

FH

FLEISCHER-HANDWERK

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

SÜFFA 2015

Auf ins Ländle

PRODUKTION

Kaliberfrage

FLEISCHER MIT ERFOLG

**Metzgerei Engler
Honstetten**



HOMANN

Foodservice

DRÜCK AUF DIE neue TUBE, KOLLEGE!

Alle Vorteile entdecken!

Vom 18.- 20. Okt. 2015
Halle 6 Stand A40
(auf dem Zentrag Stand)



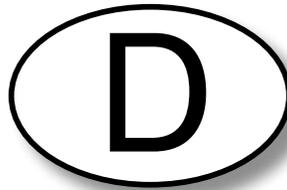
- Optimale Entleerbarkeit
- Immer Standsicher – auch mit geöffnetem Deckel
- Anti-Tropf-Ventil für hygienisches Arbeiten
- Gut im Griff dank Anti-Rutsch-Etikett
- Kein Wegrollen bei liegender Lagerung



UNSER FOODSERVICE TEAM
www.homann.de/foodservice



WILLKOMMEN IN



Marco Theimer
Chefredakteur

Nach dem II. Weltkrieg kamen 12 Mio. Heimatvertriebene in unser Land und es gelang, sie erfolgreich in die Gesellschaft zu integrieren. Gerade erreichten uns Tausende aus den Kriegsgebieten in Syrien, dem Irak und Afghanistan sowie aus Afrika, die auch ihre Heimat verloren haben. Die meisten davon sprechen zwar kein Deutsch und es fehlen ggfs. bestimmte berufliche Qualifikationen, aber sie haben jede Menge Potenzial und eine hohe Motivation. Ausbildungs- und Fachkräftemangel sind auch im Handwerk ein gegenwärtig großes Problem – ca. 40.000 Lehrstellen blieben laut Bundesagentur für Arbeit Anfang September 2015 unbesetzt, die meisten in der Gastronomie und bei Fleischern. Gab es beim Beruf Fleischer 1988 noch rund 14.000 Ausbildungsverhältnisse, waren

es 2005 ca. 8.000 und 2013 gerade noch 5.576 – bei den Fachverkäufern/-innen sieht es ähnlich aus. Junge Flüchtlinge sind daher eine große Chance, diesen Mangel zu bekämpfen. Der Sternekoch Heinz Winkler stellte einen 30-jährigen Azubi aus Sierra Leone ein, der SV Babelsberg 03 installierte das Flüchtlingsteam „Welcome United 03“ und unzählige Ehrenamtliche an Bahnhöfen und in Flüchtlingsaufnahmelagern sind aktiv – alle engagieren sich und geben den Ankömmlingen eine Chance, begegnen ihnen auf menschliche Weise. Das tat auch der Mommenheimer Metzgermeister Armin Grub bereits im April, als er den syrischen Flüchtling K. Hussein (47) nach zweiwöchigem Probearbeiten einstellte. Dieser hatte in seinem Land in einem Schlachthof gear-

beitet und brachte also gute Voraussetzungen mit. Der Metzgermeister ist mit ihm sehr zufrieden. Dass Asylbewerber also irgendwann im Handwerk Arbeit wegnehmen könnten, stimmt nicht. Und: Aus Sicht der sozialen Sicherungssysteme sind Flüchtlinge künftige Rentenzahler, an denen es aufgrund des demographischen Wandels und weniger Geburten in Deutschland mangelt. Sie könnten z. B. die „Last“ der in den 1950er und 1960er-Jahren Geborenen tragen. Die Voraussetzungen von politischer Seite dafür sind: Sprachkenntnisse zu fördern, die Betriebe zu unterstützen und den Auszubildenden eine Bleibeperspektive von mindestens zwei Jahren zu gewähren. Auch die Betriebsinhaber erwartet ein großes persönliches Engagement. So kann Integration gelingen.

Foto: Paul Bojba

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 €*

Besuchen Sie uns auf der SÜFFA: Halle 6, Stand C11

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

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

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



Name, Vorname

Firma

Straße/Nr.

PLZ/Ort

Datum/Firmenstempel und Unterschrift

FH 15/15

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

oder Sie besuchen einfach unseren Internet-Shop:



SÜFFA
2015



BRANCHENBLICK

Aktuelles aus der Branche 5
 Freising: Hoffnungsvolle Fachkräfte .. 8

BLÄTTER ZUR BERUFSKUNDE

Wurstkunde international 13

AUS- UND WEITERBILDUNG

Azubi-Portrait: Mariya Kamburova ... 10
 Münchner Fleischsommelier..... 17
 Handwerk ist sexy.....55

FOOD

Globale Genüsse..... 18
 Snacks für alle Sinne28

MESSEVORSCHAU SÜFFA

Branchentreff im Ländle20
 Messe-News22

GEWÜRZE & CO.

Was schmeckt?! 40

FIRMENPORTRAIT

25 Jahre Winter Fahrzeugtechnik:
 Eiskalt auf der Überholspur 43

PRODUKTION

Blut – ein ganz besonderer Saft 44
 Maja: Partner seit 60 Jahren 48
 Kaliberfrage50

AUS DER PRAXIS

Fleischerei Rex: Mobil begeistern..... 49

RUBRIKEN

Interview: DBL – Corporate Fashion 54
 Neu auf dem Markt56
 Gesucht & Gefunden.....58
 Impressum.....60

*Titelbild: Kommunikativ, sympathisch, authentisch: die Nachwuchswerbung des Deutschen Fleischer-Verbandes.
 Foto: Deutscher Fleischer-Verband*

Beilagenhinweis: Dieser Auflage liegen Beilagen von Aprocon Software, Rastede, und KWS Küttler, Neuenthal, bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.



FLEISCHER MIT ERFOLG

Rosenheim:
 Dynamik im Quadrat
Hubert Lohberger 30

Brendlorenzen:
 Rhöner Original
Anton Koob32

Berlin:
 Freundlichkeit ist Trumpf
Jörg Erchinger 34

Honstetten:
 Nur das Beste
Walter Engler 36

Bad Homburg vor der Höhe:
 Konzept für mehr Umsatz
Alexander Enk 38



Evenord eG

Traditionstermin in Franken

Auf der 47. Fachmesse Evenord geht es am 10. und 11. Oktober 2015 um die Wurst und vieles mehr. Metzgereien und fleischverarbeitende Betriebe finden im Messezentrum Nürnberg ein reichhaltiges Angebot. Neben Rohstoffen und Fleischereibedarf präsentieren die über 160 Aussteller Ladenbau und -einrichtung, Verpackungen, Berufskleidung und Dekoration. Die Öffnungszeiten sind am Sa., 10. Oktober, von 14 bis 20 Uhr, und am So., 11. Oktober, von 9 bis 18 Uhr. Der Eintritt ist für Fachbesucher mit Eintrittskarten frei. Karten sind erhältlich bei den Evenord-Niederlassungen, über den Außendienst oder bei der Zentrale in Nürnberg unter Telefon (0911) 926 190. www.evenord.de

Fotos: NuernbergMesse/Bischof & Broel, Der Metzger Schneider

Der Metzger Schneider, Freiberg am Neckar Schwabenhaft gut

Als jüngster Spross des „Metzger Schneider“ erhielt Kevin Scheider bei der Freisprechung des 327. Meistervorbereitungslehrgangs der Fleischerschule Augsburg neben dem Meisterbrief die Auszeichnung als Jahrgangsbester. Damit setzt er die Tradition von Karl, Albert und Wolfgang Schneider in vierter Generation fort. Der Startschuss für das Familienunternehmen fiel im Mai 1934 mit der Betriebsgründung durch Metzgermeister Karl Schneider in Stuttgart. Seit 1992 wird in Freiberg am Neckar produziert. Meisterbrief und Zeugnis bekam Kevin Scheider von Paul Brugger, Vizepräsident der HWK für Schwaben, und dem bayerischen Landesinnungsmeister Georg Schlagbauer überreicht. Der Jungmeister erreichte dreimal die Note 1 sowie einmal die Note 2. www.der-metzger-schneider.de

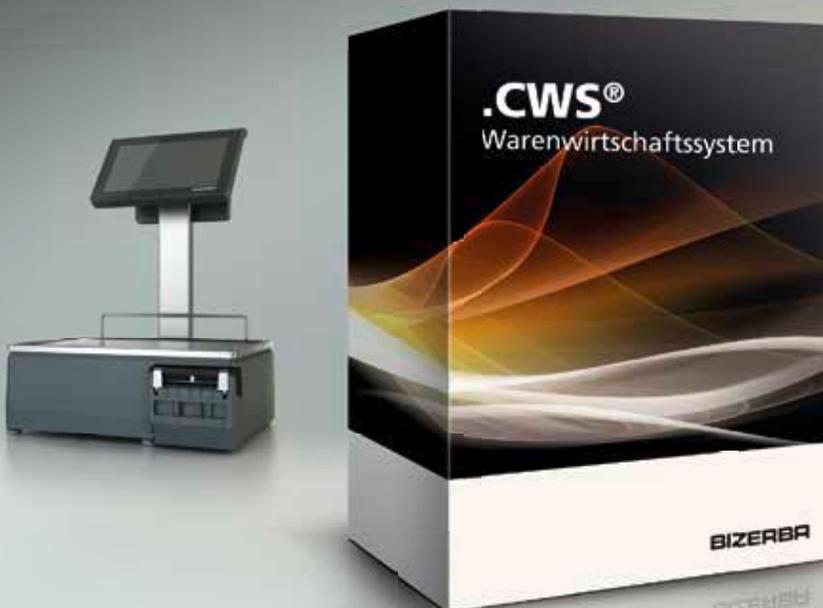


Niederberger Kramer Ladenbau

Fusion im Bereich Ladenbau

Die Niederberger Kramer Ladenbau GmbH ist ein gemeinsames Ladenbauunternehmen der Werner Niederberger GmbH und der Kramer GmbH. Sie entwickelt und fertigt Ladenbaukonzepte für Metzgereien, Bäckereien, Konditoreien, Cafés und den Lebensmitteleinzelhandel von der Planung über die Kühltheke bis hin zur Technik und Ausstattung. Sitz des Unternehmens ist in Kirchheim bei München. www.niederberger-kramer.de

MEHR KLARHEIT



Kundenbindung leicht gemacht

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

www.bizerba.com



Weitere Informationen

Hohe Leistung und eine breite Palette von Lösungen und Ausstattungsvarianten.



LMIV – wir sind bereit

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

BIZERBA
closer to your business

MARKENSCHAUFENSTER

STILLER
VERSCHLIESS-TECHNIK
Telefon 07268 392



• Dosenverschließmaschinen (halb- und vollautomatisch)
• für Handwerk und Mittelstand

[WWW.STILLERGBH.DE](http://www.stillergmbh.de)

KRAMER



**LADENBAU
KÜHLRAUMBAU**

www.kramer-freiburg.com

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

VC999®

Innovative Verpackungslösungen
www.vc999.de

BARTHAU Kühlanhänger

ANHÄNGERBAU

PU 80 mm 0,235 W/(m²K)

CATERING TRANSPORT KÜHLRAUM



BARTHAU ANHÄNGERBAU GMBH
D-74547 Untermünkheim-Brachbach
Tel. +49 (0) 79 44 63-0 • Fax +49 (0) 79 44 63-30
info@barthau.de • www.barthau.de

Staatl. Berufsschulzentrum Sulzbach-Rosenberg
Berufsschüler holten Medaillen

Bei der DLG-Qualitätsprüfung für Schinken und Wurst errangen Schüler des Beruflichen Schulzentrums Sulzbach-Rosenberg eine Gold- und eine Bronzemedaille. In der Vorbereitung darauf entschieden sich die Fleischerlehrlinge der NFL 11 dafür einen geschnetzelten Rinderbierschinken herzustellen, die Fleischer des dritten Lehrjahres wählten Deutsches Cornedbeef. Die Produkte wurden von den Schülern in Herstellungsversuchen auf Geschmack, Konsistenz und Aussehen getestet und optimiert. Die Qualität und Zusammensetzung überprüften die Lehrlinge im Unterricht durch BEFFE-Berechnungen und glichen sie mit den Leitsätzen für Fleisch- und Wurstwaren ab. www.sbszsuro.de



Enders
3D-Planung

Die Planungssoftware für Fleischereien von Enders, entstanden in Zusammenarbeit mit der Perspectix AG, verbindet Thekenplanung und Sortimentsgestaltung mit Maschinenauslegung und Einrichtungsplanung. Ausgehend von betriebswirtschaftlichen Zielen, entstehen im Laufe der Planung detaillierte 3D-Ansichten des zukünftigen Fleischereibetriebes. Ein integriertes Rezeptur-Management ermöglicht zudem Bedarfs- und Erlösprognosen bis zum Return on Investment. www.perspectix.com

Poly-clip System
Schulung für Clipautomaten

Schulungen für die Wursterstellung mit Clipverschluss-Automaten bietet Poly-clip System an. Diese umfassen den Aufbau der Maschinen nach Funktionsgruppen gegliedert. Außerdem werden Bedienung, Wartung, Austausch von Verschleißteilen und Fehlersuche vertieft. Am Maschinentyp FCA 120/160 erfolgt die Schulung von 3. bis 4. November 2015, an der FCA 80 am 5. November und 15. Dezember 2015, an den Typen PDC und PDC A 600/700 am 6. November, an der FCA 3430/3430-18 von 27. bis 28. Oktober und von 10. bis 11. Dezember 2015, an der ICA 8700 von 29. bis 30. September und von 8. bis 9. Dezember 2015. www.polyclip.com



Kerstner
Cooler Partner

Kerstner, Spezialist für Kühlausbauten und Kühlmaschinen auf Transporterbasis, ist jetzt auch zertifizierter Ausbau-Partner von Ford. Die Kühlausbauten für die Modelle Transit und Transit Custom sind nun direkt bei einem Ford-Händler erhältlich. Die Isolierausbauten aus PU-Hartschaum erzielen einen K-Wert von unter 0,7 W/m²K. Sie weisen eine schrauben- und nietenlose Oberfläche aus ABS-Kunststoff auf und entsprechen den internationalen Hygiene-Richtlinien nach HACCP. www.kerstner.de



Metzgerei Haller, Murnau
Zweiter Bundesehrenpreis nacheinander

Zum zweiten Mal in Folge erhielt die Metzgerei Ludwig Haller aus Murnau den Bundesehrenpreis, die höchste Ehrung der Fleischwarenbranche für Qualitätsleistungen. Die Ehrung nahmen die Ministerialdirektorin Dr. Katharina Böttcher und DLG-Vizepräsident Prof. Dr. Achim Stiebing in der Bayerischen Landesvertretung in Berlin vor. „Die Bundesehrenpreisträger verkörpern Genusskultur und konsequentes Qualitätsstreben auf eine Weise, die ihresgleichen sucht. Die Metzgerei Ludwig Haller setzt richtungsweisende Maßstäbe“, so der DLG-Vize. Für Metzgermeister Christian Haller und sein Team ist die Auszeichnung Anerkennung und Ansporn zugleich. „Wir wollen und werden auch weiterhin auf Qualität, Frische und Kundennähe setzen“, betonte er. www.haller-metzgerei.de





1. Bayerische Fleischerschule Landshut 13 Jungmeister freigesprochen

Vor gut 100 Gästen betonte Konrad Treitinger, Vizepräsident der HWK Niederbayern-Oberpfalz, dass die „Meister-Freiheit“ mehr Verantwortung mit sich bringt. Diese sollten die Jungmeister des 427. Meisterkurses etwa im Ausbildungsbereich zur Weitergabe ihres Wissens nutzen. Den besten Abschluss erreichte Michael Zlabinger (20) aus Theiss in Niederösterreich. Maria Naderer (27) aus Niederaltaich in Niederbayern war die einzige Dame im Kurs, Lokalmatador war Andreas Axthaler (23) aus Landshut. Die Geschäftsführerin der Fleischerschule Barbara Zinkl betonte, die Teilnehmer gehören nun zu den Besten ihres Fachs. Sie bat die Jungmeister, den Fachkräftemangel mit Nachwuchswerbung und -ausbildung bekämpfen zu helfen. Jedem zu empfehlen sei die Kontaktpflege mit den Kurskollegen und das Netzwerken, z. B. über den Absolventenverband der 1. BFS. www.fleischerschule-landshut.de



Dostmann electronic Datenrecording leicht gemacht

In einem rund einminütigen Video erklärt Dostmann electronic, wie einfach es ist, Temperaturdaten zu erfassen und zu dokumentieren. Vorgestellt wird darin die Datenlogger-Serie LOG 32, die einfach in der Handhabung und vielfältig einsetzbar ist und eine systemunabhängige Auswertung ermöglicht. Gezeigt werden im Film die Typen der Serie LOG32T Temperatur-Datenlogger (60.000 Messwerte), LOG32TH Datenlogger für Temperatur- und Feuchtemessung (60.000 Messwerte) sowie LOG32THP Datenlogger für Temperatur-, Feuchte- und Luftdruckmessung (3 x 60.000 Messwerte). Er beinhaltet auch das automatische Erstellen einer pdf- bzw. DBF-Datei auf dem eigenen Computer.
www.dostmann-electronic.de

Schon bei Facebook geklickt?



FH
auch auf
FACEBOOK!



