert hat. 2007 folgte die Markteinführung einer neuartigen Hochvakuumfülltechnik. Ein Schwerpunkt der Entwicklung liegt heute neben der Produktviel-

falt in der Automation. Ein Beispiel erfolgreicher Automation des Unternehmens ist eine Roboterlösung, bei der die hergestellten Fleischprodukte automatisch in Verpackungsmaschinen eingelegt und dort verkaufsfertig verpackt werden.

geschichte zieht. Qualität im Sinne selbst entwickelter Spitzentechnologie, hochqualitativ in eigener Produktion gefertigt. Aus dieser Qualität der Maschinen entsteht beste Produktqualität der damit hergestellten Nahrungsmittel – ob klassische Wurst- und Fleischprodukte, Feinkost, Delikatessen, Salate oder andere vegetarische Produkte. Das Verhalten der heutigen Verbraucher ist anspruchsvoll und fordert Vielfalt. Erfolgsentscheidend ist daher die Flexibilität der Systeme. So kann ein Vakuumfüller etwa bis zu 13 t Wurst/Stunde herstellen oder in Kombination mit einem Formsystem Burger, Bällchen, Sticks oder Kroketten produzieren. Mit entsprechenden Vorsatzgeräten dosiert ein Vakuumfüller grammgenau Salate, Aufstriche und andere Delikatessen in Gläser, Dosen, Becher und Schalen oder produziert in Verbindung mit einem Füllwolf vielfältige Hackfleischprodukte. In den letzten 60 Jahren brachte Handtmann wichtige Innovationen in diesen Markt. Eine bahn-

### DIALOG MIT DEN KUNDEN

Parallel zu dieser Bandbreite an technologischen Lösungen investiert das Unternehmen sehr stark in Dienstleistungen wie Anwendungsberatung, Kundendienst, Dokumentation, Schulungen und Finanzierungen. Das Handtmann Forum, ein Kundenzentrum (gebaut 2010), ist eine Kommunikationsplattform für den Austausch mit Kunden aus der ganzen Welt. Das Gebäude präsentiert sich auf über 1.000 m<sup>2</sup> Fläche als Fleisch- bzw. Nahrungsmittelfabrik mit hoch funktionaler Ausstattung. Hier finden jährlich mehr als 100 Veranstaltungen statt, von Maschinenvorfürungen über Produktentwicklungen und -präsentationen, Schulungen, Seminare und Fachtagungen. Dieser intensive Dialog ist Grundlage für richtungsweisende und zukunftsfähige Entwicklungen.

Der Fokus liegt klar auf den Bedürfnissen der Kunden. Um diese am Firmenjubiläum teilhaben zu lassen, gibt es eine Jubiläums-

Verkaufsaktion: Sondermodelle mit üppiger Ausstattung zu attraktiven Preisen. Zudem erhält jede Jubiläumsmaschine ein graviertes 60-Jahre-Logo und wird so zum einzigartigen Modell. Zugleich wurden 2014 weitere Projekte angestoßen: Eine neue Vertriebs Tochter nahm im September ihre Tätigkeit

in Russland auf und Anfang 2015 erfolgt der Spatenstich für ein neues Logistikzentrum für die weltweite Ersatzteilbelieferung sowie ein zweites Kundenforum zur Verbreiterung des Produktprogramms und den Ausbau der Vertriebsaktivitäten in andere Food-Bereiche.  
[www.handtmann.de](http://www.handtmann.de)

## Jetline-Cool Kühltransporter

*von den Profis empfohlen!*



### Beispiel-Angebote:

**Mercedes-Benz Sprinter** kompletter Kühltransporter **ab 33.995,-€**

**Peugeot Partner** kompletter Kühltransporter **ab 15.395,-€**

**Volkswagen T5** kompletter Kühltransporter **ab 22.995,-€**

Preise zzgl. MwSt. und Überführung  
(Kosten je nach Marke unterschiedlich)



Mercedes-Benz



PEUGEOT

Alle Modelle, aktuelle Angebote  
und weitere Informationen unter  
[www.kuehltransporter.de](http://www.kuehltransporter.de)

## SENGER

**NUTZFAHRZEUG ZENTRUM RHEINE**  
Lingener Damm 1, 48429 Rheine  
Tel.: 05971 7910-2590  
Mail: [info@kuehltransporter.de](mailto:info@kuehltransporter.de)

**NUTZFAHRZEUG ZENTRUM LÜBECK**  
Schwertfegerstraße 2, 23556 Lübeck  
Tel.: 0451 88001-6713  
Mail: [luebeck@kuehltransporter.de](mailto:luebeck@kuehltransporter.de)

# FÜLLEN MIT VAKUUM

Durch den Luftentzug aus dem Füllgut sorgen Vakuumfüllmaschinen dafür, dass das Wurstgut beim Füllen ausreichend fest ist und keine Lufteinschlüsse enthält. Außerdem lassen sich Verfärbungen durch Oxidation vermeiden.

Bei Vakuumfüllmaschinen gelangt das Füllgut per Hand oder über eine Hebevorrichtung aus einem Förderwagen in den Trichter der Maschine. Aus dem Trichter wird das Füllgut dem Förderelement zugeführt. Eine Zubringerkurve im Trichter sorgt für eine ständige Materialzufuhr zum Förderelement, dessen optimale Füllung vom Vakuumsystem der Maschine unterstützt wird. Sind feste und kaum fließfähige Füllgüter zu bearbeiten, lenkt eine zusätzliche Gegenhaltekurve den Brätstrom zum Förderelement und sichert somit den Füllgrad des Förderelements. Als Förderelement stehen verschiedene Pumpentypen zur Verfügung. Die in der Praxis am häufigsten eingesetzten Förderelemente arbeiten nach dem Prinzip der Doppelschraubpumpe oder -spindelpumpe, der Innenzahnradpumpe oder der Flügelzellenpumpe. Die Zufuhr des Füllgutes erfolgt bei der Förderkurve etwa in der Mitte des Förderlements. Durch die gewählte Flankenform der Schneckchen und die Steigung lässt sich je nach den Anforderungen des Füllgutes ein unterschiedlich großer Spalt zwischen den sich überdeckenden Flanken erzeugen. Über diesen Spalt wird die im Produkt befindliche Luft über den hinteren Teil befindlichen Vakuumkanal abgesaugt.

Ein Beispiel dafür ist der Vakuumfüller HP25E von *Vemag Maschinenbau*. Diese Maschine eignet sich zur Herstellung



großkalibriger Slicerware und verfügt über einen Trichter mit 350 l Fassungsvermögen. Die Förderkurve lässt sich flexibel austauschen und ermöglicht so einen schnellen Produktwechsel. In Kombination mit der Portionier- und Abdreheinheit FSL211 profitieren auch kleine und mittlere Betriebe von den Vorzügen einer automatisierten Wurstherstellung. Diese Einheit lässt sich flexibel auf unterschiedliche Produkte einstellen und eignet sich zum längengenauen Portionieren und Abdrehen von Würstchen im Natur-, Collagen- und Schäldarm. Mit ihren kompakten Abmessungen kann die FSL211 an jeden modernen Vemag-Vakuumfüller angeschlossen werden. Die flexible Kugelkopfanbindung zur Füllmaschine und die dadurch vereinfachte Ausrichtung zueinander reduziert die benötigten Zeiten für die Inbetriebnahme.

### FLEXIBLE UMSTELLUNG

Ein häufiger Sortenwechsel bestimmt die Herausforderungen in fleischerhandwerklichen Betrieben. Darauf sind der RVF 327 und 330 von Rex-Technologie abgestimmt. Ein zuverlässiger Betrieb, eine schnelle und einfache Reinigung, minimale Restmengen und

niedrige Energiekosten sind weitere Vorzüge dieser Vakuumfüllmaschinen. Das aus verschleißfestem Edelstahl gefertigte Flügelzellenwerk gewährleistet einen hohen Standzeit sowie eine hohe Produktqualität. Die Füllmassen werden schonend transportiert, die Restluft im Brät ist sehr gering. Die standardmäßig vorhandene Clippersteckdose erlaubt das Ansteuern diverser Clip- bzw. Zusatzmaschinen. Zur Auswahl stehen Klapptrichter mit 100 und 160 l Inhalt. An die RVF 327 und 330 lassen sich jederzeit rotierende oder starre Darmhaltevorrichtungen anbringen. Damit wird das Abdrehen von Kunst- bzw. Naturdärmen erleichtert.

Auf die Vielfalt in der Wursttheke sind auch die Vakuumfüller VF 608 und VF 612 H von Handtmann ausgerichtet. Damit können alle Füllmassen, ob klassische Brüh- und Kochwurst, dünnflüssige Massen oder grobstückige Ware gefüllt, portioniert und abgedreht werden. Durch das patentierte Flügelzellenförderwerk bleiben Produktqualität und Gewicht konstant – unabhängig davon, ob Kunst-, Collagen-, Naturdarm oder andere Behältnisse wie Schalen oder Dosen befüllt werden. Die praxisorientierte Technologie des VF 608 plus ermöglicht dabei eine wirtschaftliche Produktion auch kleiner Chargen mit einer Füllleistung von bis zu 2.000 kg/Stunde und einer Portionierleistung von 400 Portionen/Min.. Der neue Vakuumfüller VF 612 Handwerk eignet sich für Betriebe, die bei Brätherstellung und -transport Transportwagen einsetzen. Anforderungen an Effizienz und Wirtschaftlichkeit werden durch eine Füllleistung von 2.000 kg/Stunde, eine Portionierleistung von bis zu 450 Portionen/Min. sowie die optionale Armhebevorrichtung erfüllt.

### KEIN VERSCHLEISS

Die Vakuumfüller der F-Line F50, F52 und F60 von Frey Maschinenbau arbeiten mit einem hochwertigen Flügelzellenwerk in rostfreier Ausführung. Der Edelstahlrotor ist aufgrund der Plasmabeschichtung besonders verschleißfest. Die Vakuumpumpe entzieht dem Füllgut die Restluft

und sorgt so für ein gutes Füllbild, das u. a. die nachträgliche natürliche Umrötung der Ware verbessert. Die Maschinen dieser Serie beherrschen jede Füllart wie Geradeausfüllen, Portionieren und Abdrehen. Ihr großes Kammervolumen ermöglicht ein brätschönendes Füllen. Optionales Zubehör wie Darmhaltevorrichtungen



**OSKUTEX**  
WURSTHÜLLER. INDIVIDUELL. INNOVATIV.

**STARKE MARKEN UNTER EINEM DACH.**    
oskutex.com



**FÜLLER UND KUTTER**  
Wir haben fünfzig Jahre Erfahrung.

RVF 436

**REX**  
FLEISCHEREIMASCHINEN

Die neuen Vakuumfüllmaschinen der Serie 400 speziell für Handwerks- und Mittelbetriebe. Innovative Technik und „REX-Servodrive“ garantieren höchste Produktionssicherheit.  
www.dueker-rex.de





und Darmaufziehgeräte steigern die Flexibilität der Maschinen außerdem. F-Line F50 ist im Standard mit dem teilbaren 90 l Fülltrichter ausgestattet. Das Befüllen und Zwischenreinigen wird dadurch erleichtert. Optional sind die Modelle F50, F52 und F60 mit einem 60 l Fülltrichter erhältlich. Dabei erlaubt die niedrige Einfüllhöhe ein kraftsparendes Befüllen. Beim Vakuumfüller TTFill32 von *Tipper Tie* wurde ebenfalls auf eine verschleißarme Konstruktion geachtet. Die Schieber sind aus verschleißfestem Kunststoff gefertigt. Das automatische Nachstellen der Führungskurve bewirkt eine dauernde Dichtheit der Brät-pumpe. Die Kompressionsverstellung, einstellbar von 0 bis 4 %, gewährleistet eine hohe Gewichtsgenauigkeit und -konstanz bei allen Produktarten. Die im Vakuumsystem integrierte Sicherung mittels Zweikammersystem und elektrischer Überwachung verhindert das Eindringen von Wasser in die Vakuumpumpe. Für eine darmsparende, rationelle Produktion kann die Anzahl der Abdrehungen von 1 bis

9,5 Umdrehungen variiert werden. Ein spezielles Überwachungssystem weist auf falsche Maschinenzustände hin. Als Zusatzgeräte lassen sich Einfach- und Doppel-Clipautomaten anbringen und synchron steuern. Auch hier kann zur Steigerung der Wurstproduktion mit Naturdärmen ein Darmaufziehgerät angebracht werden. Dieses besteht komplett aus korrosionsfreiem Material.

Auch *Risco* bietet die Möglichkeit, seine Vakuumfüller mit entsprechenden Komponenten an kundenspezifische Anforderungen anzupassen. Die Maschinen lassen sich z. B. mit Abdrehgetriebe, Darmhaltevorrichtung, Darmaufziehgerät, Füllstromverteiler, Wolfvorsatzgerät oder anderen Vorsatzgeräten ausstatten. Alle Vakuumfüllmaschinen dieses Herstellers besitzen ein gleich aufgebautes und auf die jeweilige Maschinengröße abgestimmtes Long-Life-Fördersystem. Dieses arbeitet ähnlich eines Flügenzellensystems und gewährleistet, dass selbst bei schwierigen Füllmedien die Gewichtsgenauigkeit eingehalten

und ein einwandfreies Produktbild erzielt wird. Das Abfüllen von allen gängigen Wurstsorten wie Koch-, Brüh- und Rohwurst sowie anderen pastösen Produkten ist mit diesem Fördersystem möglich. Vor allem beim Füllen von Rohwurst ist das Schnittbild klar strukturiert und schmierfrei. Entsprechend den kundenspezifischen Anforderungen werden die Maschinen mit kompatiblen Vorsatzgeräten ausgestattet. Das Füllen mit Vakuummaschinen gehört heute weitestgehend zum Standard. Denn die Kunden erwarten auch von Handwerksbetrieben gleichmäßige Produkte ohne Luftpfeifen oder Verfärbungen. ast

#### Nützliche Links

[www.frey-online.com](http://www.frey-online.com)  
[www.handtmann.de](http://www.handtmann.de)  
[www.rex-technologie.com](http://www.rex-technologie.com)  
[www.risco.de](http://www.risco.de)  
[www.tippertie.com](http://www.tippertie.com)  
[www.vemag.de](http://www.vemag.de)



Handmann



Rex-Technologie



Risco

# BESUCH BEIM D-ARZT IST ENTSCHEIDEND

Wer nach einem Arbeitsunfall arbeitsunfähig ist, muss einen sogenannten Durchgangsarzt aufsuchen. Darauf weist die Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe (BGN) hin.

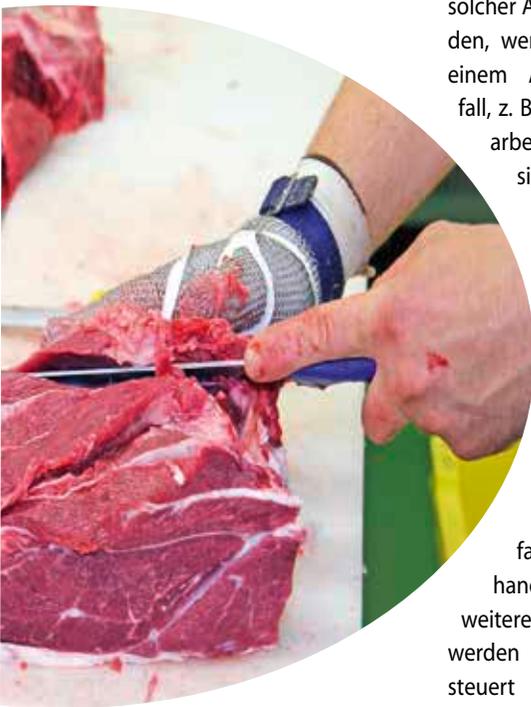
Mehr als 48 Mio. Menschen in Deutschland stehen bei Arbeits- und Wegeunfällen unter dem Versicherungsschutz der Be-

die bestmögliche medizinische Erstversorgung sicher. Bestellt und qualitätsgeprüft sind sie durch die Landesverbände der gewerblichen Berufsgenossenschaften. Ein solcher Arzt muss aufgesucht werden, wenn ein Mitarbeiter nach einem Arbeits- oder Wegeunfall, z. B. auch in der Produktion, arbeitsunfähig ist, voraussichtlich mehr als eine Woche medizinisch behandelt werden muss, Heil- und Hilfsmittel verordnet bekommt oder wenn er an den Unfallfolgen erkrankt.

## ADRESSE KENNEN

Der D-Arzt entscheidet nach einem Arbeitsunfall über die weitere Behandlung und ob eventuell weitere Fachärzte hinzugezogen werden müssen oder sollten. Er steuert das Heilverfahren und informiert die jeweilige Berufsgenossenschaft über die eingeleitete Behandlung und über den Stand des Heilungsprozesses. Das D-Arzt-Verfahren stellt die bestmögliche Rehabilitation für den erkrankten Mitarbeiter sicher, ohne wirtschaftliche Aspekte außer Acht zu lassen. In jedem Unternehmen sollte die Adresse des nächsten D-Arztes – z. B. online zu finden unter <http://lviweb.dguv.de> – bekannt sein, am besten ausgehängt neben den Informationen zur Ersten Hilfe. [www.bgn.de](http://www.bgn.de)

rufsgenossenschaften – das wissen nicht alle. So kennt die zuständige Berufsgenossenschaft immer den aktuellen Behandlungsstand und kann, wenn notwendig, eingreifen. Ein wichtiger Teil des Versorgungssystems ist das Durchgangsarzt-Verfahren („D-Arzt-Verfahren“). Hierbei stellen bundesweit etwa 3.500 unfallmedizinisch qualifizierte Chirurgen und Orthopäden in besonders ausgestatteten Einrichtungen nach einem Unfall



## Mehr für Sie drin

Gewinnen und begeistern Sie Kunden mit ausgereiften Ideen und einer einzigartigen Vielfalt für Fleisch, Wurst, Fisch, Convenience!

**FRUTAROM Savory Solutions GmbH**  
Siemensstraße 1 · 70825 Korntal-Münchingen  
sginfo@frutarom.com · [www.frutaromsavory.com](http://www.frutaromsavory.com)



## Ergonomie auf den Punkt gebracht

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



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





# GESCHMACK ERLEBEN

Der einstige Produktionsstandort von Wiberg erstrahlt in neuem Glanz: Komplett umgebaut wurde aus den Fertigungshallen in Salzburg ein hochmodernes Seminarzentrum – eine Plattform für Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch.

Orientiert an den Bedürfnissen seiner Kunden bietet der Gewürzspezialist dort gezielt Workshops, Seminare, Events, Symposien und Kongresse an. Jeder Besucher hat die Gelegenheit, „mehr Geschmack und mehr Genuss“ mit allen Sinnen zu erleben. „Wir sind der Topf, um Wissen zu bündeln“, brachte es Marcus Winkler, Geschäftsführender Gesellschafter, bei der Eröffnung auf den Punkt. In Kooperation mit Kunden und Partnern werden abwechslungsreiche Themenschwerpunkte gezielt bearbeitet: ob es darum geht, neue Rezepturen, Technologien oder Produktideen zu präsentieren, die Auswahl bester Zutaten zu treffen, geschmacklich innovative kulinarische Ideen umzusetzen oder optimierte Lösungsansätze für individuelle Bedürfnisse zu erstellen. Die Mitarbeiter teilen ihr Fachwissen und unterstützen Interessierte aus den



Bereichen Fleischerhandwerk, Gastronomie, Hotellerie und der Gemeinschaftsverpflegung sowie Lebensmittelindustrie gerne. Dabei stehen die Welt der Gewürze, funktionelle Wirkstoffe, die Produktion und Zubereitung von Lebensmitteln sowie aktuelle kulinarische Trends im Mittelpunkt. Fachkundig vermitteln die Gewürzprofis des „Team Inspiration“ zusammen mit Academy-Leiter Thomas M. Walkensteiner neue Inspirationen und setzen Akzente.

## RAUM FÜR GENUSS

Die Ausstattung der Wiberg-Academy entspricht dem neuesten Stand der Technik: Von allen Möglichkeiten der Präsentation über die hauseigene Produktion von Fleisch- und

Wurstwaren im Technikum sowie modernste Kücheneinrichtung. Im 1. OG entstanden Workshop-Räume für unterschiedliche Zwecke: zwei für die Wissensvermittlung (136 m<sup>2</sup>) und zwei für praxisnahe Workshops (161 m<sup>2</sup>). Im EG wurden frühere Lagerflächen (783 m<sup>2</sup>) umgebaut. Das frühere Hochregallager mit einer Höhe von 7 m und einer Fläche von 265 m<sup>2</sup> ist jetzt ein Auditorium, das rund 100 Personen fasst. Das neue Fortbildungszentrum verfügt über ein abwechslungsreiches Kursprogramm, z. B. Veranstaltungen in Bezug auf die neue Allergenkennzeichnungsverordnung (LMIV) oder Grillkurse. Mit lösungsorientierten Themenschwerpunkten kümmert sich der Gewürzspezialist auch um die Belange von Metzgereien und Caterern. Um dem sinkenden Interesse an einer Ausbildung zum Fleischer oder Koch entgegenzuwirken, setzt er sich zudem gezielt für die Förderung des Nachwuchses ein. Dabei lernen die Teilnehmer Wissenswertes für ihren Berufsalltag und werden motiviert und inspiriert. Weitere Infos unter: [www.wiberg.eu](http://www.wiberg.eu)

Fotos: Theimer, Wiberg

Mietkauf zu  
**0,0 %\***

## VF 608 plus

zum Zinssatz von 0,0 % p.a.

Laufzeit wahlweise 24, 36, 48 oder 60 Monate

### Beste Technik für den Meisterbetrieb

Der VF 608 plus in serienmäßiger Topausstattung:  
mit multifunktionaler Kompakt-Steuerung, teilbarem  
40/100 L Fülltrichter und neuem Abdrehgetriebe 410.