Fotos: 1. BFS; Dostmann electronic



Mitten im Markt

Messe Stuttgart



» Wir bleiben auf dem Laufenden.
Darin liegt die Zukunft. «

Elke Seitz mit Tochter Nora, Chemnitz

Wir sind ein starkes Team. Damit das so bleibt, gehen wir zur SÜFFA. Hier finden wir die ganze Ideenvielfalt: Innovationen, Anregungen, neue Gewürzmischungen, neue Rezepte und den persönlichen Austausch mit netten Kollegen. Gerade auch in puncto Catering ist die SÜFFA für uns interessant. Hier finden wir die wichtigsten Informationen rund um gesundheitsbewusste und zeitgemäße Ernährung. Die SÜFFA ist einfach ein Muss!

18.-20.10.2015

Messe Stuttgart | www.sueffa.de



SÜFFA

Die Fachmesse für die Fleischbranche



HOFFNUNGSVOLLE FACHKRÄFTE

Was sie in ihrer Ausbildung gelernt haben, zeigten 16 Metzger/-innen und 13 Metzgereifachverkäufer/-innen beim Abschlussfest der Gesellen- und Abschlussprüflinge der Abteilung Nahrung in der Berufsschule Freising.

Die ausgelernten Auszubildenden aus dem Fleischerhandwerk feierten gemeinsam mit den Abschlusschülern aus den Bäckerinnungen Erding, Freising und Ebersberg. „Wer alleine arbeitet, addiert, wer gemeinsam arbeitet, multipliziert“, rechnete Schulleiter Gerhard Schatz den Anwesenden in seiner Festrede vor. Er zeigte sich stolz auf das Geleistete in den Fachabteilungen und wünschte den frisch gebackenen Gesellen feste Anstellungen.

Vor der Feier bewiesen die Azubis ihre Kenntnisse in Theorie und Praxis. In den Prüfungsarbeiten produzierten die Metzger Würste sowie regionale Produkte wie Pas-

teten, bereiteten komplette Gerichte zu und richteten diese dekorativ auf Servierplatten an. Die Fachverkäufer/-innen stellten sich einem Beratungs- und Ver-

kaufsgespräch an der Theke und legten aufwendig dekorierte Schinkenplatten, die am Festabend von den Eltern, Ausbildern und weiteren Festgästen wie den Innungsmeistern bestaunt und dann verzehrt wurden. Die Absolventen zeigten zudem ihr Können bei der Zusammenstellung eines Geschenkkorbes mit Wurstwaren, bei einer Menüzusammenstellung im Rahmen eines Beratungsgesprächs sowie bei der Zubereitung eines Fleischgerichts und einer Nachspeise. *chb*

Abschluss-Schüler 2015

Metzger/-innen: Jim Athanassopoulos, Josef Eberle, Florian Eisenberger, Makato Harada, Florian Hartmaier, Sabrina Klober, Martin Köhler, Christoph Kost, Matthäus Mair, Katrin Ottlinger, Marcel Schuster, Lorenz Seemüller, Alexander Six, Maximilian Stöckl, Christoph Wagner & Bernhard Westenrieder

Metzgereifachverkäufer/-innen: Jana Daßler, Ayse Dinda, Ardita Idrizi, Pasyuale Ierardi, Mariya Kamburova, Thomas Labermeier, Daniela Seidlmayer, Sabina Siebenbürger, Michelle Streicher, Johannes Voigt, Julia Wolf, Yvonne Wosnitza & Elisabeth Würzt

Rühle

Echtes Original aus dem Schwarzwald

25 Jahre ist es her, dass Rühle sein Erscheinungsbild dem damaligen Zeitgeist angepasst hat. Ein Jahr vor dem 50-jährigen Firmenjubiläum 2016 stand somit eine neue Markenpositionierung auf der Agenda. „Unser alter Markenauftritt war in die Jahre gekommen“, sagt Claus Rühle, geschäftsführender Gesellschafter des Maschinenherstellers. Mit der Freiburger Kommunikationsexpertin Andrea Wolf wurden Markenwerte herausgearbeitet und für die Positionierung festgeschrieben. Seit kurzem leuchtet das neue Rühle-Logo am Firmengebäude in Grafenhausen. „Wichtig ist aber, dass wir neue Denkprozesse angestoßen haben – von der Chefetage bis in den letzten Winkel der Produktion“, so Andrea Wolf. Der neue

Claim „Echte Originale“ steht nicht nur für die Maschinen, sondern auch für die Mitarbeiter. Er findet sich zudem in einer neuen Bildsprache, die der Fotograf Jigal Fichtner umgesetzt hat, wieder.

„Im Zuge der Entwicklung haben wir auch mehrere Rühle-Kunden besucht“, sagt Andrea Wolf, „vom Tofu-Metzger bis zur Fleischerfamilie im Hochschwarzwald.“ Der Metzger Mathieu Edel aus Cernay im Elsass sagt:



„Ohne meine Rühle geht es nicht.“ Für die Brüder Patric und Christoph Dosenbach aus Badellingen ist die Maschine ein Stück Tradition: „Schon unser Großvater hat seiner Original Rühle vertraut. Dabei sind wir geblieben.“

www.original-ruehle.de



KB KälteBeratung
nachhaltig planen

KB KälteBeratung GmbH
D-56077 Koblenz
Tel.: +49 (0) 261 / 988 223 0
info@kaelte-beratung.de

www.kaelte-beratung.de

**Fleischerei Per Kadach, Spremberg
Fleischer statt Informatiker**

Nach seiner ersten Lehre als Informatik-Assistent orientierte sich Michael Herbrich (23) neu und absolvierte bei der Spremberger Fleischerei Per Kadach eine Ausbildung zum Fleischer. Mit der Ehrung als „Lehrling des Monats“ im August würdigte die HWK Cottbus sein Können und Engagement. Aus privaten Gründen wagte Michael Herbrich einen Neuanfang: „Es sollte etwas Handwerkliches sein und der Beruf des Fleischers macht mir richtig Spaß“, betont er. „Auch die Arbeitszeiten sind perfekt – so bleibt noch Zeit für mein Hobby: Notebook, Tablet oder PC“. Auch die Metzgerei ist mit dem Azubi im 2. Lehrjahr zufrieden: „Er entwickelt sich sehr gut und hat schon alle Bereiche unserer Fleischerei kennengelernt



– von der Zerlegeabteilung bis zur Wurstproduktion mit der Räucherei und den Garantagen“, sagt Fleischermeister Per Kadach und ergänzt: „Aufgrund der besonderen Leistungen haben wir Michael zum Jugendaustausch nach Frankreich geschickt und zahlen ihm zusätzlich Prämien für gute Noten.“

www.hwk-cottbus.de,
www.fleischerei-kadach.de

**B&L MedienGesellschaft
„Frohe Festtage 2015“**

Zur Verkaufsunterstützung in der Advents, Weihnachts- und Silvesterzeit ist für f-Markenbetriebe das Kundenmagazin „Frohe Festtage“ einsetzbar (Gemeinschaftsprojekt von B&L MedienGesellschaft, des Deutschen Fleischer-Verbandes und der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Fleischerhandwerks). Es enthält Rezeptvorschläge und Tipps rund um Festtagsplanung und Dekoration oder zeigt auf, wie ein Wintergrillabend organisiert wird. Als Vkf-Materialien gibt es Plakate, Zahlsteller und digitale Werbevorlagen, z. B. Handzettel, Internetbanner oder Anzeigenvorlagen, die auch eigene Texte enthalten können. Alle Werbemittel sind grafisch aufeinander abgestimmt. Mit diesen und den digitalen Vorlagen entsteht eine multimediale Aktion, die sich auch in bestehende Marketingplanungen einbinden lässt. Die Nutzung der App „FleischereiPilot“ ist kostenloser Bestandteil der Aktion. Sie ermöglicht z. B. Push-Nachrichten mit Tagesangeboten oder einen E-Mail-Newsletter. Als Neuheit finden Endverbraucher online weitere Rezept- und Menüvorschläge und können sich Schritt für Schritt von einem „Kochassistenten“ unterstützen lassen. Besteller von „Frohe Festtage“ können von der eigenen Internetseite auf diese Rezeptseiten linken und umgehen so Themen wie Rezept- und Bildrechte. Infos: Tel. (02103) 204-0, www.blmedien.de/frohefesttage.



Fotos: Handwerkskammer Cottbus, B&L MedienGesellschaft

Süffa: Halle 6, Stand C11

Fachausstellung für
das Fleischerhandwerk

Messezentrum Nürnberg
10.–11. Oktober 2015



Vielfalt trifft Qualität.

Herbst 2015, der Top-Termin für Metzger, Fleischer, Gastronomen und alle, die auf gute Qualität setzen.

Hier erwarten Sie rund 160 Aussteller mit einer Vielfalt an neuen und bewährten Produkten aus den Bereichen Fleischereibedarf, Ladenbau und -einrichtungen, Verpackungen sowie Berufsbekleidung und vieles mehr.

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

Haben Sie Fragen?
Tel +49 (0) 9 11. 86 06-49 80
www.evenord-messe.de

Veranstalter Organisation und Durchführung



Ab November 2015



Chambelle im neuen Look!

Profitieren Sie von massiver Marketing-Unterstützung für das gesamte Reinert Chambelle-Sortiment.



Mehr als 190 Mio. Kontakte!



www.chambelle.de



LACHEN ALS ERFOLGSREZEPT

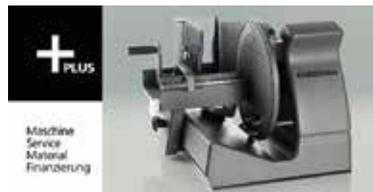
Was im Fleischerhandwerk für Auszubildende mit einem Migrationshintergrund möglich ist, zeigt das positive Beispiel von Mariya Kamburova.



Die Metzgereifachverkäuferin freut sich beim Abschlussfest der Gesellen- und Abschlussprüflinge der Abteilung Nahrung in der Berufsschule Freising über einen herausragenden Abschluss ihrer Ausbildung (Notendurchschnitt 1,37 in der Theorie). Das Geheimnis ihres Erfolgs: ausgeprägter Wille und „viel lachen, denn das gehört zu unserem Beruf einfach dazu“. Die 27-Jährige kam vor sieben Jahren mit ihrer Familie aus dem bulgarischen Plovdiv nach Freising. In der Domstadt und in München kämpfte sie sich zunächst durch eine Reihe von Aushilfsjobs, bevor sie in der

Freisinger Metzgerei Hack bei Metzgermeister Steffen Schütze anheuerte. „Er hat mich gefordert mit meiner Kreativität und zu Seminaren geschickt“, berichtet die Metzgereifachverkäuferin über ihre Ausbildung. „Am Anfang war es natürlich schon schwer und ich habe immer wieder Fachbegriffe im Internet nachschauen müssen.“ Doch Mariya Kamburova meisterte die Herausforderungen von Arbeitsalltag und Berufsschule mit einer enormen Portion Ausdauer, wie ihr Lehrmeister Steffen Schütze bestätigt: „Sie kam als Praktikantin zu mir und es fehlten eigentlich so gut wie alle Kenntnisse. Auch mit der Sprache war das am Anfang alles andere als einfach. Aber sie hat einen unbändigen Willen gezeigt.“ Daher nahm der Metzgermeister mit gemischten Gefühlen am Fest teil: „So ein Tag wie heute ist natürlich eine besondere Freude, auch wenn ich sie jetzt hergeben muss.“ Denn Mariya Kamburova setzt ihren Weg mit einer Verkaufsausbildung an der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut fort. *chb*

Bizerba Vier gewinnt



Auf der Plattform „+Plus“ bietet Bizerba Komplettangebote, bestehend aus Produkt, Service, Material und Finanzierung. Die Aktion „Vier Gewinnt“

liefert Anreize für die Finanzierung der manuellen Schneidemaschine VS12. Wer das Gerät über die Plattform bestellt, bekommt es innerhalb von vier Tagen geliefert. Während der Vertragslaufzeit sind vier Wartungen vorgesehen. Kommt es zu einem Ausfall, stellt Bizerba binnen vier Stunden ein Ersatzgerät bereit. Die Leasingkosten betragen bei einer Laufzeit von 60 Monaten wenige Euro am Tag. www.bizerba.com

DLG

Bei der LMIV zwickt es noch

5.670 Fleischerzeugnisse von 424 Herstellern prüfte das Testzentrum Lebensmittel der DLG 2015 bei seiner Qualitätsprüfung Schinken und Wurst in Bad Salzungen. Im Mittelpunkt stand die sensorische Produktanalyse, die um Zusatztests ergänzt wurde. Dazu zählten Verpackung,

Deklarationskontrolle sowie laboranalytische Parameter. Es zeigte sich, dass in der Praxis bei der EU-Verordnung zur Lebensmittelinformation (LMIV) Nachbesserungsbedarf besteht. Preisträger und prämierte Produkte sind online abrufbar unter www.dlg-verbraucher.info/schinken-wurst



MARKENSCHAUFENSTER

Kühlfahrzeuge
Direkt vom Hersteller
Kühlaufbauten & Kühlanhänger
KRESS

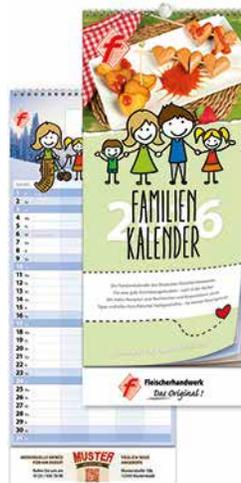
KRESS Fahrzeugbau GmbH
Daimlerstr.7, D-74909 Meckesheim
Tel. 06226-9263-0
Fax 06226-9263-29
info@kress.eu
www.kress.eu

Ist Ihnen das wurst?

Beschaffung, Lagerhaltung, Disposition, Produktion, Kalkulation, Verkauf, Distribution, Produktionsplanung, Chargenverfolgung, Rezepturverwaltung, Anlagen-/Maschinenintegration... Alles aus einer Hand. Bestimmt nicht! Mehr Infos unter: www.agmadata.com

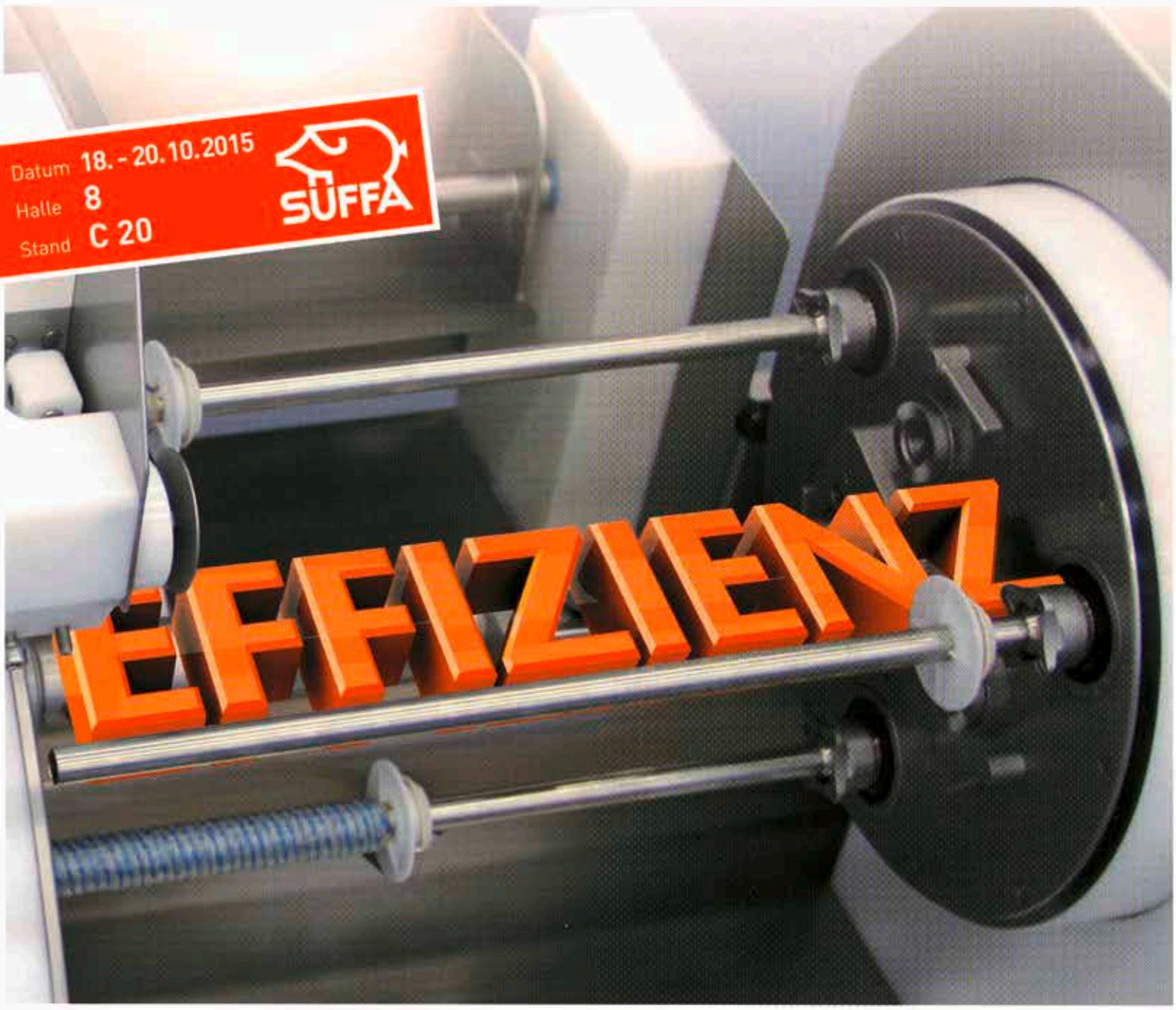
agmadata
DIE IT-GENERATION FÜR FOOD-WARE-BALANCE™