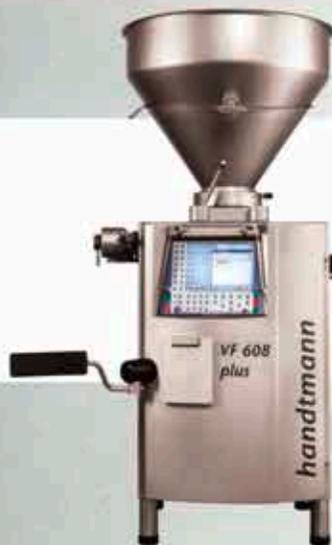
Profitieren Sie von unserer einmaligen Jubiläumsaktion  
60 JAHRE HANDTMANN INNOVATIONEN.

Sichern Sie sich den VF 608 plus mit Handtmann Finance!



# Handtmann Finance

Hochwertige Technologie und attraktive Finanzierung aus einer Hand



## Nutzen Sie das einmalige Jubiläumsangebot.

Nur wer modernste und hochwertige Technologie einsetzt und clever finanziert, erzielt hochwertige Produktqualität und beste betriebswirtschaftliche Ergebnisse - und somit langfristigen Erfolg am Markt.

## PROFITIEREN SIE VON UNSEREN INNOVATIONEN:

### FLÜGELZELLEN-FÖRDERWERK

mit einer überdurchschnittlich hohen Standzeit für höchste Portioniergenauigkeit und erstklassige Produktqualität



### MULTIFUNKTIONALE KOMPAKT-STEUERUNG

für intuitiven Bedienkomfort, zentraler Steuerung aller Funktionen am 10"-Farbdisplay und 300 Produktspeicherplätzen für Ihre Angebotsvielfalt



### GETEILTER 40/100 LITER FÜLLTRICHTER

für leichtes Befüllen kleiner Chargen und praktischer Sehschlitzfunktion beim Leerfüllen für eine minimale Restbrätmenge



Ergänzend zu dieser serienmäßigen Topausstattung ist ein vielseitiges Zusatzgeräte-Angebot erhältlich.

## Warum über uns finanzieren? Ihre Vorteile auf einen Blick!

- Sicherung des unschlagbaren Zinssatzes von 0,0 % für die gesamte Laufzeit
- keine Anzahlung notwendig
- Erweiterung Ihres Liquiditätsspielraums, da Ihre Kreditlinien bei der Hausbank nicht beansprucht werden
- keine zusätzlichen Kreditsicherheiten notwendig
- schnelle und einfache Abwicklung – alles aus einer Hand
- feste Kalkulation aufgrund monatlich gleichbleibender Raten
- sicheres Eigentum an der Maschine mit Zahlung der letzten Rate
- auf Wunsch volle Anrechnung des Kaufpreises für Ihre Altmaschine auf die Monatsrate

Oder fragen Sie alternativ zum Mietkauf nach unseren attraktiven Mietangeboten. Zahlen Sie für die Dauer von 36 oder 60 Monaten lediglich günstige, fest vereinbarte Raten und geben die Maschine am Ende der Laufzeit einfach – ohne weitere Verpflichtung – an Handtmann zurück.

\* Angebot und Konditionen sind vorbehaltlich positiver Bonitätsprüfung und Verfügbarkeit aufgrund limitierter Stückzahl.

## Haben Sie Interesse?

Dann kontaktieren Sie uns/unsere Vertriebspartner und fordern Sie unsere Jubiläumsbroschüre mit einmaligen Angeboten an oder finden Sie mehr unter: [www.handtmann.de](http://www.handtmann.de)

**handtmann**  
Ideen mit Zukunft.

Im Münchner Stadtteil Fürstenried verkauft die Metzgerei Sparber ihre Waren live über das Internet und versendet sie danach per UPS.



## DIREKTVERKAUF VIA INTERNET

Der Kontakt mit der Zukunft des Fleischers beginnt, wenn man auf seiner Tastatur [www.live-frischetheke.de](http://www.live-frischetheke.de) eingibt. Der Browser öffnet ein kleines Schaufenster und man sieht direkt in die Münchner Metzgerei von Andreas Sparber. Im Hintergrund wuseln seine Mitarbeiter und bedienen andere Käufer. Vorne ist der Chef selbst zu sehen, der sich dem Kunden am Bildschirm widmet. Während man selbst irgendwo anders bequem am Schreibtisch sitzt, wird man von ihm bedient, als würde man direkt vor ihm in seinem Laden stehen. „Ich hätte Lust auf einen Grillabend mit Freunden, was können Sie mir empfehlen?“, fragt der Kunde am Computer. Andreas Sparber greift in die Kühltheke, holt rohe Bratwürste hervor, zeigt seine marinierten Schweinenauckensteaks oder empfiehlt zarte Lammkoteletts. Dabei hält er jedes einzelne Stück in die Web-Kamera, die gleich neben der Waage montiert ist. „Ist das Stück recht? Soll ich hier etwas abschneiden oder wollen Sie lieber eine größere Portionen?“ Das Kundengespräch über das Internet läuft genau wie im Laden ab. Sogar

eine Warteschlange mit Positionsanzeige gibt es, wenn mehrere Personen zugleich übers Internet kommen. Einzige Voraussetzung beim Kunden: Er muss an seinem Computer eine Headset (oder Mikrofon plus Lautsprecher) angeschlossen haben. Bei Laptops ist das heute eingebaut, zum Handy wird es häufig mitgeliefert. Eine Bestellung ist aber auch schriftlich per Chat möglich.

### BESONDERER SHOP

Geliefert wird am nächsten Tag an jeden Ort in Deutschland. UPS bringt die Kühlbox mit der Ware zuverlässig ins Haus. Der Clou: Als Kühlelemente nimmt Andreas Sparber tiefgefrorene Fleischbrühe – die der Kunde gerne zusätzlich bezahlt. Bezahlt wird per PayPal oder Kreditkarte. Eine vorherige Registrierung des Kunden minimiert einen möglichen Missbrauch. Wie bei anderen Internet-Shops sieht der Kunde im virtuellen Einkaufskorb live seine bestellten Waren und deren Preis. Das Angebot umfasst die gesamte Metzgereipalette. Andreas Sparber, von Beruf Kaufmann, kauft seine Waren seit Firmengründung vor elf Jahren immer von mehreren Lieferanten:

„Ich leiste mir für meine Kunden den Luxus, jeweils nur die besten Produkte vorzuhalten.“ Vor zwei Jahren begann er mit einem Webfachmann seinen Internet-Shop zu entwickeln: „Jedes Jahr wandern im Handel 10 % Umsatz ins Internet. Da möchte ich dort sein, wo die Kunden hingehen werden.“ Dabei bietet er den Kunden einen ganz besonderen Shop. Einen, bei dem die individuelle Beratung das Kerngeschäft bleibt. Das ist in der Tat außergewöhnlich für Internet-Shops. „Mein Angebot ist interessant für Berufstätige, die zu spät

vom Büro rauskommen, Mütter, die sich einfach Zeit sparen wollen oder Kunden, die keinen Metzger in der Nähe haben“, sagt er. Die Ware wird live vor den Augen der Kunden küchenfertig nach Wunsch vorbereitet, portioniert und verpackt. Die Preise entsprechen denen im Laden. Der Versand wird extra bezahlt. Seit gut einem Jahr testet und optimiert Andreas Sparber sein System. Mittlerweile ist er damit so zufrieden, dass er die Software auch verkauft, z. B. an Franchise-Nehmer. *L. Torn*  
[www.live-frischetheke.de](http://www.live-frischetheke.de)

Gehen Sie auf Nummer sicher!



CE geprüft  
TÜV Geprüfte Qualität nach Druckgeräte-Richtlinie 97/23/EG

### KORIMAT KA 380

#### Kessel und Autoklav

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



35708 Haiger - Tel: 0 27 74 / 92 39 93  
Fax: 02774/92301 91 - info@korimat.de  
[www.korimat.de](http://www.korimat.de): Gebrauchtmaschinen  
Vertriebspartner - Seminar-/Messetermine

# ZÜGIG SCHLACHTEN

Das Tierschutzgesetz definiert die Schlachtung als die Tötung durch Blutentzug. Danach dürfen warmblütige Tiere nur geschlachtet werden, wenn sie vor Beginn des Blutentzuges betäubt wurden. Dabei kommt neben der Qualifikation des Personals, insbesondere der technischen Ausstattung besondere Bedeutung zu.

Nach § 13 des Tierschutzgesetzes ist ein Betäubungsverfahren als tierschutzgerecht anzusehen, wenn es das Tier „schnell und ohne vermeidbare Schmerzen oder Leiden in einen bis zum Tod anhaltenden Zustand der Empfindungs- und Wahrnehmungslosigkeit versetzt“. Die Abläufe beim Schlachten haben auch Einfluss auf die Qualität des Fleisches. Je nach Tierart sind unterschiedliche Betäubungsarten angebracht. Die Tiere sollen möglichst ruhig betäubt werden. Dies vermeidet Stress für Tiere und die Mitarbeiter, verringert das Verletzungsrisiko und wirkt sich positiv auf Betäubungswirkung und Fleischqualität aus. Während in der Industrie die CO<sub>2</sub>-Betäubung immer öfter eingesetzt wird, setzen kleinere Betriebe nach wie vor die Bolzenschuss- bzw. Elektrobetäubung ein. Die Betäubung kann, muss aber nicht zwingend, in den Tod übergehen. Daher müssen die so betäubten Tiere innerhalb einer Minute nach dem Betäubungsvorgang entblutet werden. Für das Betäuben sind sachkundige und geübte Personen notwendig. Einen Überblick über die Besonderheiten der Schlachtmethoden gibt der „Leitfaden für die Schlachtung in Betrieben des Fleischerhandwerks“, der beim Deutschen Fleischer-Verband bezogen werden kann.

## TIERSCHUTZGERECHT SCHLACHTEN

Damit die Betäubung erfolgreich, also ohne Fehlbetäubung abläuft, muss sie am ruhig gestellten Tier durch geschultes Personal durchgeführt werden. Das Betäubungsgerät muss gewartet



und gepflegt sein. Beim Schlachtprozess gilt es, die ethischen Anforderungen des Tierschutzes mit effizientem Vorgehen und dem Ziel einer guten Fleischqualität zu verbinden.

Der Schlachthausausstatter *Freund* verbindet diese Ziele in seinem Elektrobetäubungsprogramm mit hochfrequentem Konstantstrom. Unter Einhaltung der strengen Vorgaben der Tierschutzschlachtverordnung wird eine bessere Schlachtausbeute durch weniger Blutpunkte und Knochenbrüche sowie eine gleichmäßig gute Fleischqualität erreicht. Bereits das STUN-E512 ist für verschiedene Anforderungen in Klein- und Mittelbetrieben anpassbar. Die Betäubungsprogramme lassen sich für unterschiedliche Tierarten und -größen sowie Betriebsarten einrichten. Einstellen sind alle Betäubungsparameter wie die Mindestbetäubungszeit, aber auch die Wahl zwischen Kopf- und Herzbetäubungsprogramm. Dabei zeichnet der externe Speicherstick STUN-EMEM01 die Schlüsselparameter der Elektrobetäubung gemäß der Tierschutzschlachtverordnung auf.