B&L NewMedia/DFV Familienkalender



Um Kunden zu binden, können Fleischereien mit f-Marken-Lizenzvertrag den Familienkalender 2016 von B&L NewMedia, Deutschem Fleischer-Verband und der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Fleischerhandwerks einsetzen. Bedruckt mit Logo und Adresse und als Giveaway an Stammkunden verschenkt, ist er ein Instrument für mehr Umsatz. Der Kalender bietet auf den Vorderseiten mit je fünf Spalten genug Platz für die Familienorganisation und hält auf den Rückseiten der Monatsblätter Tipps für Familienaktivitäten, dazu passende Rezeptvorschläge und wichtige Infos zum Fleischerhandwerk bereit. Als Verkaufunterstützung erhalten alle Besteller einen Thekenaufsteller. www.familienkalender.blnewmedia.de, www.fleischer-familien-kalender.de

Datum 18. - 20.10.2015
Halle 8
Stand C 20



DARMWECHSEL UNTER 2 SEKUNDEN

HÖCHSTLEISTUNG IN DER WÜRSTCHENPRODUKTION

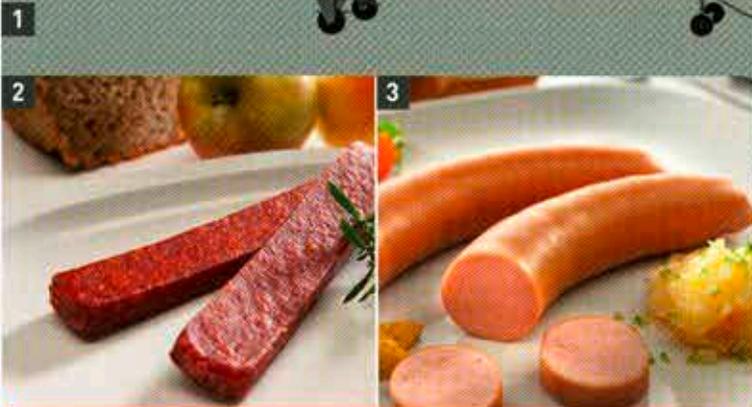
- Für Kunst-, Collagen- und Naturdarm
- Großer Kaliberbereich für Produktvielfalt
- Präzises Trennen oder effizientes Hängen
- Senkt Darm- und Produktionskosten

handtmann
Ideen mit Zukunft.

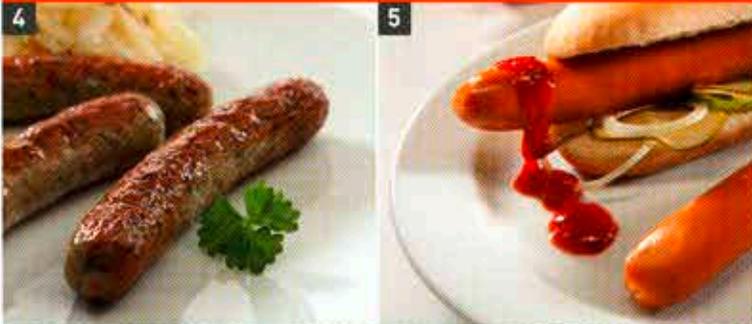


AL-SYSTEM FÜR ALLE PRODUKTSORTEN

**ZUVERLÄSSIG
VIELSEITIG
KOSTENSENKEND**



1. AL-System PVLH 246
2. Landjäger
3. Wiener
4. Nürnberger
5. Hot Dog



Profitieren Sie von diesen Vorteilen:

- Wahlweise **automatisches Darmaufziehen** (Collagen- und Kunstdarm) oder **manuelles Darmaufziehen** (Naturdarm)
- Neue Abdreheinheit mit Revolver und 3 Tüllen sorgt für **kürzeste Darmwechselzeiten** unter 2 Sekunden
- **Beste Hygienebedingungen** durch gezieltes Abführen von Füllgutnachlauf bei Darmraupenwechsel
- **Hängelinie PVLH 246** platziert Produkte effizient und zuverlässig auf der Aufhängeeinheit
- **Schneidelinie PVLS 143** für präzises Trennen mit 2-Band-Lösung und Sensor
- **Senkt Darm- und Produktionskosten** deutlich
- Modulares System bringt **Flexibilität**, z.B. die Integration eines Füllwolfs



Nicht nur in Deutschland wird Fleisch zu leckeren und abwechslungsreichen Wurstwaren verarbeitet. Nachfolgend eine kleine kulinarische Reise zu Wurstsorten aus aller Welt.

WURSTKUNDE INTERNATIONAL

Ob aus Kängurufleisch, mit hohem Anteil an Leber, in Schweinsfüße oder Därme gefüllt, gebrüht oder getrocknet – auch in anderen Erdteilen gibt es traditionell oder historisch gewachsene sowie kreative Wurstsorten. Hier eine Auswahl im Überblick:

AFRIKA

Marokko: Der Name der „Merguez“, die es auch in Frankreich, Spanien und der Schweiz gibt, leitet sich vom alten Berberwort „amergaz“ ab. Die Rohbratwurst aus Rind-, Schaf- oder Lammfleisch erhält ihre typische, dunkelrote Farbe durch Paprika- und Chilipulver. In Nordafrika isst man dazu klassisch Couscous



oder die scharfe Gewürzpaste Harissa. **Südafrika:** Mittelfest gewolfenes, gewürztes Fleisch von Rind, Schwein (kein Speck), Strauß, Kudu, Antilope oder Springbock kommt in die „Boerewors“, die dort neben stattlichen Fleischportionen als Bratwurstschnecke auf den Grill kommt. Gewürze sind Koriander, Essig, Piment und Muskatnuss.

ASIEN & AUSTRALIEN

Australien: Unter dem Namen „Kanga Bangers“ werden grobe bis feine Roh- und Brühwürste gehandelt, die aus Känguruhfleisch bestehen. Dieses hat wenig Fett, schmeckt nach Wild und ist ziemlich dunkel. Gerne wird Schweinespeck hinzugegeben. Dazu passen Bohnensalat und Tomatensauce.

China: Eine Art luftgetrocknete Salami ist „Lap Cheong“, die „Wurst Chinas“. Sie schmeckt trotz Schweineleber durch die Zugabe von Zucker, Five-Spice-Pulver und Reiswein leicht süßlich und wird ganzjährig, in Reis mitgedünstet, heiß genossen.



Laos/Vietnam: „Sai Oua“ heißen ausgeprägt saure Schweinewürste, deren Aroma eine Folge der Fermentation der Zutaten (Klebreis, Schwarten und Knoblauch) ist. Verstärkt wird der Geschmack durch die bestimmende Zutat Zitronengras.

EUROPA

Frankreich: Die Schweinskaldaunenwurst „Andouillette“ kennen Comicfans aus „Asterix & Obelix“. Bestandteile sind zu Bündeln gewickelte Kutteln und Därme von Kälbern und Schweinen. Gekocht oder kalt in Scheiben geschnitten, isst man sie mit Senf, Linsen, Kartoffeln und Apfelsmus.

Italien: Die „Salame Milano“ wird bis zu sechs Monate luftgetrocknet. Da dafür Fleisch älterer Rinder und Schweine verwendet wird, ist sie mit 40 % sehr fett. Ihre typische Würze erhält sie durch in Chianti eingelegten Knoblauch.



Schweden: Pro Jahr essen die Schweden rund 30.000 t „Falukorv“ – eine Mischung aus fettem Rind- und magerem Schweinefleisch, die in Mittel- oder Buttdarm (Rind) gefüllt wird. Zur Bindung darf die von deutschen Arbeitern in Falun erfundene Wurst bis zu 4 % Kartoffelmehl enthalten.

Ungarn: Das Fleisch der Wintersalami „Teliszalami“ stammt von den fetten Mangaliza-Wollschweinen. Die Rohwurst wird in der kalten Jahreszeit einige Monate luftgetrocknet und anschließend leicht geräuchert.

Ukraine/ Russland: Fein gekuttertes und grob gewürfeltes mageres Schweine- und Rindfleisch sowie ein wenig Speck kommen in die „Poltawskaja“. Die Brühwurst wird nach dem Brühen heiß geräuchert und gerne kalt zu Brot genossen.

NORD- UND SÜDAMERIKA

Brasilien: Die Rohwurst „Linguica“ ist Bestandteil des National Eintopfs „Feijoada“. Sie besteht aus gepökeltem Schweinefleisch, Knoblauch, Zwiebeln und Paprikapulver. In Südamerika wird sie oft vor dem Genuss gekocht oder in Scheiben geschnitten gebraten.

Mexico/Kuba/Uruguay: Die Schweineblutwürste „Morcilla“ enthalten weniger Speck als in Europa üblich. Auf Kuba und in Mexiko tragen sie den Namen eines großen Penis („Moronga“). Die süßliche Variante in Uruguay enthält Walnüsse, Orangenschalen und Rosinen.



USA: Deutsche Metzgerauswanderer fanden in den vergangenen Jahrhunderten im Norden Wisconsins eine neue Heimat. Ihre Kultur lebt bis heute in der „Braunschweiger“ – einer groben, geräucherten Leberwurst – und der feinen „Liverwurst“ weiter. Die Kochwürste im Kunstdarm werden z. B. von Schallers & Webers oder Hartmann's hergestellt. *mth*





WISSENS-CHECK TRAINING

KNOW-HOW: INTERNATIONALE WURSTSORTEN

?

Durch welchen Prozess erhalten die „Sai Oua“ in Laos und Vietnam ihr saures Aroma?

?

Welche Fleischsorten sind die Basis der südafrikanischen „Boerewors“?

?

In welcher schwedischen Stadt wurde die „Falukorv“ erfunden?

?

Welche ungarische Salami enthält das Fleisch von Mangaliza-Wollschweinen?

?

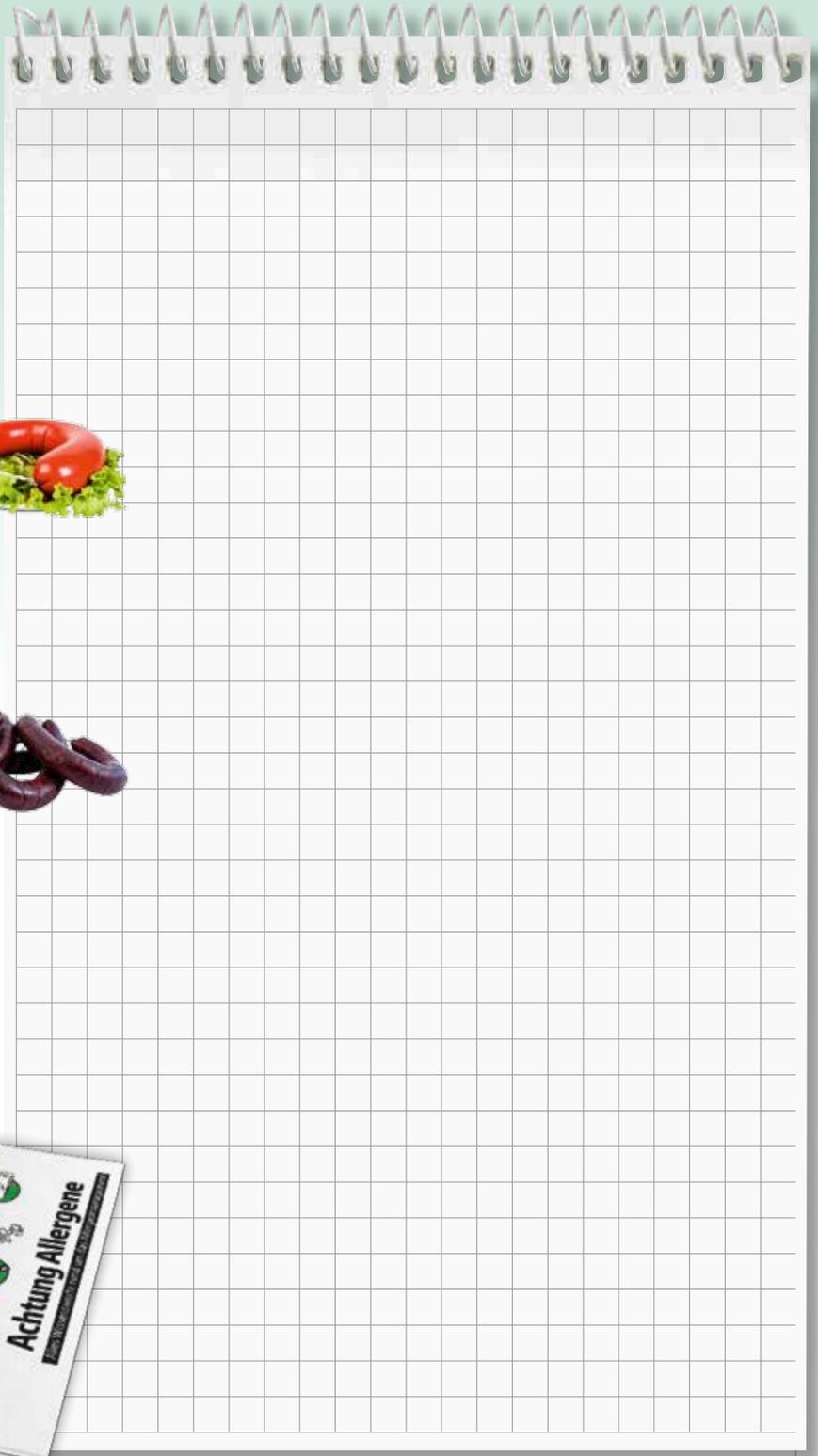
Was ist eine „Morcilla“?

?

Welche Zutaten kommen in Russland in die „Poltawskaya“?

?

In welchem US-Bundesstaat gibt es die „Liverwurst“?



Nur bei uns erhältlich:

Allergen-Ratgeber



www.fleischnet.de/shop



AKTION FÜR REGIONALES

Für Fleischereien, die ihr Fleisch regional beziehen, präsentiert der Fleischerverband Nordrhein-Westfalen Werbemittel für Rind, Kalb, Schwein, Lamm und Geflügel.

Die zwischen großen Handelsketten und Landwirtschaftsverbänden ausgehandelte „Initiative Tierwohl“ wird bald noch stärker in der Öffentlichkeit präsent sein. Aufgrund des Systems mit „Wahlpflichtkriterien“ wird aber kaum ein Händler belegen können, was Tierwohl für das konkret im Verkauf befindliche Fleisch bedeutet. Außerdem ist die Initiative bislang auf Schwein und Geflügel beschränkt. Dennoch sollte das Fleischerhandwerk seine regionale Verbundenheit werblich nutzen. Regionaler Bezug bedeutet: ein Plus an Transparenz, Tierwohl durch kürzeste Transportwege und eine explizit nicht anonyme Fleischherkunft. Das erzeugt Vertrauen beim Verbraucher.

Dank der Änderung der Verordnung zur Rindfleisch-Etikettierung darf der regionale Bezug für Rind ausgelobt werden, ohne einem freiwilligen Genehmigungs- und Kontrollsystem anzugehören. Für alle Fleischarten gilt, dass die Angaben des Betriebes objektiv richtig, für Behörden überprüfbar und den Verbraucher verständlich sind. Je Fleischart gibt es ein Werbemittelpaket (zwei Plakate DIN A3 mit UV-Schutz und 15 Einleger DIN A5). Die Einleger eignen sich für Acrylaufsteller, die auch separat erhältlich sind. Interessierte können eine Individualisierung des Plakats mit ihrem Logo ordern (kostenpflichtig). In diesem Rahmen sind auch Formatanpassungen – z. B. als Anzeigebild für das Kassendisplay – möglich.

Die Gestaltung der Werbemittel folgt psychologischen Erkenntnissen, die auf Studien wie etwa „Deutschland vor der Theke“ des Marktforschungsinstituts Rheingold basieren. Weitere Informationen gibt es bei Christian Deppe, Tel. (0211) 51 34 50-14, deppe@fleischer-nrw.de.
www.fleischer-nrw.de



Korn Croissant – natürlich und gut.

- Köstlicher Mix aus Sonnenblumenkernen, Mohn, Sesam, Kürbiskernen und Leinsamen
- Mit ausgewogenem Buttergeschmack
- Für anspruchsvolle Genießer



Weitere Informationen zu unserem Produkt finden Sie hier. Oder sprechen Sie Ihren Außendienst an.



TÄGLICH NEUE IMPULSE.

 www.vandemoortele.de

Ihre Vorteile auf einen Blick:

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



Das digitale Kunden-Informationssystem

für das moderne Fleischerfachgeschäft

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

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



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

Besuchen Sie uns auf der
SÜFFA
in Stuttgart
vom 18.10. bis 20.10.2015
Halle 6 / Stand C11
Wir freuen uns auf Sie!

Michael Lenort hat in seinem Berufsleben als Koch wahrlich schon einiges erlebt: Zürich, Trinidad-Tobago, London. Die Ausbildung zum Fleischsommelier war dennoch eine neue Erfahrung für ihn: „Super-anstrengend, aber super-interessant.“

Zusammen mit „seinem“ Geschäftsführer Goran Gluavecic entschied sich der 35-jährige Küchenchef des Restaurants Panther Grill & Bar im Münchner Szene-Stadtteil Schwabing Ende 2014, die dreimonatige Ausbildung bei der Wirtschaftskammer Tirol in Innsbruck in Angriff



Woche, verteilt auf ein Vierteljahr absolviert hatten, standen die Prüfungen an. Und eine Diplomarbeit war abzugeben; Michael Lenort reichte eine Abhandlung über das fast ausgestorbene Murnau-Werdenfelder Rind ein. Der Prüfungskatalog mit 600 Fragen war natürlich auch nicht ohne. Und was hat es gebracht? „Es wird anerkannt von den Gästen – und von den Medien. Damit haben wir nicht gerechnet, dass so viele Anfragen für Interviews kommen würden“, schmunzelt Michael Lenort. In seinem Lokal ist dem frisch diplomierten Fleischsommelier die

WIE EINE METZGERLEHRE

zu nehmen. Die beiden überwiesen einen vierstelligen Betrag ins Nachbarland und landeten dafür in einer Klasse mit 16 Teilnehmern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, darunter Metzger, Köche, Ein- und Verkäufer, Geschäftsführer – und ein Grill-Champion.

Wer glaubt, dass die Teilnehmer dort allenfalls lernten, wie man diverse Fleischsorten erschnuppert, irrt gewaltig. Der Fleischsommelier: „Es war eine Ausbildung, die so gut wie alle Aspekte zum Thema Fleisch beleuchtet hat: Fleischkunde, Fleischsorten, wie es beim Schlachten und Zerlegen zugeht, Arten der Zubereitung von Fleisch und Wurst, Präsentation und, und, und. Die Ausbildung fühlte sich oft an wie eine Metzgerlehre, erweitert um Aspekte der Beratung.“ Welche Rassen eignen sich zur

Fleischproduktion? Welche Fütterung bildet welche Faserung? Welcher Schnitt für welchen Grill? Die Ausbildung befasst sich intensiv mit der Herkunft von Fleisch, setzt sich mit den Tierrassen auseinander und vermittelt Kenntnisse zu Fleischschnitt und Zubereitung.

FAST WIE ABC-SCHÜTZEN

Kein Zuckerschlecken: Die Teilnehmer drückten die Schulbank wie ABC-Schützen, unternahmen aber auch Ausflüge dorthin, wo das Fleisch herkommt: auf Biohöfe, Schlachthöfe und zu Metzgereien. „Wir haben Wurst und Leberkäse selbst hergestellt“, berichtet der Koch weiter und seine Augen beginnen zu leuchten, als wäre es erst gestern gewesen, „aber am interessantesten war für mich die Herstellung von Parmaschinken.“ Vom ersten Tag an spürbar war Michael Lenort zufolge die Inten-

tion des Kurses, den „Azubis“ eine nachhaltige Tierhaltung und Fleischwirtschaft jenseits industrieller Massenschlachtung nahe zu bringen. Der Panther-Koch erzählt: „Wir waren auf Bergbauernhöfen in Österreich mit 12 oder 15 Kühen im Stall; so etwas würde bei uns in Deutschland niemand mehr machen, weil es sich nicht rentiert.“ Nachdem die Teilnehmer drei Ausbildungsblöcke von je einer

Aufmerksamkeit ohnein sicher: „Das gehört bei mir schon immer dazu, dass ich den Gästen das Fleisch erst präsentiere und ihnen etwas darüber erzähle, bevor ich es zubereite.“ Sein Know-how darf er nun weitergeben und diese Weiterbildung auch zertifizieren, „aber das Diplom gibt es bislang nur in Österreich.“ Deshalb fände er es „super, wenn auch die Innungen den Fleischsommelier anbieten würden – ich kann es nur wärmstens empfehlen.“ chb

Praktische und maßgeschneiderte Konzepte für Ihren Erfolg.



SEICO Verkaufsfahrzeuge GmbH

Telefon: 04261-669-0

Internet: www.seico.de

E-Mail: info@seico.de



seico
mobile Geschäfts

Globale Genüsse

„Man ist, was man isst“ – das bezieht sich nicht nur auf den Organismus. Denn: Essen ist vielmehr auch Identität. Es verkörpert Zugehörigkeit zu Familie und Kulturkreis – ein Ausflug in ein kulinarisches Crossover.



Regionale Spezialitäten sind Wahrzeichen ihres Herkunftslandes. Sie verraten viel über die Seele eines Landes und über die Offenheit gegenüber anderen Kulturen. So kann es passieren, dass die Verbindung einer chinesischen Frucht (Marille) mit einer Pflanze aus Polynesien (Zuckerrohr) und einer oberösterreichischen Zubereitungsidee (Knödel) zum Inbegriff der Wachau wird. Ein Marilknödel ist nur eines von vielen Beispielen, wie die Verschmelzung unterschiedlicher Kulturen zu „kulinarischem Patriotismus“ wurde. Solche Rezepturen und Gerichte wären ohne einen interkulturellen Dialog niemals zustande gekommen. Ein weiteres Beispiel: Das Wiener Schnitzel hat seinen Ursprung nicht in Wien, sondern geht auf Venetien zurück. Um einen gehobenen Lebensstil zu demonstrieren, belegten die Venezianer Speisen in der Renaissance mit Blattgold. Daraufhin untersagte die katholische Kirche im 16. Jahrhundert das Vergolden von Speisen. So griffen die italienischen Köche auf ein älteres, alternatives Zubereitungsverfahren zurück: die goldgelbe Panier. In Österreich schließlich wurde das Gericht in der Kaiserzeit dann so perfektioniert, dass das Schnitzel heute das ist, wofür es bekannt ist: ein unvergleichliches österreichisches Original.

HOHE ANSPRÜCHE

Inzwischen zählt nicht nur das Wiener Schnitzel bei uns und weltweit zu den beliebtesten Gerichten. Auch Lamm aus Neuseeland, Roastbeef aus Argentinien, Wagyu-Ribeye aus Japan und viele andere Leckereien bereichern unseren Speiseplan. Insbesondere bei Fleisch ist der kulinarische Anspruch der Kunden stark gestiegen. Viele suchen ein besonderes Genusserlebnis und schätzen es, wenn sie in der Metzgerei eine Auswahl an Premiumfleisch und Special Cuts finden. Tiefkühlware wäre zwar preiswerter, ist aber oft nicht bzw. nicht lange genug gereift und so nicht sofort einsetzbar. Das unterstreicht auch Samuel Rüger, Geschäftsführer der Mega Fleisch GmbH: „Wir verstehen uns als echtes Fachzentrum für die Metzgerei, Gastronomie und den Außer-Haus-Markt. Ein besonderes Augenmerk richten wir auf unser Fleischangebot. Hier stehen die nachvollziehbare Herkunft, die Erfüllung unserer hohen Qualitätsanforderungen zur Sicherstellung von Premiumqualität sowie die große Auswahl im Fokus. Als ser-



viceorientierter Partner gehen wir mit Vorbestellung auch gerne auf Sonderwünsche der Metzger ein, z. B. spezielle Zuschnitte, individuelle Reifungszeiten bei Dry Aged Beef oder Fleisch von besonderen Rinder- und Schweinerassen“, betont er und ergänzt: „Am Ende zählt nur der zufriedene Kunde. Unabhängig davon, ob er viel oder wenig Geld für das Fleisch ausgeben möchte. Nur wenn die gebotene Qualität seinen kulinarischen Erwartungen entspricht, wird er wiederkommen und „seine“ Metzgerei weiterempfehlen.“

RUND UM DIE WELT

Mit „Special Cuts“ aus verschiedenen Ländern der Erde, die bei Gourmets für ihre hohe Fleischqualität bekannt sind, können Metzger besondere Höhepunkte in der Theke bieten. Als Partner der Metzgereien und Gastronomie hat der Handelsspezialist aus Stuttgart seine „Schatzkammer“ mit internationalen Fleischspezialitäten gefüllt. Die „Reise“ startet in Neuseeland. Von dort bezogen werden von einem ausgewähl-

ten Lieferanten frisches „Prime Steer“ Ochsen-Roastbeef, -Filet und -Schossen mit Filetanteil. Die Schossen sind etwa sieben Wochen gereift, werden tiefgefroren und zu etwa 450-g-Portionen als T-Bone- und Clubsteak geschnitten. Weltweit bekannt ist das Land auch für seine natürlich aufgezogenen Schafe, deren Fleisch durch die Weidehaltung qualitativ hochwertig und schmackhaft ist. Hier bietet das Handelsunternehmen ganzjährig frische Lammlachse,-filets sowie -keulen mit Röhre und Kronen an. Tiefgekühlt gibt es zudem Lammteilstücke für unterschiedlichste Zubereitungsarten.

Aus Australien, von sogenannten „Feed Lodges“, kommt das mindestens 120 Tage mit Getreide gefütterte Ochsen-Roastbeef (Premiumklasse). Weiter geht es nach Japan, denn von dort stammt frisches Wagyu-Ribeye. Dieser Steakklassiker vom 100 % Pure Blood Japanese Black Rind hat eine gleichmäßige Top-Marmorierung und verspricht Kennern puren Genuss. Aus Botswana kommt frisches Ochsen-Roastbeef mit sehr langer

Haltbarkeit, exaktem Zuschnitt – ebenfalls in Premium-Qualität. Diese Ware kann auf Vorbestellung und je nach Marktverfügbarkeit beschafft werden. Aus Irland kommen neben zertifizierten Black Angus-Roastbeefs und -Steakhüften auch Ochsenbacken. Diese sind in der kalten Jahreszeit eine geschätzte Delikatesse. Mit italienischem Färsefleisch haben die Stuttgarter eine preisgünstige Alternative im Sortiment, die sich bei Kennern großer Wertschätzung erfreut. Weiter geht es nach Süd- und Nordamerika. Aus Nordamerika kommen zarte Roastbeefs und Steakhüften von Ochsen, der bei Feinschmeckern beliebten Rasse Black Angus, die mindestens 120 Tage getreidegefüttert werden. Argentinien liefert Steakhüften und Filets namhafter Produzenten. Die Spitzenmarke

Quick Food garantiert bei Roastbeef eine ausgewählte Premiumqualität. Den Preiseinstieg bildet Brasilien als Lieferland von Roastbeefs und Filets als Frischware. *Astrid Schmitt*

Nützliche Links

www.bmlfuw.gv.at/land/lebensmittel/trad-lebensmittel/fleisch.html
www.gailtalspeck.at
www.goejo.at
www.henkele.at
www.luftgeselchter.at
www.mega-stuttgart.de
www.salamigenuss.at
www.staufenfleisch.de
www.stauférico.de
www.vulcano.at



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
 Gewürzreporter

FRUTAROM
 SAVORY SOLUTIONS
 Gewürzmüller · GEWÜRZMÜHLE NESSE

SÜFFA 2015

Zum 22. Mal findet die Süffa als Fachmesse für die Fleischbranche vom 18. bis 20. Oktober 2015 in Stuttgart statt. Neben vielen Neuheiten und Trends bietet sie eine ideale Plattform für Inspirationen und Informationsaustausch.



BRANCHENTREFF IM LÄNDLE

Auf 21.000 m² können die Besucher an den Ständen von etwa 300 Ausstellern zahlreiche Produktinnovationen entdecken. Die Bandbreite ist vielfältig: von Rohstoffen und Halbfabrikaten über Arbeits- und Betriebstechnik und Werbung bis hin zu Lebensmittelsicherheit, Hygiene und Dienstleistungen. „Die Stände der Aussteller aus dem In- und Ausland bieten den Besuchern rund 3 km einen ‚Schaufensterbummel‘ zu Branchentrends sowie Neuheiten. Das erfolgreiche Veranstaltungskonzept der Süffa wird von der Branche regelmäßig bestätigt“, betont Andreas Wiesinger, Mitglied der Geschäftsleitung der Messe Stuttgart. Die Besucher finden innovative Technologien, neue Verfahren und Maschinen für die Fleischverarbeitung und für alle damit zusammenhängenden Prozesse. Die

Messe kann dabei helfen, fundierte Investitionsentscheidungen zu treffen.

Über den „Süffa-Innovationspreis 2015“ freuen sich zwei Metzgereien. Die Lautertaler Metzgerei Hornung siegte in der Kategorie „Marketing und Konzeption“ mit ihrer „Bergsträßer Winzerkugel“, einem kugelförmigen Snack am Stiel auf der Basis von Saumagenbrät. Der Sonderpreis der Jury ging an die Metzgerei Lindauer aus Mühlacker, die mit ihrem eigens gedrehten Film „Selbstverständlich selbst gemacht“ authentische Einblicke in die handwerkliche Schlachtung und Produktion gibt. In der Kategorie „Produkte und Verfahren“ gewann der Spültechnikhersteller Winterhalter für die Maschine PT ClimatePlus mit Wärmepumpe PT, die Umgebungsluft zum Wassererwärmen nutzt und kühle, trockene Luft an den Raum zurückgibt.

DIALOG IST ANGESAGT

Im „SüFFAdorf“ (Halle 6) erwarten die Besucher auf dem „Marktplatz der Ideen“ handwerkliche Produkte aus Kollegenhand für die Sortimentsergänzung sowie Feinkostartikel wie Senf, Essig oder Weine. Auch das aktive Diskussionsforum auf der Bühne für Trends und Neues in Halle 8 hält aktuelle Themen bereit. Ein wichtiger Anlaufpunkt ist das RATHaus. Hier berät der Landesinnungsverband für das

Fleischerhandwerk in Baden-Württemberg die Besucher zu Fragen rund ums Fleischerhandwerk. Als „Bürgermeister“ des „Dorfes“ unterstützt Peter Salchow die Besucher bei einer Tour und weist auf interessante Vorträge oder Neuheiten hin. Wer den Austausch mit Kollegen sucht, sich stärken oder erholen möchte, kann das beim Stammtisch im Biergarten tun. Bei den Qualitäts- und Nachwuchs-Wettbewerben messen sich Fleischerhandwerker und zeigen ihre Leistungsfähigkeit. Dabei ringen die Teilnehmer in verschiedenen Kategorien um den „Preis der Besten“. Die Wettbewerbe finden im Vorfeld der Messe am Sa., 26. September in der „Alten Kelter“ in Fellbach sowie von So., 18. bis Di., 20. Oktober, auf der Messe statt. Die Ergebnisse aller Wettbewerbe werden am Stand des Landesinnungsverbandes für das Fleischerhandwerk in Baden-Württemberg auf der „Straße der Gewinner“ präsentiert. Die Siegerehrung findet am So., 20. Oktober 2015 auf der Bühne in Halle 8 statt.

LMIV, BRISKET & TO-GO

Nach dem Erfolg des neuen Messekonzeptes 2014, das durch den ausgewählten Mix von Ausstellern aus Produktion und Verkauf gekennzeichnet war, präsentieren diese auch 2015 zahlreiche Trends, Neuheiten und Inno-

SÜFFA 2015 im Profil

Wann? 18. bis 20. Oktober 2015

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

Öffnungszeiten: täglich von 10 bis 18 Uhr

Preise: Tageskarte: 27 € (inkl. VVS), Tageskarte ermäßigt: 15 € (inkl. VVS), Berufsschulklassen: 10 € (in Begleitung eines Lehrers, ohne VVS/Person)



zeigt neben wärmeisolierenden Transportlösungen und Siegelmaschinen Menüschalen mit verschiedenen Einteilungen, so wie Suppen- und Salatschalen, auch mit Dressingfach. Die PP-Schalen werden mit transparenter Folie versiegelt.

LADEN ALS ERLEBNISWELT

Heute sind Ladenkonzepte gefragt, die Raum für Emotionen und Kaufanreize bieten, um sich als „Genusshandwerker“ vom Handel abzuheben. Hersteller wie Kramer, Schrutka-Peukert, Aichinger, Hanke oder das Architekturbüro Simus präsentieren die gesamte Palette der Möglichkeiten: von der kleinen Lösung über einen Umbau bis zum Neubau. Imbiss- und Sitzbereiche genießen einen hohen Stellenwert. „Diese Bereiche werden immer detailreicher ausgestaltet. Der Kunde soll sich so wohlfühlen wie im eigenen Wohnzimmer“, sagt Innenarchitektin Ulrike Komrowski von Kramer Ladenbau. Immer mehr Betriebe bieten ein Speiseangebot, das weit über den Mittagstisch hinausgeht. Dazu zählen Kaffeespezialitäten und ein Snackgeschäft, ausgerichtet an den Bedürfnissen der Kunden, die ganztägig Appetit haben und eine große Auswahl schätzen. „Selbst Gemüse, Kartoffelgerichte und Aufläufe müssen heute in der Metzgertheke präsent sein“, betont Anja Wehrfritz von Schrutka-Peukert. Die eigentliche Baumaßnahme sei – je nach Aufwand – in ein bis zwei Wochen, bei Neubauten in drei bis vier Wochen abgeschlossen, so die Erfahrungswerte bei Schrutka-Peukert. Nach einem Umbau entdeckten viele Kunden das Sortiment ihres Metzgers völlig neu. www.sueffa.de

Auch Ihr Fachmagazin „Fleischer-Handwerk“ ist auf der SÜFFA präsent: Halle 6, Stand C11.

vationen. Dazu zählen z. B. Hard- und Software-Lösungen, die Betrieben die Kennzeichnung ihrer Produkte gemäß LMIV erleichtern. Aktuelle Waagen und Etikettierer sind in der Lage, alle relevanten Deklarationen auf das Produkt zu bringen. Entsprechende Software generiert automatisch die benötigten Daten und vernetzt alle Bereiche des Betriebs von der Produktion bis zum Verkauf. Ein PC in der Produktion ist so unnötig. Auch bei der Hardware gibt es Lösungen, die Nährwertkennzeichnungen vereinfachen, etwa zentral programmierbare Waagen, so dass Preis- oder Rezepturänderungen nicht an jedem Gerät einzeln erfolgen müssen. Auch mit einem einfachen Online-Shop lassen sich neue Kunden gewinnen und Dauerwaren bundes- oder weltweit verkaufen.