Für eine schnelle und damit schonende Schlachtung ohne Fehlbetäubungen kommt insbesondere der Fixierung von Rindern eine große Bedeutung zu. Dafür bietet *Friedrich Sailer* eine mobile Betäubungsfalle. Die Konstruktion ist mit einem pneumatischem Einlasschieber, mit pneumatischem Auswurfboden und -schieber, zweiteiligem klappbarem Landerost sowie einem rutschfesten Standpodest für ein sicheres Betäuben ausgestattet. Lichte Tür-Durchgangsmaße von 1.100 mm Breite und 2.000 mm Höhe

Freund Maschinenfabrik



genügen, um die Falle auf Schwerlastrollen in den Schlachtraum zu bewegen. Nach dem Schlachten lässt sie sich wieder aus dem Bereich entfernen.

Das Tierschutzgesetz schreibt eine zügige Entblutung von Schlachttieren vor. Um sowohl hygienische Schlachtbedingungen und schnelles Entbluten zu gewährleisten, führt *Renner Schlachthaus Technik* ein Holstechmesser im Sortiment. Mit dem komplett aus rostfreiem Edelstahl gefertigten Messer lässt sich auch Blut als Zutat sauber gewinnen. Große Öffnungen am Messer ermöglichen ein schnelles Abfließen des Blutes in einen Auffangbehälter. Die nachschleifbare Klinge aus hochwertigem Stahl wird durch Bügel gehalten und ist ohne Spezialwerkzeug austauschbar. Um einen sicheren Griff zu gewährleisten, ist das Messer mit einem Messerschutz und einer griffigen Haltung ausgestattet. Als Spezialist für die Be-



Renner SHT



Friedrich Sailer

Zerlegen und Transportieren arbeitet das Unternehmen zu dem individuelle Komplett- oder Teillösungen für den gesamten Schlachtprozess aus.

**ERGONOMISCH ZERLEGEN**

Das Schlachten und Zerlegen ist eine körperlich anstrengende Aufgabe. Deshalb stellen die Ausstatter die Ergonomie vermehrt in

Ihr kompetenter Ansprechpartner für:

- Fleischwölfe (gekühlt/ungekühlt)
- Messerschärfer
- Cutter
- Füllmaschinen
- Vakuumverpacker

Komplett-Service für zufriedene Kunden:

- Beratung
- Installation und Justierung
- Inbetriebnahme
- Schulung Ihrer Mitarbeiter
- Wartung und Reparatur

**DMS-Maschinensysteme**  
 Lebensmittelmaschinen GmbH & Co KG

**DMS**  
 MASCHINENSYSTEME

An den Ziegelhütten 6-8  
 D - 66127 Saarbrücken  
 Tel: +49 (0)6898 93370  
 Fax: +49 (0)6898 933729  
 e-mail: info@dms-maschinen.de  
 Internet: www.dms-maschinen.de

Fotos: Freund Maschinenfabrik, Sailer, Renner Schlachthaus Technik



EFA Schmid & Wezel



Mohn



Niroflex

den Fokus ihrer Entwicklungen. Ein Beispiel dafür ist die kompakte Halbierungssäge SB 288 E von EFA Schmid & Wezel, die auch die Schlachtung von Schweinen und Rindern in mittelgroßen Betrieben erleichtert. Sie ist geräusch- und vibrationsarm und verfügt durch optimierte, gefederte Bandführungen über eine hohe Sägebandstandzeit. Zur Reinigung und Kühlung des Sägebandes ist ein Kaltwasserspülkreis vorhanden. Eine Deckelsicherung sorgt für eine sichere Handhabung. Weitere Geräte aus dem Sortiment sind der handliche Handabschwarzer 900, der sich für den Dauereinsatz eignet, sowie die Brustbein- und Zerlegesäge SK 18-8D mit einer Vielzahl an unterschiedlichen Sägeblättern.

F. Mensch

Die Bandsägen der Serien „Selekta“ und „Perfekta Plus“ von Mado sind nach neuesten Erkenntnissen für eine rationelle und hygienische Verarbeitung aus Edelstahl gefertigt. Sie zerkleinern die Teilstücke präzise und mit sauberen Schnittflächen – egal ob Fleisch, Knochen oder Geflügel. Alle Modelle besitzen die erforderlichen Sicherheitseinrichtungen wie Andrückvorrichtung, höhenverstellbarer Bandschutz, Türmagnetschalter und Motorbremse.

### HYGIENAUSSTATTUNG

Bei der Zerlegung spielen hygienische Bedingungen eine wichtige Rolle, um eine Kontamination in der nachfolgenden Verarbeitung auszuschließen. §11 Satz 2 der Lebensmittel-

hygieneverordnung schreibt vor, dass in handwerklich strukturierten Schlachthöfen mit begrenzten Verhältnissen, nur Fleisch zerlegt werden darf, wenn Vorkehrungen zur Vermeidung einer Kontamination des Fleisches getroffen wurden. Doppelstufen-, Zerlege- oder Sortiertische für die Detailzerlegung und Verarbeitungsmaterialsortierung müssen dabei über dicht- und festverschweißte Ganzmetallrahmen verfügen. Abhängig von den örtlichen Gegebenheiten und dem Einsatzzweck bietet Mohn verschiedene Ausführungen der Stufen- bzw. Zerlegetische, die mit ihrer Robustheit und Stabilität den gesetzlichen Anforderungen entsprechen. Tischunterbauten sind mit Zwischenboden, Rost oder mit Verstrebung verfügbar. Optional sind eingearbeitete Abwuschächte mit integrierten Führungsblechen erhältlich, die eine bequeme Sortierung der zerlegten Fleischstücke in die unterhalb schräg angeordneten Eurobehälter ermöglichen. Bei der Zerlegung von Fleisch lassen sich Kreuzkontaminationen u. a. durch 100 %-Lebensmittelechte Einweghandschuhe und ein Hygiene-Farbsystem, das die Verbreitung von Keimen verhindert, vermeiden. Dafür bietet Franz Mensch die hautfreundlichen Nitril-Handschuhe der Marke Allfood an,

die keine Allergie auslösenden Latexproteine enthalten. Sie sind in verschiedenen Farben erhältlich und können Teil eines Farbsystems sein, bei dem auch Tücher und Schürzen, die für unterschiedliche Einsatzzwecke gedacht sind, farblich voneinander getrennt werden.

Die Arbeitssicherheit ist beim Zerlegeprozess nicht zu vernachlässigen. Ein Bestandteil davon sind schnittfeste Handschuhe. Unter den Bezeichnungen BlueCut pro, BlueCut plus, BlueCut light und BlueCut light x offeriert niroflex in diesem Bereich vier neue, leistungsfähige schnittfeste Handschuhe. Gemeinsam ist allen Modellen ihre Farbigkeit, denn Blau, auch als kleinste Faser, fällt ganz besonders auf. Darüber hinaus machen die Trageigenschaften der Handschuhe sie leicht und angenehm auf der Haut und sorgen für ein

hautfreundliches Klima, das auch bei langem Arbeiten nicht überhitzt. Der BlueCut pro bringt es im Schnitttest nach ISO 13997 auf 48,5N und liegt so deutlich über den Werten der EN 388. Sicherheit, Hygiene, Ergonomie und Tierschutz sind die Schlagworte, die beim Schlacht- und Zerlegeprozess im Mittelpunkt stehen. Mit moderner Ausrüstung können auch kleine Betriebe die Vorgaben des Tierschutzgesetzes und der Lebensmittelhygieneverordnung leicht erfüllen. ast

### Nützliche Links

- [www.efa-germany.com](http://www.efa-germany.com)
- [www.franz-mensch.de](http://www.franz-mensch.de)
- [www.freund-germany.com](http://www.freund-germany.com)
- [www.friedrich-sailer.de](http://www.friedrich-sailer.de)
- [www.mado.de](http://www.mado.de)
- [www.mohn-gmbh.de](http://www.mohn-gmbh.de)
- [www.niroflex.de](http://www.niroflex.de)
- [www.renner-sht.de](http://www.renner-sht.de)



Mado

# PRAXISNAHE SCHLACHTBOX

Seit über einem halben Jahr nutzt Metzgermeister Markus Resch aus Langquaid im Landkreis Kehlheim eine eigens entwickelte massive Metallbox zum Transportieren und Schlachten von Boxentieren.

Die ganz auf die Bedürfnisse des Metzgers zugeschnittene Box ist viermal pro Monat, d. h. einmal pro Woche, im Einsatz. „Das Motto für mich lautete: von einem Praktiker für die Praxis. Die Box habe ich mit einem Bekannten, der einen metallverarbeitenden Betrieb besitzt, innerhalb von vier Wochen umgesetzt“, berichtet Markus Resch. Der Anlass dafür waren „temperamentvolle Tiere“, die in einer mobilen und stabilen Box stressfrei transportiert und geschlachtet werden sollten. Die entstandene Box ähnelt sogenannten Behandlungsständen aus dem Agrarbereich und wiegt über 600 kg, ist 1,90 m hoch, 2,40 m lang und 1,05 m breit. Sie passt so durch

jede Schlachthaustür. „Sie ist auch für andere Metzger mit einer ähnlichen Betriebsgröße wie meiner geeignet“, so der Metzger. Zu den maximal 15 km entfernten Bauern gelangt die verzinkte Box per Viehanhänger, wird vor der Stalltür plaziert und das Tier hineingeführt. Sie ist vierseitig mit einer Frontladergabel aufnehmbar. In der Box wird das Tier durch eine mechanische Kopfverklemmung hinter den Ohren fixiert, die Schiebetür verriegelt und es steht fest darin. Damit auch alles rechtlich abgesichert ist, wurde sie zweimal vom zuständigen Veterinäramt in Kehlheim abgenommen. Dann erfolgt die Fahrt zum Schlachthaus der Metzgerei. Man muss aber einen Frontlader



o. ä. besitzen, um die Box im eigenen Betrieb zu bewegen. „Wenn sie im Schlachthaus steht, wird das Tier betäubt, die Seitentür geöffnet und es fällt durch ein integriertes Leitblech so, dass es mit dem tiefsten Punkt in der Box liegt – immer nach außen“, erklärt Markus Resch. Geld gespart hat der Metzgermeister bei einem Preis von rund 3.900 € auch, denn eine gekaufte Box wäre rund dreimal teurer gewesen. Infos per E-Mail an: [info@metzgereiresch.de](mailto:info@metzgereiresch.de). [www.metzgereiresch.de](http://www.metzgereiresch.de)

Fotos: Metzgerei Resch

## Lösungen für Handwerk und Industrie



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



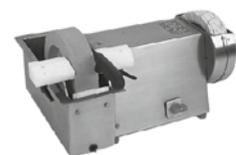
**Netzeinziehgeräte RSM**  
Rationelles Befüllen in Netze oder Därme. Ideal für Rollbraten und Schinken. Mit dem Folienvorsatzgerät kann in Netze essbarer Folie verarbeitet werden. Passend dazu unser Netzraffgerät.