„Der Anspruch an das Fachgeschäft steigt. Die Menschen kaufen bewusster ein: weniger, aber dann hochwertiges Fleisch“, weiß Werner Vogelmann, Vertriebsleiter bei der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall (BESH), der mit seinem Team ganzjährig lieferbare Grillartikel sowie Sonderzuschnitte wie Tomahawk-Koteletts, St.-Louis-Rib und Secreto vorstellt. „Neue Technologien ermöglichen es Metzgern, Fleischteile wie Rinderbrust, die zur Grillsaison schwer verkaufsfähig waren, zu einem Grillprodukt zu veredeln“, sagt Carsten Brinck von Van Hees. Dank einer Kombination von Sous Vide- und BBQ-Verfahren lassen sich US-Spezialitäten wie Brisket oder Pulled Pork herstellen. Wer Grillprodukte samt Beilagen verzehrfertig für den Außer-Haus-Verkauf zusammenstellen möchte, benötigt Verpackungskonzepte. Miveg

Fotos: Messe Stuttgart, Theimer



Enjoy Cooking!

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

www.kombidaempfer-flexicombi.de



FlexiCombi
live erleben!

SÜFFA Stuttgart
18.10. - 20.10.2015
Halle 8 Stand A34





Flexibler Mischwolf

Mit dem neu entwickelten Mischwinkelwolf MWW E 130 mm präsentiert K+G Wetter eine Produktinnovation auf Messe. Laut Hersteller wird er mit einer komplett neuen und weltweit einzigartigen Lösung ausgestattet sein, die den Reinigungsprozess und den Ausbau der Mischwelle deutlich erleichtert. So wird es möglich sein, den Wolf in Sekundenschnelle zum reinen Winkelwolf ohne Mischeinrichtung umzubauen oder ihn in

umgekehrter Folge mit der Mischeinrichtung zu erweitern. Auf dem Messestand zeigt das Unternehmen zudem viele andere Kutter, Hochleistungs- und Mischwölfe. „Die SUFFA bietet für uns eine perfekte Plattform, unsere Produkte live vor Ort zu zeigen“, so Geschäftsführer Andreas Wetter. **Halle 8, Stand A50**

Räuchertechnologien für Profis

Um unterschiedliche Ausstattungsoptionen und Funktionsweisen direkt miteinander zu vergleichen, zeigt Bastra an einem für die Messe entwickelten Exponat vier verschiedene Räuchertechnologien mit den Steuerungen GPTec 500 und GPTec 800. Begutachtet werden können ein Bastra-Smart500, der Fleisch- und Wurstwaren erzeugt und veredelt – auch integriert in einen Laden, sowie eine Bastramat Universal Koch- und Räucheranlage. Gezeigt werden zudem verschiedene Sägemehl- und Hackspan-Raucherzeuger, z. B. der raumsparende 340H. Er verfügt über ein Gebläse für Verbrennungs- und Verdünnungsluft, ein direkt angetriebenes Rührwerk mit außenliegendem Getriebemotor, Löscheinrichtung, Brandschutzfühler sowie einen Vorratsbehälter für 50 l bzw. etwa 15 kg Hackspäne (Korngröße 4-12 mm). Mit einer Anlagensteuerung ist er in eine 340 mm breite Anbausäule integrierbar. **Halle 8, Stand D70**



Kühlen im Transporter

Der Ulmer Transportkälte-Dienstleister tkv und der Kühlausbau-Hersteller Coolingvans präsentieren das erste integrierte Thermo King-Kühlaggregat für Transporter. Die Basis dafür ist das Thermo King-Kühlmaschinenmodell V200. Mit der integrierten Kühlanlage V200i können

Fahrzeuge unter 2 m Gesamthöhe, z. B. Mercedes Vito oder VW Transporter T6, ohne Dachaufbau ausgestattet werden. Der Kühlausbau besteht aus präzise gefertigten GFK-Formteilen und bietet eine Isolierung mit einem k-Wert von unter 0,4. Serienmäßig sind zudem Doppeltürdichtungen. Die Kühlmaschine ist auch als Dachanlage sowie mit Netzbetrieb erhältlich. **Halle 8, Stand C76**



Mit runden Kanten

Die Linie DMFB92 Can zum Portionieren und Formen von Fleischprodukten mit abgerundeten Kanten präsentiert Frey Maschinenbau. Im Niederdruckverfahren entstehen Produkte von lockerer Konsistenz, die wie handgemacht wirken. Portionsvolumen, Formdurchmesser und Dicke sind flexibel wählbar. Der Produktdurchmesser reicht von etwa 30 bis 200 mm. Die Produkthöhe variiert zwischen 5 und 55 mm. Das pneumatische Doppelmesser PM90 hat einem maximalen Durchlass von 90 mm. Die Portionierleistung liegt bei max. 150 Port./Min. Die Produkte werden auf dem Transportband (Breite: 300 mm) abgelegt und danach durch das Formband FB30 auf die Endhöhe geformt und geglättet. Neu ist zudem das Frey Kontrollwaagen-System WK6, das Mitarbeiter in vorgegebenen Intervallen zum Kontrollwiegen auffordert. **Halle 6, Stand E30**



Netzwerken und genießen

Am Messestand mit Showküche stellt Frutarom Savory Solutions/ Gewürzmüller kreative Snack-Konzepte vor und präsentiert eine hitzestabile Sauce, die beim Erhitzen viskos bleibt. So lassen sich schnell warme Imbisse herstellen, ohne dass die Sauce heraustropft. Kostproben davon stehen bereit. „Wie 2014 setzen wir mit unserem Messeauftritt darauf, eine Netzwerkplattform zu schaffen. Kommunikation fördert den Austausch von Erfahrungen und Informationen, lässt neue Ideen entstehen und sorgt so dafür, dass die Branche in Bewegung bleibt. Wir freuen uns auf viele konstruktive

Gespräche und Diskussionen“, sagt Commercial Vice President Nick Russell. Am „Tag der Metzgerfrauen“ am 19. Oktober 2015 gibt es auch eine Make-up-Beratung inkl. Handpflege von Corinna Vogel (Fa. Déesse). **Halle 6, Stand E61**



Klassiker für Gourmets

Im Rahmen des Relaunch seines französisch angehauchten Gourmet-Sortiments hat die Privat-Fleischerei Reinert auch den Klassiker „Chambelle“ mit einem neuen Look versehen. Ausgewähltes Fleisch, original französischer Camembert und ein feiner Edelschimmelmantel kennzeichnen die Gourmet-Salami und den Gourmet-Lachsschinken. Durch den besonderen Look sind diese Produkte nun noch besser als Premium-Marke zu erkennen. Unterstützt wird die Einführung durch TV- und Kinokampagnen, Online-Aktionen, Plakate und Verkostungsaktionen am PoS. Zusätzlich gibt es Material zur Verkaufsförderung für die Mitarbeiter im Verkauf.

Halle 6, Stand C62





*** K 20**
 * Die **beste** Messerschleifmaschine
 * In Sekunden ein Scharfes Messer



Telefon: +49(0)9193 - 50 18 696
 +49(0)9193 - 50 18 698
 web: www.gs-de.eu
 mail: info@gs-de.eu

VIDEOSTARS & FRAUENPOWER

Manuela Hahn, Projektleiterin Süffa bei der Messe Stuttgart



Inwiefern äußert sich Ihr Engagement für den Branchennachwuchs? Welche Ideen, Konzepte und Lösungen können junge Besucher auf der SÜFFA 2015 entdecken?

Seit 21 Veranstaltungen sind die Berufsschulwettbewerbe fester Bestandteil der Süffa. Rund 80 Teams präsentieren ihre Fertigkeiten und zeigen ihre außergewöhnlichsten Kreationen. Mit dem Wettbewerb „Süffa sucht den Videostar – Fleischerklassen zeigen ihr Können“ bieten wir Teams von bis zu vier Personen die Möglichkeit, ihren Beruf in einem selbst gedrehten Film zu präsentieren. Am Süffa-Dienstag findet auf der Bühne für Trends und Neues (Halle 8) ein Workshop statt, bei dem sich die Schüler und der Nachwuchs weiterbilden können. Dort wird unter anderem Sven Tholius für Aktion sorgen.

Welche Themen und Inhalte werden in diesem Jahr im Diskussionsforum in Halle 8 behandelt?

An allen drei Tagen finden Fachvorträge und Workshops zu aktuellen Themen statt. Unsere Besucher erwartet ein spannendes Programm, wobei Themen wie Azubigewinnung, Kostensenkung im Betrieb und Personalsuche im Vordergrund stehen.

Wie war die Resonanz auf den 1. „Tag der Metzgerfrauen“, was erwartet die weiblichen Messebesucher bei der zweiten Auflage 2015?

Wir haben den Tag der Metzgerfrauen sehr po-

sitiv erlebt. Es war schön zu sehen, wie Inhaberrinnen, Fachverkäuferinnen und Meisterinnen unserer Einladung gefolgt sind und den Tag für ihre Fortbildung genutzt haben. Bei der diesjährigen Ausgabe erwarten die Besucherinnen am 19. Oktober Sensorik-Seminare, Workshops zu den Themen Führungsrolle, Verkaufstraining, mehr Umsatz durch die Firmen-Homepage, Kundengewinnung mit Weiterempfehlung sowie ein Plattenlegekurs. In Zusammenarbeit mit dem Verband der Serviermeister bieten wir einen Kurs für Serviettenfalten, Servieren und das Eindecken eines Tisches im Partyservice an. Auch die Aussteller zeigen den Metzgerfrauen interessante Lösungen für unterschiedliche Bereiche.

Welche Vorteile haben Fleischereien, die sich auf dem „Marktplatz der Ideen“ präsentieren?

Metzgereien, die sich dort präsentieren, beliefern Branchenkollegen, die nicht mehr oder nur noch teilweise produzieren, aber auf handwerkliche Qualität Wert legen. Hier können sie ihre Produkte vorstellen und ihre Lieferaktivitäten ausbauen. Von Handwerker zu Handwerker bietet sich die Möglichkeit des regen Austauschs über Sortimentsergänzungen und -erweiterungen. Branchenprofis können hier direkt alle Produkte probieren und sich über Verpackung und Etikettierung für die Zukaufartikel austauschen. *mth*

Vielen Dank für das Gespräch!

Theken nach Maß

Mit den Kühltheken Primo 5E (Einstiegsmodell) und Primo 5S (Premiummodell) führt Kramer Ladenbau zwei Modelle mit Zusatznutzen. Ob Umluft- oder stille Kühlung: Eine verzögerungsfreie Steuerung der Kälteleistung schont die Ware mit konstant idealem Klima und hält sie frisch. Eine erhöhte Warenauslage erleichtert das Bedienen, verbessert die Sicht des Kunden auf die Waren und fördert so den Verkauf. Die Theken gibt es klassisch und kubisch. Eine verbesserte Kälteisolation, Energiesparmotoren oder LEDs sparen Ressourcen. Primo 5E verfügt über eine einfache Rückwand und ist in den Längen 1,25 m, 2,50 m und 3,75 m sowie mit 45°-Winkelung erhältlich. Die Korpusse sind mit den Glasauflagenvarianten Hebe-, Kipp- oder Panorama-Hebescheibe kombinierbar. **Halle 8, Stand C12**



Fotos: Messe Stuttgart, Kramer Ladenbau

winterhalter®

PT ClimatePlus

Wir bringen frischen Wind in Ihre Küche

53 %

ENERGIE-EINSPARUNG



75 %

WENIGER WÄRMEBELASTUNG FÜR DEN RAUM



Weitere Infos zur ersten Durchschubspülmaschine mit Wärmepumpe: www.winterhalter.de/climateplus

Für individuelle Spezialitäten

Vakuümfüller mit Darmhaltevorrichtungen, automatische Würstchenlinien, eine kleine Convenience-Linie sowie den „sausage-linker“ zeigt Vemag Maschinenbau auf dem Messestand. Die Portionier- und Abdreheinheit FSL211 eignet sich zum längengenauen Portionieren und Abdrehen von Würstchen im Natur-, Kollagen- und Schälldarm und ist an jeden modernen Vemag-Vakuümfüller anschließbar. Damit entstehen z. B. Bratwürste, Chorizo oder Merguez. Gefüllt, ungefüllt, rund oder zylinderförmig – die Conviencelinie BC237 realisiert unverwechselbare Spezialitäten wie geformte Fleischbällchen oder Hacksteaks – ab einem Gewicht von 1 g. Unter www.sausage-linker.com können Fleischereien online ein „Rundum-Glücklich-Paket“ für die Würstchenproduktion konfigurieren und bestellen: Vakuüm-Füllmaschine mit Förderkurventechnologie, Darmhaltevorrichtung mit Abdrehrrohr sowie Füllrohr. Eine umfangreiche, bebilderte Anleitung sowie Videos auf der Homepage erleichtern die Selbstmontage. **Halle 8, Stand C40**



Flexibler Raucherzeuger

Fessmann präsentiert den flexiblen Raucherzeuger Ratio Hybrid RH325. Er bietet unterschiedliche Raucharten und ist als klassischer Glimmrauch oder Dampfrauch einsetzbar. Rauchfarbe, -geschmack und die Zartheit des Darms können je nach Produktanforderung eingestellt werden. Auch eine Kombination beider Rauchverfahren in einem Programm ist möglich. Der Raucherzeuger bietet aufgrund der Ratio-Technologie Leicht-, Mittel- und Intensivrauch. Die Bedienung erfolgt über die Anlagensteuerung Food.Con. Für die einzelnen Raucharten sind Basisprogramme installiert, sodass Lüfterdrehzahl und Klappenstellung entsprechend der jeweiligen

Anforderungen automatisch eingestellt werden. Dies spart Zeit bei der Erstellung von Produktprogrammen und gewährleistet reproduzierbare Ergebnisse und gleichbleibende Qualität. Diese Technologie führt zu kurzen Rauchzeiten und flexiblen Anwendungsmöglichkeiten. **Halle 8, Stand D20**



Garen mit Zusatznutzen

MKN stellt die Kombidämpfer-Modelle FlexiCombi und SpaceCombi vor. Der FlexiCombi ist durch das Touch & Slide-Bedienkonzept MagicPilot zu bedienen wie ein Smartphone. Mit der Software lassen sich in die Garprogramme als Infoschritte einfügen oder die am häufigsten genutzten Programme als Favoriten auf dem Startdisplay ablegen. Durch den Quereinschub als QuerCombi hat der Anwender selbst schwere Bleche und GN-Behälter fest im Griff und den Garinnenraum gut im Blick. Beim Feature FlexiRack Kapazitätskonzept wird der Garraum optimal ausgenutzt und so die Garkapazität erhöht. Auf das FlexiRack Spezial-Bratblech passen zwölf Schnitzel. Ein praktischer Helfer an der Heißen Theke ist der 55 cm breite SpaceCombi, den es in den Varianten Compact und Junior gibt. **Halle 8, Stand A34**

„Mastern“ statt klopfen

Mehr als 3.500 Kunden nutzen laut Schnitzelmaster die Modellvarianten „Profi“ und „Maxi“, um knochenloses Fleisch, z. B. Schnitzel, zu „Mastern®“. Die Geräte ersetzen das Fleischklopfen und machen das Fleisch mürbe. Dabei wird die Fleischfaser nicht gepresst oder gequetscht, sondern gedehnt. Die Arbeitszeiteinsparung gegenüber einem Fleischklopfen liegt bei 50 %, die Garzeit reduziert sich um 30 %. Unter dem Gerät gibt es eine Hygienewanne. Die Fleischdicke ist individuell einstellbar, das Fleisch verliert keinen Saft und somit Gewicht, was den Umsatz steigert. „Gemastertes“ Fleisch ist mindestens acht Tage vakuumiert haltbar. Für große Betriebe gibt es die Variante „Turbo“. **Halle 8, Stand D75**



Convenience als Chance

Lösungen, die in Form von Zusatzgeräten Potenziale für Produkte im Bereich Catering, Mittagstisch und Verkaufstheke erschließen können, präsentiert Handmann. Die wichtigsten Funktionen der Produktionssysteme sind grammgenaues Füllen, Portionieren, Formen, Schneiden und Dosieren. Ca. 300 Bällchen, Klößchen oder Knödel pro Minute (Durchmesser 20-60 mm) entstehen mit dem Klößchenformgerät 79-0 mit Doppeldiaphragma. Auch der Rundformer RF 440

folgt dem Trend zu mehr Convenience-Produkten (Produktionsleistung 150 Portionen/Minute). Die modulare Systemtechnologie sorgt für Angebotsvielfalt. Der Dosierkopf 85-2 ermöglicht ein grammgenaues Dosieren pastöser bis dünnflüssiger Massen mit Einlagen, z. B. Feinkostsalate oder Aufstriche. Ein spezielles Dosierventil sorgt für ein flexibles und manuelles Dosieren homogener Massen ab 20 g. Unterschiedliche Produktoberflächen durch austauschbare Tüllen sowie ein Dosieren in verschiedene Behälterformate und in Tiefziehmaschinen steigern die Produktvielfalt. **Halle 8, Stand C20**



Flexibler Spezialist

Seit über 65 Jahren ist die Paul Kolbe GmbH (Kolbe foodtec) ein zuverlässiger Partner, wenn es um Fleischwölfe, Bandsägen und Portionier-Linien für Anwendungen in Handwerk, Industrie und Einzelhandel geht. Auf der Messe vorgestellt werden z. B. Sägen, die sich für die Verarbeitung von Dry Aged Beef eignen. Durch hochwertige Sägebandführungen entstehen damit keine schwarzen Streifen am Knochen und der Schnitt ist durch die hohe Bandspannung sauber und gerade. Die optimale Bandgeschwindigkeit ermöglicht wenig Druck beim Sägen. Ebenso wird der leistungsstarke Mischwolf MW 130-120 gezeigt, der über einen stufenlos regelbaren Antrieb für Mischarm und Arbeitsschnecke verfügt. **Halle 8, Stand C11**





Raumklima verbessern

Die Durchschubspülmaschine PT ClimatePlus von Winterhalter enthält eine Wärmepumpe, welche die thermische Energie aus der Maschine und der Raumluft nutzt, um das Tank- und Nachspülwasser zu erwärmen. Dafür erhielt das Unternehmen den Süffa Innovationspreis 2015 in der Kategorie „Produkte und Verfahren“. Beim Spülen werden die Temperatur und der Feuchtigkeitsgehalt der Abluft deutlich gesenkt. Messungen des TÜV Süd

ergaben, dass beim Spülen die an den Raum abgegebene Wärmeleistung im Vergleich zur Standardmaschine um 75 % und zur Variante EnergyPlus um 58 % reduziert wird. Bei ausreichender Be- und Entlüftung ist eine Ablufthaube für die Maschine unnötig, was zusätzlich Kosten spart. Ein weiterer Messschwerpunkt liegt auf den Gerätespülmaschinen der GS 600-Serie, die z. B. EN-Transportkörbe, Auslaibleche und Schüsseln reinigen. **Halle 6, Stand B11**

Effizient verpacken

Verschiedene Lösungen zum Verpacken in Trays und Vakuumbbeutel stellt Multivac vor.

Der kompakte, mobile, halbautomatische Traysealer T 20 etwa verarbeitet ein breites Spektrum an Trays und unterstützt einen schnellen Formatwechsel mit austauschbaren Werkzeugen. Alle Parameter sind speicherbar, so dass der Verpackungsprozess reproduzierbar und verlässlich ist. Unterschiedliche



Kammergrößen, Siegelssysteme und Siegelschienen-Anordnungen gibt es für die Kammerbandmaschine B 210, die automatisiert in Beutel verpackt.

Für mittlere Chargen eignet sich die Doppelkammermaschine C 450 mit zwei Kammern und vier Siegelschienen. Während eine Kammer evakuiert wird, kann die andere parallel beladen werden. Auch die robusten Tisch- und Standmaschinen C 200 und C 300 arbeiten präzise und effizient und sind für zahlreiche Produkte, Beutel und Beutelgrößen einsetzbar. **Halle 6, Stand E42**

Dosen vollautomatisch verschließen

Die Dosenverschleißmaschine STA 1500 von Stiller arbeitet nach dem Prinzip der rotierenden Dose und verschließt runde Blech-, Alu- oder Kombidosen. Die fahrbare Maschine verfügt über ein Transportband und eine vollautomatische Dosen- und Deckelzuführung und kommt auf eine Stundenleistung von bis zu 1.500 Dosen (Durchmesser: 52 bis 99 mm, Höhe: 35 bis 200 mm). Durch spezielle Formateile können, ohne die Höhe anzupassen, 200-g- bis 400-g-Dosen (Durchmesser: 99 mm) oder 125-g- bis 200-g-Dosen (Durch-

messer: 73 mm) verschlossen werden. Per Transportband gelangen die Dosen in die Maschine, wo sie ein Taktstern übernimmt und der Verschleißstation zuführt. Zugleich wird ein Deckel aus dem Magazin abgestapelt und unter der Verschleißstation positioniert. Dort wird die Dose angehoben, der Deckel übernommen und beide zusammen gegen den Verschleißkopf gepresst. Dann wird sie mit den auf dem Hebel-system montierten Verschleißrollen luftdicht verschlossen. Der Taktstern übergibt sie schließlich dem Auslaufband. **Halle 8, Stand C90**

Die Dosenverschleißmaschine STA 1500 von Stiller arbeitet nach dem Prinzip der rotierenden Dose und verschließt runde Blech-, Alu- oder Kombidosen. Die fahrbare Maschine verfügt über ein Transportband und eine vollautomatische Dosen- und Deckelzuführung und kommt auf eine Stundenleistung von bis zu 1.500 Dosen (Durchmesser: 52 bis 99 mm, Höhe: 35 bis 200 mm). Durch spezielle Formateile können, ohne die Höhe anzupassen, 200-g- bis 400-g-Dosen (Durchmesser: 99 mm) oder 125-g- bis 200-g-Dosen (Durch-

Fotos: Winterhalter, Multivac, Multivac, Stiller



KÜHLAUSBAU IN ALLEN VARIANTEN.

www.coolingvans.de



Coolingvans GmbH & Co. KG
Max-Planck-Straße 26,
DE-70806 Kornwestheim
Telefon 07154 808 580

coolingvans
IHR KÜHLFAHRZEUG.



Wir machen Ihren Laden zum

**tages
gespräch**



Besuchen Sie uns
SÜFFA Stuttgart, 18. - 20. Oktober
Halle 8 - Stand D34

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



Ergonomie auf den Punkt gebracht

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



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



Besuchen Sie uns auf der: SÜFFA Halle 6 • Stand 6E30
und EVENORD Halle 3 • Stand 3-329

Mehr Umsatz mit Pulled Pork

Nur eine Welle aus den USA oder wirklich ein Trend aus der amerikanischen Küche jetzt auch in Deutschland? Enthusiasten sprechen jedenfalls von der Königsdisziplin des American Barbecue. Die Rede ist von Pulled Pork.



Nach klassischer Methode wird **Pulled Pork** lange und bei niedriger Temperatur schonend gegart („low and slow“). Zuvor wird das Fleisch – in der Regel Schweineschulter – mit einer Würzmischung („Rub“) kräftig einmassiert. Während der 14 bis 20stündigen Garzeit kann es zu sogenannten Plateauphasen kommen, in denen die Kerntemperatur über einen längeren Zeitraum nicht mehr ansteigt. Ist diese dann erreicht und auch noch eine 30minütige Ruhephase überstanden, ist das Fleisch extrem zart und kann einfach mit zwei Gabeln zerrupft werden (pulled pork = zerrupftes Schwein).

HAGESÜD bietet mit „**PULLED PORK No. 1**“ eine einzigartige, intensive Würzmischung an. **PULLED PORK No. 1** ist ein Komplettprodukt mit allen würzenden Zutaten inklusive des typischen Raucharomas für ein überzeugendes Geschmackserlebnis. Die Zugabemenge beträgt 14 g je kg.

Der Metzger kann sein Pulled Pork z. B. in der Heißen Theke als Burger anbieten oder als Tellergericht, garniert mit typisch amerikanischem Krautsalat („cole slaw“) oder Tomaten, Zwiebeln, grünem Salat, Kartoffeln oder Reis. Er kann auch den nächsten Outdoor-Event nutzen, um stilecht mit einem Smoker selbst aktiv zu werden.

HAGESÜD empfiehlt die Abgabe des vorgegarten Fleisches an den Kunden im Beutel. Dann braucht der Kunde sein Pulled Pork zu Hause nur noch kurz im Ofen oder auf dem Grill erwärmen und fertig ist der Hochgenuss.

Mit diesem Produkt **PULLED PORK No. 1** liegt **HAGESÜD** voll im Trend und bietet ihren Kunden die Möglichkeit, sich zu profilieren.



Member of **AIOL** Group

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



HAGESÜD INTERSPACE Gewürzwerke GmbH & Co. KG

Abt. Marketing, Saarstraße 39, 71282 Hemmingen, Tel.: (0 71 50) 94 26 80, Fax: (0 71 50) 94 28 80



Serviceorientierter Partner

nen in größerem Stil gibt es den Etikettierer GLM-E. Der Vollautomat etikettiert Produkte, die manuell zugeführt werden oder lässt sich in Auszeichnungslinien integrieren. Alle nötigen Informationen steuert

Im Rahmen seines Messeauftritts zeigt Bizerba zahlreiche praxisnahe Lösungen, mit denen Fleischereien aktuelle Herausforderungen meistern können. Unterschiedliche Szenarien aus dem Fleischereialltag verdeutlichen, wie sich wenig Arbeitsfläche platzsparend nutzen lässt und ein effizientes Etikettieren gemäß den LMIV-Vorgaben möglich ist. Das wiegende Thekenbrett ScalePad z. B. ist in die Thekenoberfläche eingelassen und dient zeitgleich als Arbeitsfläche für hygienisches Schneiden. Kassenschubladen, Displays, CPU und Drucker des modularen Kassen- und Wägesystems K-Flex lassen sich ergänzen und dort positionieren, wo Platz ist: auf, neben oder unter der Theke. Die Verkaufsmitarbeiter greifen ohne Hindernisse in die Thekenauslage. Vorverpackte Waren lassen sich mit der Kombination der Hygienewaage iL Professional 50 und dem Etikettierer GLP-Imaxx auszeichnen. Für das Auszeich-

die Software „CWS“ zentral. Artikel, Produktinformationen, Allergene und Nährwerte werden mithilfe des Warenwirtschaftssystems „CWS“ eingepflegt und auf die jeweiligen Kassen- und Wägesysteme übertragen. Thekenetiketten und Preisschilder produziert ein an die Software angebundener Etikettendrucker. Ferner zeigt das Unternehmen die Leistungen der Warenwirtschaftssysteme. Von einem zentralen Punkt aus gleichen sie z. B. Daten mehrerer Geschäfte ab. Das Auszeichnungsgerät XC 300 unterstützt die Umsetzung der LMIV im Waagenverbund. Neu ist die Informationsoberfläche für Tablets, die automatisch aus dem Warenwirtschaftssystem „CWS“ mit Informationen versorgt wird. Durch die Software können Filialisten gewohnte Bestell- und Inventurvorgänge per Tablet flexibler gestalten. Für die Fleischbearbeitung eignen sich der vollautomatische Vertikalschneider VS12 D-R mit Rundtellerablage, die vollautomatische Schneidemaschine A550 sowie der Streifenschneider oder Fleischmürber S121. **Halle 6, Stand E10**



Waren hochwertig präsentieren

Schrotka-Peukert zeigt eine geschwungene Variante der neuen Kubus-Thekengeneration, deren Differential Plus-Kühlsystem weiter verbessert wurde. Eine größere Stapelhöhe der ausgelegten Ware im Kühlbett schafft neue Möglichkeiten der Warenpräsentation, eine höhere Feuchte verhindert ein Aus-

trocknen der Ware. Um sich abzugrenzen, ist es heute wichtiger denn je die Wertigkeit der Waren noch besser darzustellen. Zudem stellt der Ladenbauer Schau- und Reifeschränke für Fleisch vor, für Dry Aged Beef z. B. auch begehbare Reiferäume mit augenfälligen Salzblockwänden und entsprechenden Kühlungen. Bei den Schränken sorgen große Ganzglastüren für ungehinderte Einblicke. Die Rückwand kann optisch gestaltet und hinterleuchtet werden und erhöht so die Aufmerksamkeit der Kunden. Für alle, die keinen Platz für eine Reifekammer oder -schrank haben, können auch Salzblöcke in die Kubus-Theke integriert werden. **Halle 8, Stand D34**

Fotos: Bizerba, Schrotka-Peukert

+++ S Ü F F A • Messe Stuttgart • 18.10. - 20.10.2015 • Halle 8 Stand 8D75 +++

Mastern® mit dem Schnitzelmaster

sensitive meat processing

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

Schnitzelmaster GmbH
Fraundorf 9
D-84335 Mitterskirchen

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

KERRES

anlagensysteme

Die Handwerkermaschine:
Größte Leistung auf kleinstem Platz! ✓

Ihr kompetenter Partner für Räucher-, Koch-, Klima- und Reifetechnik, für Intensivkühlsysteme sowie für Rauch- und Kutterwagen-Waschanlagen, Durchlaufwaschsysteme.

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

Besuchen Sie uns auf der SÜFFA in Halle 6 Stand 6E30.2

PERFEKTION IN SERIE

Lernen Sie unser innovatives Füllerprogramm kennen!

SÜFFA 2015, Halle 8, Stand B 36
Evenord 2015, Halle 3, Stand 531

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

SNACKS FÜR ALLE SINNE

Gesnackt wird hierzulande zu jeder Tageszeit. Für Metzgereien ist das Snackgeschäft, abwechslungsreich und kreativ umgesetzt, lukrativer denn je.

Ob in der Metzgerei, am Imbiss oder beim Bäcker – die Verbraucher erwarten eine schnelle, ausgewogene, vielfältige und verzehrfertige Versorgung mit kalten und warmen Gerichten. Ein gut funktionierendes Snackgeschäft hängt stark vom passenden Standort ab. Was in einem Innenstadtladen ein Hit ist, kann in einer Filiale in einem Wohnviertel eine Niete sein. Die Sortimentstiefe hängt von der Größe, Lage und Kundschaft des Geschäfts ab. Empfehlenswert sind rund zehn verschiedene Snack-Produkte. Wird nach dem Baukastenprinzip bestrichen und belegt, steigt der Wareneinsatz nicht zu stark an. Verschiedene Brote oder Brötchen werden dabei mit dem gleichen Topping oder Aufstrich veredelt.

LAUGENSPIESSE

Zutaten: Laugengebäck, Gouda-Käsewürfel, Weintrauben



Es müssen nicht immer nur einfache, belegte Brötchen in der Theke liegen. Um sich abzuheben, sind etwa verfeinerte Laugengebäcke, z. B. von Vandemoortele, eine Snack-Basis. Der Hersteller bietet u. a. Laugengebäcke wie Laugengstange, -brötchen oder -hörnchen an. Die Butter-Laughörnchen werden in Deutschland gebacken und von Hand gebogen. Im herzhaften Bereich sind die sichelförmigen Gebäcke ein Hingucker. Das vorgegärte Hörnchen (120 g) hat zusätzlich einen satten Butteranteil und eignet sich zum Belegen: ob mit Fleischsalat, Käse, Ricotta-Lauch-Creme oder Hähnchenbrust.

Mit einer kreativen Veredelung des Produkts kann ein Metzger seine Snacks hochwertig präsentieren und daher auch höherpreisiger verkaufen. Im pikanten Bereich helfen z. B. Blattsalate, Gemüse, Kartoffelstreifen, Aufstriche, Speckwürfel oder Kräuter dabei, einen Snack aufzuwerten. Als Aufstrich-Variationen kommen auch Dips mit Senf, Kürbis, Curry oder Spargel infrage. Pesto oder mediterrane Aufstriche wie Oliven- oder Thunfischcreme sind eine Alternative zu Margarine. Bei der Veredelung ist es wichtig, die Snacks nicht zu überladen. Am besten werden zwei bis drei farbenfrohe Zutaten verwendet.

Vorab-Überlegungen

- Welcher Snack zu welcher Tageszeit?
- Welche Snacks oder Gerichte wünschen die Kunden?
- Wie viele Snacks sollen am Tag über die Theke gehen?
- Was bieten die Mitbewerber an?
- Gibt es eine kleine Küchenzeile oder Belegstation oder muss diese erst eingerichtet werden?
- Was soll zugekauft werden und was wird selbst hergestellt?

BRUSCHETTA-BREZEL



Zutaten: Butter-Laugbrezel, 15 g Frischkäse, 10 g Rucola, ca. 100 g Bruschetta-Tomaten, 10 g Parmesan, geröstete Sonnenblumenkerne
Bruschetta-Tomaten: 1 kg Tomaten, 3 Zwiebeln, 2 Knoblauchzehen, Olivenöl, Salz, Pfeffer
Zubereitung: Tomaten und Zwiebeln würfeln und vermengen. Knoblauch klein schneiden, Olivenöl dazugeben und mit Pfeffer und Salz abschmecken. Gut durchziehen lassen.