**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!

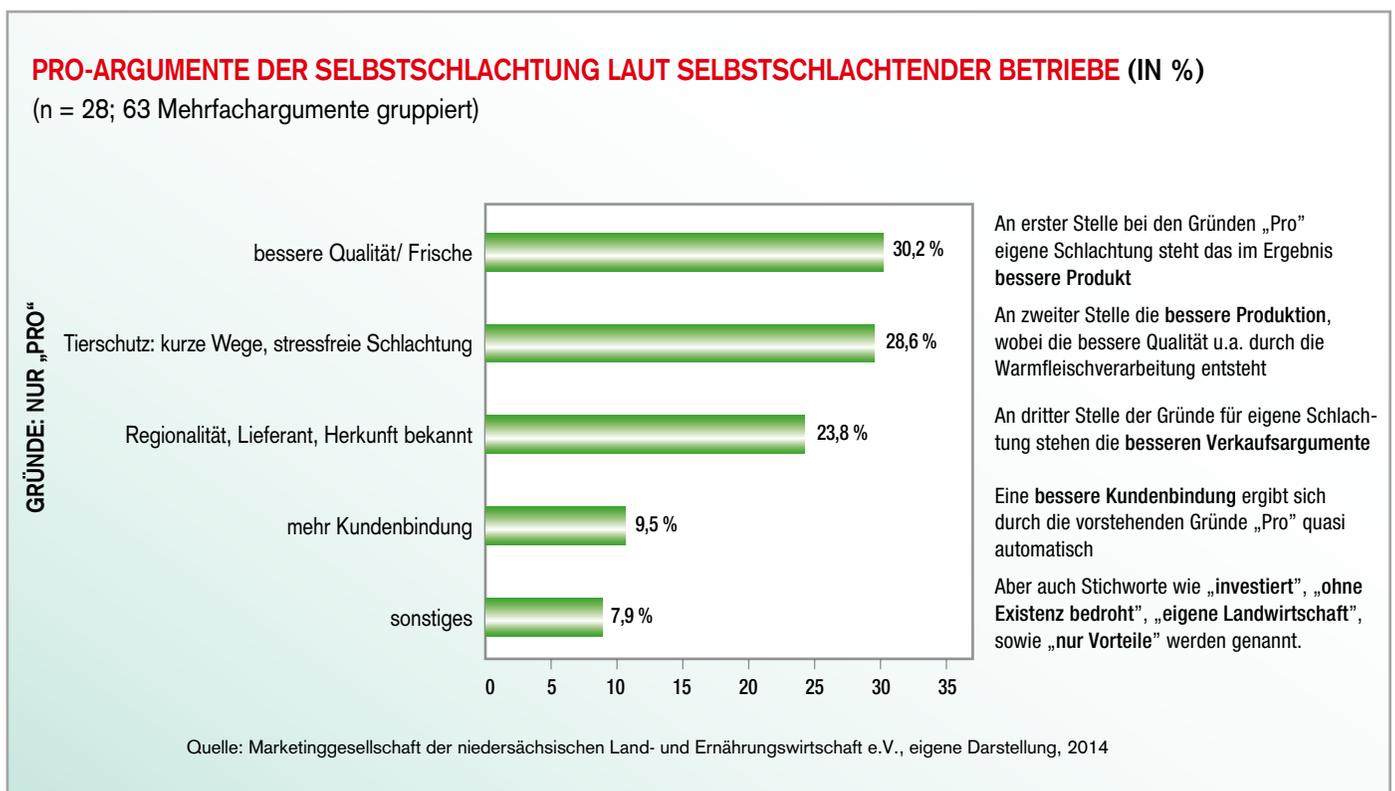


**Rudolf Schad GmbH & Co. KG**

Schulstraße 7 • 36154 Hosenfeld • Telefon (0 66 50) 96 21-0 •  
Telefax (0 66 50) 96 2198 • [info@r-schad.de](mailto:info@r-schad.de) • [www.r-schad.de](http://www.r-schad.de)

# REGIONALITÄT BRAUCHT HANDWERKLICHE SCHLACHTUNG

Die Ergebnisse einer bundesweiten Befragung des Fleischerhandwerks vom Herbst 2014 beweisen: Das Metzgerhandwerk ist Spitze in Sachen Regionalität. Und: Regionalität verlangt auf Dauer einen stabilen Kontakt zur bäuerlichen Landwirtschaft sowie handwerkliche Schlachtstätten.



*Lesbeispiel: Für 28,6 % der befragten Metzgereien spielt das Thema Tierschutz als Grund für eine eigene Schlachtung eine wichtige Rolle. 9,5 % der Befragten sind der Meinung, dass sich dadurch sogar mehr Kunden binden lassen als zuvor.*

Ein umfangreichen Fragenkatalog der „Marketinggesellschaft der niedersächsischen Land- und Ernährungswirtschaft“ beantworteten 210 Fleischerfachgeschäfte aus zwölf Bundesländern. Nun liegen die Ergebnisse des Projekts „Regionales Fleischerhandwerk“ vor. Besonders zu „Regionalität“ und „Eigenproduktion“ sind sich fast alle einig: 94,3 % der Betriebe gaben an, dass sowohl regionale Spezialitäten als auch die Geschmacksvielfalt den Geschäftserfolg mit

besonderer Bedeutung prägen. 92,3 % bestätigen, dass über 80 % des Sortiments aus handwerklicher Eigenproduktion besteht. Die seit Oktober 2014 vorliegende Kurzfassung der Ergebnisse gibt an, dass die Verteilung der Betriebe „hinsichtlich Umsatzgrößenklasse und der Anzahl der Mitarbeiter der Betriebe repräsentativ für die Gesamtbranche“ sei. Sicher nicht repräsentativ ist, dass unter den 210 Fleischerfachgeschäften 168 selbstschlachtende Fleischer sind. Doch dieser Umstand

macht deutlich: Fleischerfachgeschäfte mit handwerklicher Schlachtstätte sind im Vorteil – und zwar sowohl hinsichtlich des Werbearguments „Regionalität“ wie auch durch die Nicht-Austauschbarkeit gegenüber anderen Anbietern aus dem Handel und der Industrie.

## PRO UND CONTRA

Wie ernst die handwerklich schlachtenden Betriebe ihre Sonderstellung nehmen, zeigt, dass 78,8 % aller verarbeiteten Fleischrohware

aus der eigenen Schlachtung stammen. Die „Metzgerschlachtung“ trägt damit wesentlich zur Profilierung des Unternehmens bei. Deutlicher gesagt: Wenn Metzger von „Regionalität“ sprechen, ist das von großer Ehrlichkeit und Transparenz geprägt. Die Ergebnisse zeigen auch, dass es inzwischen kaum mehr kleine selbstschlachtende Betriebe gibt, die früher die Branche prägten: Im Durchschnitt werden stolze 18,9 Schweine und 1,6 Rinder pro Woche geschlachtet. Die Hannoveraner Studie bestätigt auch die Marketingargumente selbstschlachtender Betriebe und nennt als deren Kennzeichen: „kurze Wege, höchstmögliche Regionalität und die durch den Betriebsleiter persönlich wahrgenommenen Tierschutzbelange“. Zugleich wird deutlich, dass die handwerkliche Arbeits- und Wirtschaftsweise in der Schlachtung auch etwas mehr kostet: 48,6 % aller befragten Unternehmen gehen davon aus, dass ihre Produkte preislich etwas höher liegen als die des Konkurrenzfeldes. Nur 41,8 % schätzen sich in einem etwa gleichen Preisniveau im Vergleich zum Wettbewerb ein. Daher liegt die Vermutung nahe, dass sich die Fleischer wohl teurer einschätzen als sie absolut sind. „Was gut ist, ist auch teuer“ – so erkennen das die befragten Fleischer auch bei der eigenen handwerklichen Schlachtung. Denn: Als Kostenstellen, die betriebswirtschaftlich gegen eine eigene Schlachtung sprechen werden in dieser Reihenfolge genannt: Lohnkosten, Schlachtkosten, Fleischbeschaukosten und Energiekosten.

### REGIONAL VERWURZELT

Spitzenreiter in Sachen Regionalität sind die Fleischer nicht nur bei den Produkten, sondern auch bei der Beschäftigung der Mitarbeiter. Da in der Fleisch-

branche immer öfter Mitarbeiter aus entfernten Ländern zu Dumpinglöhnen arbeiten, wird dieses Befragungsergebnis zu einem Marketingargument des Fleischerhandwerks: Zu 93,7 % haben die Mitarbeiter der Fleischerfachgeschäfte ihren privaten Wohnsitz im Umkreis von 30 km um die Betriebsstätte. Das Prinzip der kurzen Wege gilt auch für die Kunden: 80 % leben in einem Umkreis von weniger als 30 km um die Verkaufsstelle. Selbstschlachtende Betriebe geben den Bestnoten in Sachen Regionalität noch ein zusätzliches „Sternchen“ obendrauf: 92 % der Befragten transportieren Schweine und Rinder weniger als 30 km zur Schlachtstätte, bei 75 % sind es sogar weniger als 10 km. Dass die Fleischer dies als Vorteil erkennen, zeigen die Antworten auf die Frage nach den Argumenten für die handwerkliche Schlachtung: 30 % nennen „bessere Qualität, Frische“, 29 % „Tierschutz, kurze Wege, stressfreie Schlachtung“ und für weitere 24 % lauten die Argumente vor allem „Regionalität, Lieferant und Herkunft bekannt“. Die Zukunftssorgen der befragten Unternehmer betreffen immer öfter den Bereich Gesundheit, Familie und Mitarbeiter. Insgesamt erkennen 69 % das Risiko von existenzgefährdenden Faktoren bis 2020, 31 % kennen solche Risiken nicht. Die wichtigen „Einflussfaktoren auf den wirtschaftlichen Unternehmenserfolg“ sind für 19 % die eigene Gesundheit, für 14 % die Familie und der familiäre Zusammenhalt sowie für 13 % die Mitarbeiterschaft. Dass die Kunden wegbleiben könnten, sorgt nur 10 % der befragten Fleischerbetreiber. Die Empfehlung an die Fleischerfachgeschäfte „um Mitarbeiter zu werben, wie um Kunden“ wurde auch durch die Studie bestätigt. *Fritz Gempel*