KREATIV INSZENIEREN

Bei der Warenpräsentation gilt es einen guten Warendruck aufzubauen, die Kunden aber nicht zu überfordern. Anstelle normaler Bleche können Wellenbleche als Präsentationsform dienen, wodurch die Kunden vor der Theke gut erkennen können, wie kreativ die Snacks belegt sind. Geeignet sind auch lange Holzbrettchen. Während morgens Croissants oder belegte Brötchen Standard sein sollten, liegen mittags herzhaftere Varianten und abends z. B. Gemüseküchlein mit Speck, Quiche oder Flammkuchen, die verfeinert werden können, in der Theke. Auch vegetarische Snacks sollten nicht fehlen.

„LAUGENBURGER“



Zutaten: Butter-Laugenbrötchen, 20 g Senf/ Majo-Sauce, 15 g Lollo bianco, 25 g Gurke, 3 Nürnberger Würstchen, 5 g Röstzwiebeln

Bewerben Sie sich jetzt für den

FLEISCHER-HANDWERK

Award 2016

Mit dem **FLEISCHER-HANDWERK Award 2016** werden zum 4. Mal technische Innovationen in der Fleisch- und Wurstverarbeitung ausgezeichnet, die einen nachhaltigen Vorteil für den verarbeitenden Betrieb und die Qualität der produzierten Lebensmittel haben.

Die Auszeichnung wird an Unternehmen der Ausrüstungs- und Zulieferindustrie sowie Dienstleister verliehen. Eine Fachjury nimmt die Beurteilung der Vorschläge und Bewerbungen vor.

Ausschreibung:

Die Ausschreibung für den FLEISCHER-HANDWERK Award ist ab sofort eröffnet und endet am **5. März 2016**.

Bewerbung:

Bewerbungen und Vorschläge können ab sofort eingereicht werden. Die Kurzbewerbung in digitaler Form sollte enthalten:

- ◆ Motivation für die Bewerbung
- ◆ Firmenbeschreibung und fachlichen Hintergrund
- ◆ Schilderung des Projekts bzw. der Innovation auf max. 3 Seiten sowie die Herausstellung des besonderen Innovationsgehalts
- ◆ ggfs. Bilder

Preisverleihung:

Die Prämierung der preisgekrönten Projekte und Entwicklungen erfolgt auf der **IFFA 2016 in Frankfurt am Main** in einer fachöffentlichen Veranstaltung. Die Preisträger werden zudem mit einer Urkunde ausgezeichnet. Über die Siegerprojekte wird in FLEISCHER HANDWERK ausführlich berichtet.



Preiskategorien:

- ◆ Gütezusätze & Gewürze
- ◆ Ladenbau & Verkauf
- ◆ Verpackungstechnik
- ◆ Räucher- und Klimatechnik
- ◆ Verarbeitungsmaschinen
- ◆ Gar- und Küchentechnik
- ◆ Konzepte zur Verkaufsförderung



Award 2016

1. Platz

?

Kategorie:
Verarbeitungs-
maschinen

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung oder Ihren Vorschlag an die Redaktion:

Marco Theimer, Chefredakteur ◆ m.theimer@blmedien.de ◆ +49 (89) 370 60-150



Mehr Bilder aus dieser Metzgerei gibt es online:
www.fleischnet.de/lohberger

Dynamik im Quadrat

Jede Menge Potenzial hat sie – die Metzgerei Lohberger am Salzstadel in der Rosenheimer City, die Einheimische „Der Lohberger“ nennen. Mit dem in drei Monaten umgebauten und im Juni neu eröffneten Laden schufen Hubert und Angelika Lohberger eine zukunftsfähige Basis für ihre Zwillinge Lukas und Franziska (19).

Herzlichkeit und Transparenz sind hier oberstes Gebot. „Kommen's mit in unser neues ‚Schnuffel-Eck‘, da können wir in Ruhe plaudern“, begrüßt mich Metzgermeister Hubert Lohberger jun. Damit meint er eine rotgeklankerte, trapezförmige Sitznische für sechs Personen mit rundem Tisch, Sitzkissen, Designer-Lampe und Rehbockgeweih an der Stirnwand des Gastro-Bereiches. Rund 30 Sitzplätze bietet dieser aktuell – auch an Hoch-

sitzen und in einer weiteren rotgetünchten Nische für vier Personen, weitere Plätze sollen folgen. Ein barrierefreies WC gibt es auch. Zeitgemäß, offen gemütlich und wandelbar: So zeigt sie sich heute, die einstige Pferdemetzgerei von Hubert Lohbergers Großmutter Anna aus den 30er-Jahren und die von Vater Hubert sen. 1961 gegründete, über Jahrzehnte aufgebaute Metzgerei. „Unser Name ist in der Stadt ein Begriff für Tradition und Qualität“, sagt Lukas Lohberger, seit kurzem Fleischer-geselle und vom Vater – Obermeister der Innung Rosenheim seit 2011 – freigesprochen. 1970 übernahm sein Großvater zudem einen Würststand am Grünen Markt wenige Gehminuten entfernt, der für seine Weißwürste und Wiener bekannt und ein wichtiges Standbein des Betriebs ist. „Doch der Verkauf von Fleisch und Wurst genügt heute nicht mehr, um eine Metzgerei erfolgreich zu betreiben. Der Metzger der Zukunft ist Gastronom. Er muss Trends setzen und ihnen nicht hinterherlaufen“, betont Hubert Lohberger, der den Betrieb 2013 komplett übernahm und mit seiner Familie

den Betrieb für die Zukunft verwirklicht hat. Alle vier standen geschlossen hinter dieser Entscheidung. Ehefrau Angelika führt den Laden, Tochter Franziska studiert bald Unternehmensführung in Kufstein und unterstützt ihren Vater beim Büromanagement. Neben dem Ladenverkauf werden auch Gastronomen und Hotels beliefert sowie Vereinsfeste und Caterings gestemmt. 22 Mitarbeiter, davon vier in der Produktion und drei Azubis, sind beschäftigt. Gecoacht wurden diese vor der Eröffnung vom Frutarom-Fachberater Matthias Meyer.

FIT FÜR DIE ZUKUNFT

Die Umbauplanungen starteten Anfang Dezember 2014, der eigentliche Umbau Mitte März 2015 und der neue Laden eröffnete am 18. Juni. Als Partner entschied sich Hubert Lohberger für das Planungsbüro Petzinger (Zorneding b. München). Es galt nicht nur die Verkaufsfläche zu verdreifachen und zukunftsfähige Theken-, Imbiss- und Gastro-Bereiche zu schaffen, sondern auch eine warme und kalte



Küche, Kühlhäuser sowie Spülküche im Rückbereich zu installieren. Etwa 1 Mio. € wurde investiert. „Der alte Laden war nur links unten im Haus. Die ganze untere Hausfläche wurde durchbrochen und komplett um- und ausgebaut“, erklärt Hubert Lohberger, der es liebt zu organisieren. Vier Wochen war ein mobiler Verkaufswagen vor dem Laden im Einsatz. Die letzten vier Wochen vor der Eröffnung war die Metzgerei geschlossen.

Viele Betriebe von Kollegen hat sich Hubert Lohberger bundesweit angesehen. Die Essenz daraus ist im neuen Laden zu sehen und zu erleben: Frühstücksangebote über das Übliche hinaus mit Kaffeespezialitäten von 7 bis 10.30 Uhr, täglich wechselnde Gerichte (je ein Vegetarisches) mit großer Auswahl an Beilagen und Salatbuffet, nachmittags Kaffee und Kuchen, keine „Edelstahlwüste“ und ab donnerstags Frischfisch. Vorher 1 m Heiße Theke und 40 m² Ladenfläche, sind es nun 5 m Imbiss und 120 m² Ladenfläche. Hubert Lohbergers Stolz ist der neue Schau-Reifeschrank hinter der klassischen Theke, der vom Rückbereich begehbar ist und auch die Nachbestückung sichert. Der Kunde sieht davon ca. 20 % „Auch unser Wurstangebot hat sich durch den Umbau stark erweitert. Die Rohwurstproduktion verdreifachte sich. Cacciatore, ‚Wuidererbeiber‘, Landschinken und Coppa haben darin die

Zeit zum Reifen, die sie benötigen.“ Zuvor gab es in der Metzgerei keine Nachreifung.

QUALITÄT UND TRANSPARENZ

Keine Metzgerei in Rosenheim schlachtet noch selbst. Die Lohbergers und ihr Team verarbeiten etwa 2,5 bis 3 t Tierhälften und -teile für Wurst und 2 t Fleisch pro Woche; vom regionalen Fürstatter Angusrind und dem Ameranger Frischlamm sowie dem steirischen Maishendl. „Vor ein paar Monaten haben wir auf das Schwäbisch-Hällische Schwein umgestellt. Das

kommt gut an“, sagt der Metzgermeister. Die Klientel ist gewachsen, viele aus der Mittelschicht, 75 % Stammkunden, „die sich Metzgerqualität leisten können und wollen“, wie er sagt. Denen möchte die Familie auch künftig einiges bieten, z. B. den Laden als Eventfläche – die wandelbaren Theken geben dies her – oder eine gläserne Produktion. „Unsere Kinder sollen in zehn Jahren einen Top-Betrieb führen, der ihnen Spaß macht“, sagt er. Die Basis dafür ist jedenfalls da. *mth*

www.metzgerei-lohberger.de

KONZEPT

METZGEREI LOHBERGER – ROSENHEIM

Familiengeführte Metzgerei seit 1961, zweite Generation. Dritte Generation steigt derzeit in den Betrieb ein. Belieferung von gewerblichen Kunden. Zukunftsfähiger Laden mit Gastro-Ambiente.

ERFOLGSFAKTOREN

- Fähigkeit zum Wandel und danach handeln
- Eigener hoher Qualitätsanspruch
- Keine Kompromisse in Sachen Frische eingehen
- Gutes Organisationstalent und delegieren können
- Finger am Puls der Zeit haben
- Liebe zum Detail/ Zusatznutzen bieten
- In der Öffentlichkeit präsent sein

PROFI-PARTNER

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Bandsäge:** Mado
- **Füller:** Vemag Maschinenbau
- **Gewürze:** Frutarom Savory Solutions
- **Kaffeemaschine:** Franke Coffee Systems
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kochkessel:** Fessmann
- **Gartechnik/ Kombidämpfer:** Hugentobler
- **Kutter:** Seydelmann
- **Planungsbüro & Ladenbau:** W. Petzinger
- **Räucher- und Reifetechnik:** Maurer-Atmos
- **Scherbeneismaschine:** Maja Maschinenbau
- **Spültechnik:** Hobart
- **Vakuumentchnik:** VC 999

Immer wieder überrascht Metzgermeister Anton Koob aus dem unterfränkischen Brendlorenzen seine Kunden mit neuen Ideen. Zudem ist er einer der Initiatoren des „Rhöner Wurstmarktes“ und zählt laut „Der Feinschmecker“ zu Deutschlands besten Metzgern.

Rhöner Original



Nur wenn alle das Ziel kennen, stimmt die Richtung“ – so lautet die Firmenphilosophie der Metzgerei Anton Koob nahe Bad Neustadt a. d. Saale im Landkreis Rhön-Grabfeld. Der mehrfach preisgekrönte Meisterbetrieb setzt auf „Qualität mit höchstem Niveau“ und wird von Anton und Tanja Koob geführt. Geschulte Mitarbeiter meistern die Produktion mit einem Metzgermeister, einem Gesellen und einem Auszubildenden, während drei Vollzeitmitarbeiter, vier Teilzeitkräfte und zwei Aushilfen den Verkauf bewerkstelligen – die Zweigstelle Herschfeld bei Bad Neustadt eingeschlossen.

BREIT AUFGESTELLT

Die Besonderheiten sind schnell erzählt: „Bonifatius“ heißt ein Spezialschinken, der mit Heilwasser von der Bonifatiusquelle in Neuhaus bei Bad Neustadt gepökelt wird. Eine Lieferung dieses Schinkens erfolgt auf Extrabestellung z. B. auch zu den gut besuchten „Rhöner Wandertagen“ in Bad Neustadt. Ein Renner unter den Schinkensorten ist der Brender Landschinken „mit mindestens sechsmonatiger Reifung“. Dünn aufgeschnitten, mundet er in etwa wie Südtiroler Speck, den dieser Landschinken an der Theke abgelöst hat. Aber auch andere hausgemachte Schinken, Wildschwein- und Hirschschinken sowie „Kooba di Antonio“, ein luftgetrockneter Spezialschinken nach italienischer Art, den der Metzgermeister erfunden hat, kaufen die Kunden gerne. Blut- und Leberwurst, Rot- und Weißgelegter, Bauern- sowie Walnuss-Salami gehören ebenso zum Vielgefragten des Sortiments. Landschinken, luftgetrocknete Salami und Hausmacherwurst im Glas werden auch an Supermärkte geliefert. „Die Supermärkte sind mittlerweile ein gut etablierter Baustein im Verkaufssystem und sollen über die ‚Dachmarke Rhön‘ weiter ausgebaut werden“, freut sich der Metzgermeister. Zum Kreis der Stammkunden gehören auch Gaststätten und Festveranstalter. Zu einem erfolgreichen Zusatzgeschäft wurde das wechselnde Snack- und Mittagsimbiss-Angebot. Tanja Koob (48), Chefin, Verkaufsführerin und „Fachkraft für produktbezogene Ernährung“, legt auf ein gluten- und laktosefreies Angebot großen Wert. Nicht wegzudenken ist der seit 1990 bestehende Partyservice. „Ohne ihn wäre die Metzgerei fast nicht mehr betriebswirtschaftlich denkbar“, sagt Anton Koob. Schweine, Rinder und Kälber bei Landwirten

in der Region zu kaufen und diese persönlich zu kennen, ist ein großer Trumpf für ihn. Denn: 80 % des Futters wie Getreide erzeugen die Bauern selbst, der Rest der Tiernahrung besteht aus Scheuerschrot und Eiweißkonzentrat, was eine gesunde Mischung ausmacht, so Anton Koob. Jährlich lässt der 54-Jährige bei der Vieh- und Fleischhandelsgesellschaft Rhön-Grabfeld-Fleisch im nahen Wülfershausen 25 Rinder und 15 Kälber schlachten. Aus dem Schlachthof Bad Neustadt kommen 450 Schweine, die in der Metzgerei verarbeitet werden. „Die Schweinelieferanten sind Mitglieder der Dachmarke Rhön und unterliegen somit der Qualitätskontrolle“, betont der Metzgermeister, der auch den Vorsitz des Prüfungsausschusses der Metzger-Innung Rhön-Grabfeld innehat und seit 2006 Obermeister ist.

VIELFÄLTIG ENGAGIERT

Anton Koob nutzt eine ruhige Minute gerne dazu, darüber nachzudenken, wie betriebliche Entwicklungen positiv beeinflusst werden können. So gehört er seit 2000 zu den Initiatoren des Rhöner Wurstmarktes, der alle zwei Jahre in Ostheim v.d. Rhön stattfindet und rund 25.000 Besucher aus ganz Deutschland anlockt. Die Metzgerei ist dort mit einem Stand vertreten und verkauft innerhalb weniger Wochen danach rund 60 Pakete an Wurst und Fleisch zusätzlich. Dass Frauen ihr Handwerk verstehen, ist nicht neu. Tanja Koob war einige Jahre Vorsitzende des Vereins „Unternehmerinnen-Initiative im Fleischerhandwerk

Foto: Josef Kleinhenz

PROFI-PARTNER

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Bandsäge:** Bizerba
- **Berufskleidung:** CWS-boco
- **Füller:** Handtmann
- **Gewürze:** Lay-Gewürze, Wiberg, Raps, Van Hees
- **Kassensystem:** Mettler-Toledo
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Kutter:** K+G Wetter
- **Ladenbau:** Schrutka-Peukert
- **Pökelinjektor:** Rühle
- **Scherbeneismaschine:** Maja
- **Schneide- und Zerkleinerungstechnik:** K+G Wetter
- **Speckschneider:** Treif Maschinenbau
- **Spültechnik:** Hobart
- **Transporter:** VW
- **Wägetechnik:** Bizerba, Mettler-Toledo



KONZEPT

METZGEREI ANTON KOOB – BRENDLORENZEN

Familiengeführte Metzgerei mit einer Filiale und vielfältigem Fleisch- und Wurstwarensortiment. Zahlreiche Spezialitäten, u. a. Brender Landschinken und Schinken mit Heilwasser. Regionaler Bezug der Tiere und persönliche Bekanntschaft mit den Landwirten.

ERFOLGSFAKTOREN

- **95% selbst produzierte Waren**
- **Erfolgreiche Zusatzgeschäfte:** Partyservice, Mittagsangebot
- **Klare Aufteilung der Kompetenzen**
- **Mut zu Neuem haben**
- **Initiator und Teilnehmer des „Rhöner Wurstmarktes“ (alle zwei Jahre)**

(UiF)“, der 1999 in München gegründet wurde (Anm. der Redaktion: u. a. von der Verlagsleiterin der Niederlassung der B&L MedienGesellschaft München, Annemarie Heinrichsdobler) und Geschäftsfrauen aus ganz Deutschland vereinte.

Heute ist sie bei den Unternehmerfrauen des Handwerks im Kreis Schweinfurt aktiv und zudem im Prüfungsausschuss der Handwerkskammer. Am 1. April 2016 konnte die Metzgerei auf ihre 25-jährige selbständige Tätigkeit anstoßen. Das Jubiläum soll Kunden und Lieferanten zusammenbringen und neue Akzente setzen. Zukunftsmusik hingegen ist es, einen Feinkostladen in die Metzgerei zu integrieren. Dann sollen regionale Erzeugnisse wie Rhöner Bienenhonig, Rhön-Marmelade, Frucht- und Honigweine, Liköre und spezielle Biere Einzug halten.