Die saubere Lösung

## Professionelle Spültechnik für den Meister



**MEIKO-Spültechnik.** Noch perfekter in Hygiene, Sicherheit, Wirtschaftlichkeit und Ökologie.



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

# KOLLEGENBÖRSE: WER BIETET WAS?

Betrieb	Produkte	Betrieb	Produkte
<b>Metzgerei Ammon</b> Würzburger Str. 550 · 90768 Fürth Tel. (0911) 73 50 35	Die von uns hergestellten Produkte enthalten garantiert nur drei Zusatzstoffe. Putenwurst beinhaltet 100 % Putenfleisch.	<b>Metzgerei Miller</b> Pfaffenhofener Str. 6 · 86565 Weilach Tel. (08259) 10 21	verschiedene Schinken und Presssacke, Cambo, Rinderrrauchfleisch, Wacholderhüfte, Haxensülze, Rohwurst
<b>Bischofs Fleischwaren GmbH</b> Brabanter Str. 57 · 52525 Waldfeucht Tel. (02455) 17 16	z. B. Haussalami, Mailänder Salami, hausm. Rotwurst, Schlackwurst, Pfefferbeißer, Cranberryleberwurst, u.v.m.	<b>Metzgerei Miller</b> Memminger Str. 1 · 87727 Babenhausen Tel. (08333) 47 42	Allgäuer Bauernsalami, Hausmacherpresssack, Harzer Zungenblutwurst, Schwarzwurst, Hausmacherleberwurst
<b>Metzgerei Brunner</b> Holzhamer Str. 17 · 83128 Halfing Tel. (08055) 90 30 84	Lohnschlachtungen	<b>Metzgerei Preußner</b> Dr.-Enders-Str. 1 · 95030 Hof Tel. (09281) 70 98	Fleisch und Wurstprodukte
<b>Metzger-Innung Dingolfing-Landau</b> Kreuzstr. 12 · 84130 Dingolfing Tel. (08731) 735 75	Wurst	<b>Metzgerei Rottenwallner</b> Schießstattstr. 4 · 83646 Bad Tölz Tel. (08041) 60 61	Fleisch- und Wurstprodukte, Spezialitäten: Tölzer Bauernschinken, Bergschinken Toellente
<b>Landmetzgerei Gassner</b> Wasserburger Str. 2 · 83556 Griesstätt Tel. (08636) 58 10	Fleisch und Wurstprodukte	<b>Metzgerei Schiller</b> Ringstr. 1 · 94234 Viechtach Tel. (09942) 83 06	Fleisch
<b>Metzgerei Groß</b> Hauptstr. 68 · 95131 Schwarzenbach Tel. (09289) 3 20	Schinken, Wurst, Salami	<b>Metzgerei Schuhbauer</b> Bischof-Krautbauer-Str. 8 92436 Bruck i. d. Oberpfalz Tel. (09434) 6 83	Wurstspezialitäten, Bauernseufzer, Pfefferbeißer
<b>Stadtmetzgerei Hoch</b> Ludwig-Thoma-Sr. 25 · 95447 Bayreuth Tel. (0921) 560 67 39	19 Sorten Salami, Brühwurst, Kochwurst, roher Schinken, Rohpökelfwaren, Fleisch- und Wurstwaren auf Anfrage	<b>Metzgerei Schuster</b> Marienbergstr. 5 · 87487 Wiggensbach Tel. (08370) 300	Hausgemachte, speziell italienische Salami, Kant- u. Edelsalami, Kaminwürzen, Allgäuer Landjäger, rohe Hausschinken, Chilibeißer
<b>Metzgerei Kaffenberger</b> Erbacher Str. 46 · 64395 Nieder-Kainsbach Tel. (06161) 23 00	eigene Schlachtung, Wurst- und Fleischwaren auf Anfrage	<b>Metzgerei Ullrich</b> Untere Waaggasse 6 · 91413 Neustadt Tel. (09161) 23 70	Fränkische Wurstwaren, Konserven
<b>Metzgerei Kaindl</b> Eichendorffstr. 2 · 86415 Mering Tel. (08233) 56 95	verschiedene scharfe Pfeffersalamis	<b>Metzgerei Weber</b> Johannisstr. 9 · 91207 Lauf Tel. (09123) 27 01	Fleisch- und Wurstwaren (auf Anfrage)
<b>Metzgerei Kraus</b> Strauer Str. 3 · 96317 Kronach Tel. (09261) 616 36	Kronacher Bierwürmer, (würzige hautfreie Salami im Knabberformat), Hochlandrinderzipfel	<b>Metzgerei Wirth</b> Hochsträßweg 1 · 88179 Oberreute Tel. (08387) 4 90	Schwarzgeräuchertes und Landjäger
<b>Metzgerei Koch</b> Bleicherstraße 49 · 88400 Biberach Tel. (07351) 47 49 40	Oberschwäbisch-regionale Fleisch- und Wurstspezialitäten aus eigener Schlachtung, verschiedene Brühwurst und -würstchen, sieben Kochschinken		
<b>Metzgerei Koller</b> Bad Oberdorfer Str. 22-24 87541 Bad Hindelang Tel. (08324) 20 79	z. B. Hirsch-, Gams- und Wildschwein-Salami naturgereift, Salami-Brezn, Bergwurz, Wildschwein-Leberpastetchen im 110g-Glas, Gams-Wurz u.v.m.		
<b>Metzgerei und Imbiss Maisch</b> Heinrich-Vogl-Str. 23-25 · 85560 Ebersberg Tel. (0 80 92) 2 23 70	Fleisch und Wurstprodukte		
<b>Metzgerei Maischberger</b> Angerstr. 1 · 86807 Buchloe Tel. (08241) 45 23	u. a. Allgäuer Kaminwürzen, Allgäuer Schüblinge, Allgäuer Rauchkochsalami, Allgäuerle (nach Art Brühpolnische)		
<b>Metzgerei Makula</b> Dornierstr. 2 · 82110 Germering Tel. (089) 80 08 45 21	Brühwurst, Kalbfleisch (auf Anfrage)		

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

Melden Sie sich bei:  
(089) 370 60-271 (Patrick Dornacher)

Die Aufnahme in unsere Datenbank ist kostenlos.



# GEWUSST WIE CATERING UND PARTYSERVICE

39€\*



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

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

**BESTELLEN SIE HIER** ISBN 978-3-928709-18-7  
[www.gastroinfoportal.de/fachbuecher](http://www.gastroinfoportal.de/fachbuecher)



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

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

Fotos:

# WERBUNG MIT WENIG GELD

TV- und Radiowerbung oder solche auf Großflächenplakaten sind für Fleischerfachgeschäfte meist zu teuer und bergen große Streuverluste. Das Ziel ist auch hier Effizienz – mit wenig Geld viele Werbekontakte und eine hohe Werbewirkung erreichen.

Dieser Beitrag gibt Tipps, die sich in der Praxis erfolgreicher Fleischerfachgeschäfte bewährt haben. Ein allgemeiner Ratschlag zu Beginn: Bevor man sich Werbeflächen kauft, sollten die zur Verfügung stehenden Möglichkeiten genutzt werden. Dieses Vorgehen bietet drei wesentliche Vorteile:

1. Es spart Kosten.
2. Das werbliche Erscheinungsbild wird hochwertiger.
3. Der Kunde wird immer wieder an den Namen des eigenen Geschäfts erinnert.

Wichtige Möglichkeiten dazu sind:

**Außenwerbung:** Das äußere Erscheinungsbild entscheidet darüber, ob der Kunde das Geschäft überhaupt betreten will. Werden qualitativ hochwertige Erzeugnisse hergestellt, müssen auch Fassade und Eingangsbereich danach aussehen. Der Kunde schlussfolgert vom Äußeren auf die Qualität der Ware. Prüfen Sie dazu auch, ob Sie Hinweisschilder benötigen, die es den Kunden erleichtern, den Weg zu Ihrem Geschäft zu finden.

**Verpackungsmaterial:**

Viel zu oft wird unbedrucktes Verpackungsmaterial verwendet. Dabei bietet etwa werblich bedrucktes Einwickelpapier viele wertvolle Werbekontakte – nur so wird der Kunde auch beim Blick im eigenen Kühlschrank an den hochwertigen Einkauf erinnert.

**Tragetaschen:** Diese haben nicht nur funktionale Wirkung zum Transport der Ware, sie schaffen auch Identifikation: Wer als Kunde bereit ist, mit der werblich bedruckten Tragetasche seiner Fleischerei durch den Ort bzw. die Stadt zu gehen, zeigt seine Zugehörigkeit. Über die Materialauswahl können zudem Statements abgegeben werden: Eine braune Papiertragetasche oder ein Jutebeutel stehen für „Ökologie“, eine Boutiquetasche mit Kordel als Tragegriff demonstriert „Premium“.

**Fahrzeugwerbung:** Werbeflächen auf Bussen und Straßenbahnen müssen teuer erkaufte werden; die Flächen auf eigenen Fahrzeugen stehen ohnehin zur Verfügung.

**Berufskleidung:** Der Blick der Kunden gehört immer auch den Bediensteten an der Theke. Ein Logo an der Berufskleidung und dem Namensschild ist ein Muss.

**Thekenpreisschilder, Kassen- und Waagbons:** Überall, wo der Name der eigenen Produkte steht, sollte auch der Firmenname bzw. das Logo stehen.

**ZIELGRUPPENGENAU WERBEN**

Überlegen Sie: Was lesen meine Kunden? In welchen Vereinen/Organisationen sind sie? Dementsprechend sind die Werbeträger zu planen. Ist Ihr Fleischerfachgeschäft auf Premium und Genuss ausgerichtet, könnte man etwa den Kontakt zur regionalen Gruppe von Slow Food suchen. Wenn Ihr Thema eher Ökologie und Natürlichkeit ist, wäre vielleicht eine Werbung in der Mitgliederzeitschrift des Naturschutzbundes sinnvoll. Soll der Partyservice beworben werden, würde sich das Programmheft des Stadttheaters empfehlen. Entschei-



Beispiel einer „etwas anderen“ Einkaufstasche (Metzgerei Lutz, Pöcking)



dend ist: Werben

Sie immer genau dort, wo Sie auf die anvisierte Kundschaft treffen. Alles andere bedeutet „Streuverlust“.

## KOOPERATIVE WERBUNG

Hier lautet die Frage: In welchen Geschäften kaufen meine Kunden sonst noch ein? Solche Kooperationspartner für die eigene Werbung können andere Lebensmittelanbieter, wie ein Tee-Fachgeschäft oder ein Schokoladenhaus sein. Aber auch Apotheken oder Bekleidungs-geschäfte gehen Werbepartnerschaften mit Fleischerfachgeschäften ein. Im Rahmen einer solchen Kooperation finden im ersten Schritt gegenseitige Empfehlungen statt: Die Flyer des Einen liegen auch im Geschäft des Anderen aus. Im zweiten Schritt werden Werbemittel gemeinsam produziert. Auf einer hochwertigen Tragetasche, die erst ab einer bestimmten Auflage preiswert hergestellt werden kann, hat dann jeder eine Seite als Werbefläche. Weitergehend können aus einer solchen Kooperation auch gemeinsame Kundenveranstaltungen werden.

### Nützliche Links

[www.blue-chili.com](http://www.blue-chili.com)  
[www.loomlight.de](http://www.loomlight.de)  
[www.samsung.com/de](http://www.samsung.com/de)  
[www.wondersign.com](http://www.wondersign.com)

## QUALITÄT DER WERBEKONTAKTE

Wer Effizienz in seiner Werbung haben möchte, benötigt nicht möglichst viele Werbekontakte, sondern die richtigen. Qualität geht auch bei der Auswahl der Werbeträger über Quantität. Ein Beispiel: Kostenlos verteilte Werbeposter bieten viel günstigeren Anzeigenplatz als Abonnement-Tageszeitungen – allerdings die ist Aufmerksamkeit des Lesers in „seiner“ Zeitung größer.

## WERBUNG MUSS WIRKEN

Viele Fleischerfachgeschäfte werben fortgesetzt ohne eine nennenswerte Werbewirkung. Denn es kommen vielerlei örtliche Vereine, die für ihre Mitgliederzeitschriften um Anzei-

gen betteln.

Bei Firmenjubiläen ist

es ähnlich: Wird z. B. eine Jubiläumsfeier beliefert, sind Sie auch eingeladen; den Gewinn dieses Auftrags kann man in Form einer Werbeanzeige in der Festschrift zurückgeben. Die Empfehlung dazu: Beziehen Sie sich auf einen festen Werbeplan, den Sie in Ihrem Unternehmen einhalten und der keine spontanen zusätzlichen Werbeausgaben zulässt. Dem örtlichen Sportverein kann man immer noch mit einem „Freundschaftspreis“ für die Lieferung entgegenkommen.

## ONLINE WERBEN

2012 wurden in Deutschland Lebensmittel für 540 Mio. € verkauft – in Großbritannien sind es mehr als zehnmals so viel. Auf einen Deutschen, der Lebensmittel online kauft, kommen heute schon 20, die sich online über Lebensmittel informieren, bevor sie diese kaufen. Der Standard heute ist, dass ein Fleischerfachgeschäft eine eigene Homepage hat, auf dem Angebote und Speisepläne wöchentlich aktualisiert werden. Das Investment in Online-Werbung wird zu den wichtigsten Zukunftsinvestitionen gehören.

## WEITERE MÖGLICHKEITEN

Werbeartikel müssen nicht immer teuer sein. *Blue Chili Promotions* hält eine Fülle davon bereit und berät Kunden auch bei der Aus-

wahl und

Gestaltung geeigneter

Werbemittel für Endverbraucher. USB-Sticks in Sonderformen, z. B. in Form eines Logos oder Markenzeichens, transportieren Botschaften individuell. Aber auch Untersetzer, faltbare Frisbees oder wiederverwendbare Einkaufstaschen können auf Wunsch gestaltet werden.

Zur Präsentation von Angeboten in einem Geschäft eignet sich auch das LED-beleuchtete „klick“-Slider-Menüboardsystem von *Loomlight Display*. Darauf werden die Werbebotschaften in einem modernen, sehr flachen Design mit großer Detailschärfe und Brillanz dargestellt. Dabei kann der Nutzer die Werbemitteilungen selbst entwerfen und Bilder, Texte oder das haus-eigene Logo beliebig integrieren.

Auch Bildschirme sind ein beliebtes Mittel, die Aufmerksamkeit der Kunden im Laden zu steigern. *Wondersign* ist ein cloud-basierter Digital Signage Service und ermöglicht den Betrieb elektronischer Werbe- und Informationsanzeigen mit einer Browser-basierten Benutzeroberfläche. Es unterstützt die Smart Signage Plattform von Samsung in Deutschland. Dank der System on Chip-Technologie von Samsung und dem Service von *Wondersign* benötigen Kunden aus kleinen und mittelständischen Betrieben keine externen Mediaplayer. Mit der

Cloud-basierten Plattform können sie Werbe- und Infobildschirme direkt vom PC oder Tablet aus steuern. Unterstützt werden die Kunden durch eine intuitive Playlist-Verwaltung, eine integrierte Video-Konvertierung sowie mit über 250 Grafikvorlagen. *mth/Fritz Gempel*



# ENERGIEKOSTEN **SENKEN**



Wie Fleischereien ihre Wirtschaftlichkeit steigern und ihre Energiekosten senken können, erläutert Ehoga-Inhaber Jens Matthiesen.

## Herr Matthiesen, welche Möglichkeiten bieten Sie Fleischereien?

Ehoga hat sich auf Energieoptimierungssysteme und -konzepte spezialisiert. Zum einen sind wir Energiefachberater und helfen Unternehmen ihre Kosten für Gas und Strom zu minimieren. Wir bündeln zwischen 40 bis 70 Mio. kWh pro Woche und bringen sie zur Ausschreibung an die Europäische Energiebörse (EEX) in Leipzig. Dort haben alle 1.100 Strom- und 700 Gaslieferanten Zugriff auf den großen Energiepool. Dann können diese ihre Angebote abgeben. Der Markt wird sorgfältig überwacht und der leistungsstärkste und günstigste Anbieter mit der besten und längsten Preissicherheit

erhält den Zuschlag. Über dieses große Mengenvolumen können wir bessere Preise für die Zukunft generieren, auch wenn ein Betrieb noch mehrere Jahre tariflich gebunden ist. Der Kunde ist dabei stets auf der sicheren Seite: Entweder wir finden einen besseren Preis und können eine Ersparnis realisieren. Wenn nicht, wissen wir, dass er mit dem besten Preis versorgt ist und keine Arbeit und Kosten damit hatte. Nur durch eine erfolgreiche Dienstleistung erhalten wir ein Honorar auf die erzielte Ersparnis, d.h. es gibt keine Vorinvestition. Unsere Dienstleistung ist kostenneutral. Bei der Energiebörse haben wir im Schnitt eine Erfolgsquote von 98 % um dem Unternehmen eine Ersparnis zu

generieren. Damit kann sich der Unternehmer überlegen, ob er diese z. B. in eine intelligente Lastspitzoptimierungsanlage investiert.

## Welche Einsparungen sind damit möglich?

Durch unsere intelligente Energieoptimierungsanlage kann der gesamte Betrieb optimiert werden. Dies hängt vom Gesamtvolumen des Unternehmens ab und ist nicht pauschal für jede Metzgerei zu definieren. Auch dort gibt es viele Großverbraucher und eine hohe Spitzenlast. Durch den Einbau unserer Lastspitzoptimierungsanlage können diese um bis zu 40 % gesenkt werden – ohne Einbußen von Produktionsabläufen oder Qualität. So ist ein Neukauf leistungsstarker Geräten möglich, ohne das Strom zugekauft werden muss. [www.ehoga.com](http://www.ehoga.com)  
*Vielen Dank für das Gespräch!* mth

Foto: Ehoga

# 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](mailto:info@blmedien.de) · [www.blmedien.de](http://www.blmedien.de)



oder Sie besuchen einfach unseren Internetshop:

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

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
Straße/Nr.

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

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

FH 6/14

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



### Qualität beim Wolfen

Der Thekenkühlwolf DWK 82 SL von DMS unterschreitet mit einer Kühlung von unter 4°C den gesetzlich geforderten Temperaturbereich. Er kann – statt im Vorbereitungsraum – auch im Blickfang des Kunden stehen, der sieht, wie das ausgewählte Fleisch vor seinen Augen frisch gewolft wird: Das schafft Vertrauen. Selbst geringe Warenmengen können damit verarbeitet werden, ohne dass Restware herausgelassen werden muss. Eine speziell konstruierte Edelstahlschnecke fördert das Gerät leer. Nur ein kleiner

Rest verbleibt im Schneidsatz. Auch die Temperaturanzeige demonstriert Frische. Die Qualität des Hackfleischs ist hoch, da die Erwärmung beim Schneidvorgang sehr gering ist. Bei im Kühlhaus betriebenen Wölfen entstehen meist größere Restmengen in der Schneideinheit. Sie sind für kleinere Mengen laut dem Unternehmen eher unwirtschaftlich.

[www.dms-maschinen.de](http://www.dms-maschinen.de)



### Sicherer Stand

Stürze und Rutschunfälle lassen sich mit den Arbeitsschuhen Endurance für Herren und Vitality für Damen von Shoes for Crews reduzieren. Beide sind aufgrund der patentierten SFC

Mighty Grip-Technologie rutschfest

und weisen Wasser ab. Endurance ist mit 317 g pro Schuh leicht und komfortabel. Zunge und Rand sowie die herausnehmbare Sohle sind weich gepolstert, damit der Schuh auch nach Stunden noch bequem sitzt. Der Damenschuh wiegt 225 g und ist zudem mit einer Stahlstütze im Absatz verstärkt. Der wasserabweisende Mesheinsatz ist atmungsaktiv und unterstützt die Luftzirkulation im Schuh, die eine Schweiß- und damit Geruchsbildung verhindert.

[www.sfceurope.com](http://www.sfceurope.com)

### Soßen für Profi-Einsätze

Noch anwendungsfreundlicher und einfacher im Handling sind jetzt die Soßen von Dr. Oetker Food-Service. Die 67 Produkte sind in die Hauptkategorien Fonds/Grundprodukte, Bratensäfte/Jus und Soßen unterteilt. Das Premium-Sortiment „Royal“ z. B. enthält servierfertige Soßen für den anspruchsvollen Geschmack die preislich etwas höher positioniert sind. Die Soßen gibt es in Instant-, Pasten- und Granulat-Qualität. Durch eine Verkleinerung der Körnung bei allen Granulaten lösen sich diese in der Einrührphase schnell auf und sinken langsam ab. Das verringert die Gefahr des Verklumpens und Anbrennens. Als Service gibt es die rund 50-seitige Soßenfibel „Soßen für Profis“ mit warentkundlichen Informationen sowie Rezeptideen mit Zubereitungsanleitungen. [www.oetker-food-service.de](http://www.oetker-food-service.de)



### Feine Genüsse

Drei Fischspezialitäten für Buffets sind neu im Sortiment von Christian Goedeken jr. Die Lachs-Roulade mit getrüffeltem Wirsing (40 g) enthält neben dem Wintergemüse Herbststumpfenpilze und Trüffelöl. Beim Dorschfilet im Wirsingmantel (40 g), umhüllt es den Fisch, der in einer Farce aus Zander und Kurkuma eingebettet ist. Bei den Atlantikzungen-Röllchen mit getrüffeltem Wirsing (85 g) wird der Seefisch von einer Riesengarnele und Trüffel gekrönt und mit Koriander abgerundet. Diese Komposition eignet sich auch als eigenständige Vorspeise. [www.christian-goedeken.de](http://www.christian-goedeken.de)

### Dosen sicher verschließen

Auf der „Süffa“ stellte Stiller die neue Dosenverschließmaschine STA 1500 vor, die runde Blech-, Alu- oder Kombidosen verschließt

und nach dem Prinzip der rotierenden Dose arbeitet. Die fahrbare Maschine verfügt über ein eigenes Transportband und eine vollautomatische Dosen- und Deckelzuführung und schafft bis zu 1.500 Dosen/ Std. Durch spezielle Formateile lassen sich Dosen mit einem Höhenunterschied von bis zu 30 mm ohne Verstellen der Maschine verschließen, z. B. ø 99 mm/ 200-g- bis 400-g-Dosen oder ø 73mm/ 125-g bis 200-g-Dosen. Beim Formatwechsel wird der Verschließhebel komplett mit den fertig eingestellten Verschließrollen gewechselt – ein Einstellen dieser entfällt. [www.stillergmbh.de/sta1500\\_de](http://www.stillergmbh.de/sta1500_de)



### Komplettpräparat für Lyoner

Für die Herstellung von Würstchen und Lyoner eignet sich das Komplettpräparat Van Hees® Würstchen komplett AF von Van Hees, das alle nötigen Gewürze und Additive enthält. Ein Abwiegen einzelner Komponenten entfällt: einfach den mit 20 g/kg abgewogenen Inhalt den Ausgangsmaterialien hinzugeben. Eine beschleunigte Blitz-Umrötung sowie lange Farbhaltung sind gewährleistet. Di- und Triphosphat bewirken eine maximale Bindung und einen knackigen Biss, GdL gibt dem Produkt Farbe und Frische. Emulgatoren garantieren eine stabile Emulsion. [www.van-hees.com](http://www.van-hees.com)



### Bargeldlos bezahlen per App

Mit „Lexware pay“ bieten Lexware und Wirecard einen Kartenzahlungsdienst, der die bargeldlose Zahlungsabwicklung erleichtert. Kartenlesegerät, kostenlose App sowie eine vorherige Registrierung genügen, damit Kunden per EC-Karte über ein Smartphone oder Tablet überall bezahlen können. Dabei muss nur die Lexware pay App gestartet und das Kartenlesegerät (Swipe & Sign) auf das Smartphone oder Tablet gesteckt werden. EC-Karte durchziehen, den Kunden auf dem Display unterschreiben lassen – fertig. Die Abwicklung der EC-Kartenzahlungen und wöchentlichen Auszahlungen erfolgen über Wirecard. Es fallen keine monatliche Grundgebühr und Mindestumsätze an. Gebühren entstehen nur beim tatsächlichen Einsatz. [www.haufe-lexware.com](http://www.haufe-lexware.com)





## Alle Prozessdaten im Blick

Eine lückenlose Überwachung der täglichen Arbeitsabläufe, und somit eine Null-Fehler Produktion, ist laut K+G Wetter mit der CutVision-Software möglich, die für alle Kutter der CutMix-Baureihe anwend- und nachrüstbar ist und auf der Süffa Premiere hatte. Sie liefert alle Daten des Kutterprozesses. Die Datenaufzeichnung erfolgt vollautomatisch, der Nutzer kann die Darstellung und Auswertung individuell anpassen. Die Erfassung der Daten ist per Standard-PC oder Server möglich. Die Verbindung geschieht über ein Netzwerk oder ein Datenkabel. Die Auswertung kann je Charge individuell erfolgen und grafisch in verschiedenen Diagrammformen oder tabellarisch angezeigt werden. Die Anzeige von Produktionsparametern, z. B. Temperaturverlauf, Messer- und Schüssel-drehzahl oder Wassermenge ist frei wählbar. Auch der Energieverbrauch ist messbar. Schon in der Basisversion wird die benötigte Strommenge der Messerköpfe gemessen. [www.kgwetter.de](http://www.kgwetter.de)

## Garen auf kleiner Fläche

Anwender, die auf die Multifunktionalität eines Kombidämpfers nicht verzichten wollen, in ihrer Küche aber nur über eine begrenzte Fläche verfügen oder ein Gerät für das Frontcooking benötigen, finden in den SpaceCombi-Modellen von MKN eine passende Lösung. Das platzsparende Gerät ist 55 cm breit, aber ausgestattet wie ein „Großer“. Es verfügt z. B. über die MagicPilot Touch & Slide Steuerung mit Infoschritten und Favoriten, das automatische Reini-



gungssystem WaveClean sowie die Verbrauchsanzeige Greeninside. Trotz der geringen Breite weist der SpaceCombi Contact eine Kapazität von 6 x 1/1 GN auf, die Variante Junior fasst 6 x 2/3 GN. [www.mkn.eu](http://www.mkn.eu)

## Hilfe bei der LMIV-Umsetzung

Mit dem neuen Warenwirtschaftssystem .CWS unterstützt Bizerba Fleisereien bei der Umsetzung der EU-Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV). Die Software strukturiert Inhaltsstoffe und Allergene für die Darstellung der Daten auf Etiketten, basierend auf einer Datenbank mit Zusatz- und Hilfsstoffen. Für Auszeichnung und Darstellung auf Ladenwaagen und Thekenetiketten werden per Rezeptur Inhaltsstoffe, wie Nährwerte, QUID-Daten, Zusatzstoffe und Allergene ermittelt. Zudem lassen sich Nährwert-Etiketten, detaillierte Produktpässe und Infoblätter ausgeben. Anstatt mehrerer parallel sichtbarer

Fenster gibt es eine zentrale Bearbeitungsmaske, die sich ebenso flexibel einstellen lässt, wie persönliche Favoriten für die Hauptprogramme. Ein Infobereich sorgt für einen raschen Überblick. [www.bizerba.com](http://www.bizerba.com)



Fotos: K+G Wetter, MKN, Bizerba, Webomatic, Raps

## Schalen versiegeln

Für Skin-Verpackungen eignet sich z. B. die Schalensiegelmaschine TL 300 von Webomatic, ein robuster, halbautomatischer Traysealer, der mit einem Skin-Werkzeug ausgestattet werden kann. Eine solche Verpackung verhindert das Aus-saften und ermöglicht, z. B. bei Rindfleisch oder Wild, einen weiteren Reifeprozess. Die Maschine ist leicht zu bedienen und hygienisch konstruiert, d. h. Folie und Werkzeug befinden sich in einem abgeschirmten Arbeitsbereich. Zudem ist die Folie mittels Druckmarkensteuerung individuell bedruckbar. Diese kann auch nachträglich in die Maschine eingebaut werden.

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



## Mehr Geschmack

Dem Trend nach traditionellen, klassischen und heimischen Geschmäckern folgt Raps in seinem DeliCo-Konzept (Delikatessen Counter) mit der Marinade Marifix Großmutter's Art und dem Dekorgewürz Decorado. Die Marinade mit Sichteinlagen verwöhnt den



Gaumen mit einem Mix aus Steckrüben, Silberzwiebeln, Weißkaut, Karotten und Schalotten und kann etwa zum Verfeinern von Ragouts, Geflügel- oder Gemüsegerichten verwendet werden. Das salzlose Dekorgewürz enthält Paprika, Zwiebeln und Knoblauch und sorgt dafür, dass das Fleisch beim Lagern in der Theke nicht aussaftet und optisch, langanhaltend frisch bleibt. [www.raps.de](http://www.raps.de)

## Reinigen + Waschen mit Produkten von

**Seeger**

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



Seeger-Produkte erhalten Sie im Fleischereibedarfs-Großhandel

# GESUCHT & GEFUNDEN

Arbeits- und Einwegschutzkleidung, Food- und Berufskleidung

**HELE**  
Hygiene-, Arbeitsschutzkleidung und mehr...

**Gesamtkatalog gratis anfordern!**

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

Aufschnittmaschinen

Seit 1919  
**SCHARFEN**

Aufschnittmaschinen  
Tischkutter  
Fleischwölfe  
Tumbler  
Alle Maschinen  
in

Tel. 023 02/28 27 70 - Fax 023 02/22 941  
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

Dosenöffner

**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



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

Fußbodensanierung

## KEUTE

KUNSTHARZ-FUSSBODEN GMBH

Bodensanierungen nach EG-Richtlinien

www.keute-boden.de  
keute.gmbh@t-online.de  
Tel.: 05921/82370

Gebrauchtmaschinen

**TICHY TRADING**  
FOOD PROCESSING MACHINES

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

Geräteausstattung

www.superverkauft.de

## Gewürze



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 



**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!  
**KAESWEB.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

## Kutmesser



Eingetragenes Warenzeichen seit 1950  
**COLUMBUS**

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

**J.F. FUCHS**  
J. 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 Lebensmittelverarbeitungsmaschinen



**Schneidwerkzeuge GmbH**

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

Kutmesser | Abschnidmesser | Schweinespaltmesser  
Gattermesser | Entschwartzungsklingen | Gefrierguttschneider  
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](http://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 0 73 66/9 2096-0  
Telefax 0 73 66/9 2096-99  
www.renner-sht.de

**gastroinfo**  
**portal**  
www.gastroinfoportal.de

## Spülmaschinen

Mit dieser Technik spült die Welt

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

## 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

## FH FLEISCHER-HANDWERK

Impressum 3. Jahrgang  
Offizielles Organ von:

**FLEISCHERVERBAND BAYERN**

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 -225  
Bernd Moeser -200  
Gaby Schwarzmann -215

Gültige Anzeigenpreisliste Nr. 17  
vom 1.1.2014

### Anzeigenabwicklung:

Stefanie Wagner -260  
Felix Hesse -261

Layout:  
Sanda Kantoci -256  
Michael Köhler -255  
Liane Rosch -258  
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: COBADEFFXXX  
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  
Werbeiträgen  
angeschlossen.



# JETZT Prämie sichern!

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



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

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



### 30-€-Gutschein BestChoice

Mit dem BestChoice-Einkaufsgutschein haben Sie freie Auswahl aus dem umfangreichen Angebot von über 200 namhaften Anbietern. Der Prämienwert kann auch auf

mehrere BestChoice-Partner verteilt werden. Gültigkeitsdauer: 3 Jahre.



**Abo auch im Internet:**



Einfach Coupon ausfüllen, ausschneiden und senden an:

**B&L MedienGesellschaft**  
Abo-Service  
Postfach 21 03 46  
80673 München

**Oder faxen an:**  
**(089) 370 60-111**

#### Widerrufsgarantie:

Meine Bestellung kann ich innerhalb von 14 Tagen ohne Angabe von Gründen schriftlich widerrufen. Zur Wahrung der Widerrufsfrist genügt die rechtzeitige Absendung einer schriftlichen Kündigung an: B&L MedienGesellschaft, Abo-Service, Postfach 21 03 46, 80673 München

**Ja, ich möchte FH FLEISCHER-HANDWERK zum Jahresabo-Preis von 80 € inkl. Porto und MwSt. (Ausland 95 €) lesen.**

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

\_\_\_\_\_ Firma  
 \_\_\_\_\_ Name, Vorname  
 \_\_\_\_\_ Straße, Nr.  
 \_\_\_\_\_ PLZ, Ort  
 \_\_\_\_\_ Telefon, Fax  
 \_\_\_\_\_ E-Mail

- Ich zahle gegen Rechnung.  
 Ich zahle bequem per Bankeinzug.

\_\_\_\_\_ IBAN

\_\_\_\_\_ BIC

\_\_\_\_\_ Kreditinstitut

Als Begrüßungsgeschenk erhalte ich einen

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

#### SEPA-Lastschriftmandat:

Ich ermächtige die B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG, wiederkehrende Zahlungen von meinem Konto mittels Lastschrift einzuziehen. Zugleich weise ich mein Kreditinstitut an, die vom Verlag auf mein Konto gezogenen Lastschriften einzulösen. Hinweis: Ich kann innerhalb von acht Wochen, beginnend mit dem Belastungsdatum, die Erstattung des belasteten Betrages verlangen. Es gelten dabei die mit meinem Kreditinstitut vereinbarten Bedingungen.

**Léa Linster**  
Restaurant Léa Linster  
Frisange, Luxemburg

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

Foto: Léa Linster



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

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

Alle Infos dazu finden Sie unter:  [www.schulverpflegungev.net](http://www.schulverpflegungev.net)