Josef Kleinhenz

www.metzgerei-koob.de

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 und neue Ideen aus den Best Practice-Beispielen in unserem Buch. Auf rund 200 Seiten finden Sie:

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

Sichern Sie sich jetzt unser Buch für ein erfolgreiches Geschäft mit Catering & Partyservice.

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



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.

Freundlichkeit ist Trumpf

Vom angestellten Produktionsleiter zum Chef: Als Fleischermeister Jörg Erchinger die Chance zur Weiterführung „seiner“ Fleischerei erhielt, wollte er die Arbeitsplätze und das handwerkliche Wissen erhalten.

Seit Januar 2013 führt der Fleischermeister eine Traditionsfleischerei in Berlin-Prenzlauer Berg. Zuvor hatte er bereits in dieser Fleischerei gearbeitet, zum Schluss als Produktionsleiter. Inzwischen würde er gerne öfter Aufgaben in der Produktion übernehmen und ein wenig Büroarbeit dafür abgeben, gibt er zu. Aber stolz berichtet er: „Wir können in unserer Wurstproduktion auf 80 % der Zusatzstoffe verzichten. Zudem arbeiten wir fast ohne Allergene: Natürlich verwenden wir z. B. Eier im Eiersalat oder Senfkörner im Bierschinken. Aber das ist recht übersichtlich, was die Allergene betrifft. Außerdem sind unsere Produkte gluten- und glutamatfrei.“ Er ist davon überzeugt, dass seine Kunden das

ERFOLGSFAKTOREN

- Hohes Maß an Transparenz
- Freundlichkeit und Service
- Kundenorientiertes Arbeiten
- Permanente Weiterbildung
- Offene, aber auch kritische Beurteilung von Trends

zu schätzen wissen. Transparenz ist ihm sehr wichtig. „In Geflügel- und Rindfleischwurst ist auch nur genau das drin – keine Fremdfette.“ Auf seiner Theke finden die Kunden außerdem glutenfreie Brötchen. „Ich bin der Einzige hier in Berlin, der sie lose verkauft“, betont der 40-Jährige.

EINE KLARE SACHE

Die Erchinger Fleisch- und Wurstmanufaktur steht auf mehreren Beinen: „Der Laden ist das Allerwichtigste. Außerdem sind wir auf drei Wochenmärkten präsent, beliefern vor allem Kindergärten und sind seit diesem Frühjahr auch im Online-Handel aktiv“, sagt Jörg Erchinger. Seine Wurstproduktion läuft Dienstag und Donnerstag. Der befreundete Fleischermeister Simon Ellery, „The Sausage Man Never Sleeps“ (Anmerk. der Red.: siehe FH 3/2015), produziert auch in den Räumen der Fleischerei. Montags, mittwochs und freitags wird das Fleisch zerlegt. Etwa ein Ochse pro Woche, geliefert als vorzerlegte Hinterviertel, acht bis zwölf halbe Schweine sowie sechs bis sieben Lämmer



Foto: Stevers

werden benötigt. Der wichtigste Lieferant ist Neuland, vor allem für Schwein und Rind, das Geflügel kommt von Loué. Die Kunden erkennen anhand der Schilderfarben in der Theke, woher die



Wurst stammt: Grün gekennzeichnete kommt aus der Wurstküche hinter dem Laden, weiß gekennzeichnete wurde zugekauft. Etwa 20 % der Auslage kauft er zu, z. B. San Daniele- und Iberico-Schinken aus der ganzen Keule, Landjäger und Kabanossi. Viele Salamisorten stellt er selbst her: „Eigentlich nicht so schwierig, wie man immer glaubt“, sagt er, „aber ich habe mich natürlich viel umgehört und weitergebildet, bis ich soweit war und meine eigene Salami herstellen konnte.“ Die „Geheimischung“, die seine Salamis besonders lecker macht, lagert in einer Flasche, vor Helligkeit geschützt, im Keller. Was die Kunden, vor allem

im Sommer, gerne kaufen, sind die unterschiedlichen Bratwürste, z. B. Lammbratwurst, Merguez oder die „Rennsteiger“ – ähnlich einer Thüringer Bratwurst, nach einem Rezept von seiner Fami-

lie aus dem Vogtland. Ansonsten laufe Brühwurst im Allgemeinen gut, auch die Wiener, „wie zu DDR-Zeiten mit Schwein und Rind“ „Die Kinder, die ins Geschäft kommen, bekommen ein Würstchen in die Hand und später ziehen sie ihre Eltern hierher. Wir verschenken also nichts, wir investieren etwas“, sagt Jörg Erchinger. Der Anteil der Stammkunden beträgt 90 %.

Die Fleischerei liegt in der Greifswalder Straße, einer der Hauptverkehrsstraßen durch den Prenzlauer Berg, direkt an einer Straßenbahnhaltestelle, umgeben von vielen anderen Geschäften. Einen Mittagstisch gibt es hier nicht, außer Buletten und Wiener. „Wir haben dafür keine Kapazitäten“, gibt er zu. „Außerdem gibt es in der Umgebung genügend Mittagsangebote und mein Kollege und Freund Christian Gottschlich von der Fleischerei Gottschlich (Anmerk. der Red.: siehe FH 2/2015) – in der gleichen Straße – macht das perfekt“, gibt er ohne Umschweife zu.

„DER FREUNDLICHE METZGER“

In seinem Team arbeiten 16 Angestellte, davon fünf in der Produktion. „Auch die Buchhaltung machen wir komplett selbst“, sagt er. Das Durchschnittsalter der Mitarbeiter liegt bei 50 Jahren, sagt Jörg Erchinger. Ihm sei ein gutes Arbeitsklima wichtig, das hätte auch den Effekt, dass die Kunden mit echter Freundlichkeit behandelt werden, ist er sich sicher. Er selbst meldet sich am Telefon mit „der freundliche Metzger“. Ein persönliches Kundengespräch oder ein Telefonat ziehe er einer eher unpersönlichen E-Mail vor. Auch die Facebook-Seite wird regelmäßig bedient, die eigene Webseite ist fast fertig und wird bald online gehen. Außerdem ist der Fleischermeister der Meinung, dass klassische Werbung „verpufft“. Dafür unterstützt er lieber Kindergärten und Sportvereine.

Heike Sievers

www.fleischerei-erchinger.de

Das neue SelfCookingCenter®



Senses



99 % unserer Kunden sind sehr zufrieden.

TNS Infratest Kundenzufriedenheitsanalyse 2013.

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

Bringt viel. Verlangt wenig. Unterstützt Sie perfekt.



Kochen Sie mit uns.

www.rational-online.de



KONZEPT

ERCHINGER FLEISCH- UND WURSTMANUFAKTUR – BERLIN

Alteingesessene Fleischerei unter neuer Führung und neuem Namen, setzt auf ausgewählte Qualität (Neuland), Kundenorientierung und Freundlichkeit. Neben dem Ladengeschäft auch Marktstände, Belieferungen sowie Online-Handel.

PROFI-PARTNER

- Bandsäge: Bizerba
- Entschwarzer: Maja
- Füller: Handtmann
- Gewürze: Avo-Werke, Moguntia
- Kaffeemaschine: Bonamat
- Kassensystem: Bizerba
- Kochkessel: Bastra
- Kutter: K+G Wetter
- Scherbeneiserzeuger: Maja
- Spültechnik: Hobart
- Vakuumiertechnik: Komet, Webomatic
- Wägetechnik: Bizerba
- Wolf: Alexanderwerk



Ein Video aus dieser Metzgerei gibt es online: www.engler-metzgerei.de

gute, traditionelle Produkte und keine überzogen modernen Waren oder „Convenience-Schnickschnack“, wie es der Metzgermeister nennt. Zum Wurstsortiment zählen rund 70 Sorten; zudem gibt es verschiedene selbst hergestellte Salate, die täglich frisch angeboten werden.

Das Rind- und Schweinefleisch stammt zum Großteil von persönlich bekannten Landwirten aus dem Hegau. „Wir schlachten nur langsam gewachsene Landschweine aus der Region. Und unser Schinken wird nur aus Schinkenteilen wie gewachsen hergestellt“, betont der Metzgermeister. Damit kommt er Kunden entgegen, die eher Wert auf traditionelle Fleischstücke legen. Ganzjährig gibt es zudem Fleisch von regionalem Wild sowie halbjährigen Lämmern, die von der Schäferei Both aus Singen am Hohentwiel stammen. Ein breites Sortiment an hochwertigem Frischgeflügel, z. B. Wachteln, Stubenküken sowie französische Bresse-Hühner aus Freilandhaltung, die nur mit regional angebautem Mais oder Buchweizen gefüttert und direkt beim Züchter geschlachtet werden, komplettiert das Angebot. Diese Auswahl brachte der Metzgerei ein gutes Image ein.

UMSATZMOTOR MITTAGSTISCH

Vor drei Jahren startete Walter Engler in der Filiale in Öhningen-Wangen mit Mittagsgereichten aus der Heißen Theke, da diese in der Nähe eines Campingplatzes liegt. Auch dabei bestätigte sich das Prinzip der hochwertigen und traditionellen Qualität. Mit Ausnahme der Filiale in Ehingen gibt es überall täglich wechselnde, gut bürgerliche Gerichte nach Hausfrauenart (5 €). Je nach Jahreszeit stehen z. B. Grillteller, Rouladen, Kohlrouladen, Linsengerichte oder Braten, im Sommer auch mal Russisch Ei sowie Desserts auf der Karte. Insgesamt werden pro Filiale täglich bis zu 70 warme Speisen verkauft. In zwei Filialen gibt es 20 Sitzplätze, in den anderen wird das Essen für den Außer-Haus-Verzehr abgepackt. Vor etwa einem Jahr entschied sich die Metzgerei, im Außer-Haus-Verkauf von Aluschalen auf das Verpackungskonzept von Miveg umzusteigen. Seitdem werden die hochwertigen Menüs in schwarze Kunststoffmenüschilder aus Polypropylen abgefüllt und mittels einer Handverschleißmaschine mit

Nur das Beste

Ein durchgängig hohes Maß an Qualität ist für Metzgermeister Walter Engler der Schlüssel zum Erfolg. Das gilt nicht nur für die Tiere, welche die Metzgerei im Hegau zu frischen Spezialitäten verarbeitet, sondern auch für die Mittagsgerichte, die zunehmend „to go“ verkauft werden.

Gegründet haben Walter und Anita Engler die Landmetzgerei mit einem kleinen Ladengeschäft 1983. Schon damals belieferten sie Gaststätten mit hochwertigem Fleisch. Heute zählen zum Betrieb neben der Produktion in Honstetten fünf Filialen in Steißlingen, Emmingen, Öhningen-Wangen, Ehingen und Mühlhausen sowie die Präsenz mit einem mobilen Verkaufswagen auf Wochenmärkten in Öhningen und Überlingen. Weitere Standbeine sind Partyservice und Schul- bzw. Kindergarten-Catering mit etwa 200 Essen pro Woche. 42 Mitarbeiter werden beschäftigt. „Wir legen besonderen Wert auf

die Qualität und Herkunft unserer Fleisch-, Wurst- und Geflügelprodukte. Unter Einhaltung aller hygienischen und gesundheitlichen Vorschriften werden alle Fleisch- und Wurstwaren in unserem Produktionsbetrieb täglich frisch aufbereitet und verarbeitet“, erklärt Walter Engler. Und so finden die Kunden nicht immer eine Riesenauswahl vor, sondern

KONZEPT

LANDMETZGEREI ENGLER – HONSTETTEN

Familiengeführte Metzgerei mit einer zentralen Produktion und fünf Verkaufsstellen sowie Präsenz auf zwei Wochenmärkten. Weitere Standbeine des Betriebskonzeptes sind Partyservice, Schul- und Kindergartenverpflegung.

ERFOLGSFAKTOREN

- Hoher eigener Qualitätsanspruch
- Transparente Lieferantenwege
- Absolute Frische
- Mehrere Standbeine
- Erfolgreicher Mittagstisch (auch „to go“)

einer transparenten, peelfähigen Siegfolie versiegelt. Die Vorteile liegen für Walter Engler vor allem in der appetitlichen und modernen Optik der Verpackung, die damit die Qualität seiner Produkte noch mehr unterstreicht. Auch die auslaufsichere, kundenfreundliche Transportvariante, sowie der Vorteil der leichten Wiedererwärmung zu Hause beim Kunden spielten beim Wechsel auf dieses System eine Rolle. Der Einstiegspreis der Maschinen im Paket mit Menüschalen und Folie erleichterte den Umstieg. Inzwischen haben sich die platzsparenden und wartungsarmen Siegelmaschinen im Alltag bewährt.

DRY AGED-PROFI

Der Dry Aged-Fleischreifung hingegen hat sich Walter und Anita Englers Sohn Patrick (24) verschrieben. Er ist der jüngste dreier Kinder, ausgebildeter Fleischtechniker, unterstützt seinen Vater als rechte Hand im Betrieb und wird diesen später einmal übernehmen. Für dieses Verfahren werden nur die edelsten Teile vom Rind ausgewählt. „Die trockene Reifung an der Luft ist eine alte Metzgerskunst, die vor der Erfin-



dung der Vakuumverpackung zu Beginn des 20. Jahrhunderts gang und gäbe war. Heute übernehmen

diese Art der Trocknung spezielle Schränke“, erklärt Patrick Engler. Und so sieht sich Walter Engler für

die Zukunft mit seinem vielfältig aufgestellten Betriebskonzept und der ehrlichen und regionalen Qualität gut gerüstet. Denn: Die zufriedene Stammkundschaft schätzt das Qualitätsdenken der Metzgerfamilie aus dem Hegau und Walter Engler kann den Generationswechsel langsam aber sorgfältig in die Wege leiten. *mth*

www.engler-metzgerei.de

PROFI-PARTNER

- **Aufschneidemaschinen:** Bizerba
- **Berufskleidung:** Profi-Tex
- **Füller:** Handmann
- **Gewürze:** Avo-Werke, Hela, Lay Gewürze, Pacovis
- **Kassensystem/Waagen:** Bizerba
- **Kutter:** K+G Wetter
- **Kombidämpfer:** Wiesheu
- **Ladenbau:** Aichinger
- **Pökelinjektor:** Hübner
- **Räuchertechnik:** Maurer-Atmos
- **Speckschneider:** Treif Maschinenbau
- **Spültechnik:** Meiko
- **Verpackungskonzept:** Miveg
- **Wägetechnik:** Ebinger
- **Wolf:** K+G Wetter

Foto: Metzgerei Engler

Achtung Allergene

Alles Wissenswerte rund um das Allergenmanagement

Jetzt erhältlich!

Seit 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



E-Paper: 16 €, Printausgabe: 18 € (inkl. MwSt)

Fotos: © Colours-Pix - Fotolia.com; © Les Cunillie - Fotolia.com



Im März eröffnete Fleischermeister Alexander Enk in den Louisen-Arkaden in Bad Homburg vor der Höhe seine Spezialitätenmetzgerei. Das neu installierte Ladenkonzept ermöglicht den Mitarbeitern einen Arbeitsablauf, der ihnen mehr Zeit für die Kunden lässt.

Bad Homburg verfügt über eine attraktive Kundenstruktur. Die Louisen-Arkaden sind für die gut situierte Kundschaft die erste Einzelhandelsadresse. Als ein Metzgerfilialist dort seinen eher unscheinbaren Laden aufgab, nutzte Alexander Enk die Chance, um in den Räumen ein neues Konzept für seine Metzgerei zu realisieren. Nach seiner Ausbildung in der Gießener Feinkostflei-

Konzept für mehr Umsatz



scherei Kunz bestand er 1992 in Frankfurt die Meisterprüfung und war zuletzt für die Bad Homburger Filiale der Metzgerei Zeiss verantwortlich. „Die größte Herausforderung war und ist, dass wir uns vom Vorgängerbetrieb, einem Franchise-Metzger, abheben und unsere ganze Kraft in unser Verkaufsteam stecken, um die Besten am Platz zu sein“, betont er.

Bei dem Umbau wurde ein komplett neues Verkaufskonzept umgesetzt. Alexander Enk entschied sich für eine Zusammenarbeit mit dem Regensburger Spezialisten für Metzgereien, Ladenbau Hanke, der hier feinste Materialien und moderne Technik zu einem Schmuckstück komponierte. Service und Kundenfreundlichkeit standen dabei stets an allererster Stelle. Der Umbau begann mit der Öffnung der gesamten Front zur überdachten Passage durch verschiebbare Glassegmente. Statt einer Tür für kommende und gehende Kunden gibt es so einen freien Blick auf die Auslage. Großflächige Feinsteinzeugplatten am Boden, mit hellem Beigeton an den Bo-

denbelag vor dem Laden angepasst, bauen optische Hemmschwellen ab.

FUNKTIONELLES DESIGN

Eine tragende Säule in der Mitte des Ladens wurde bei der Neugestaltung mit schwarz beschichteten Hartfaserelementen verkleidet und mit einem umlaufenden Verzehrboard in die Nutzung einbezogen. Die Säule – zusätzlich strukturiert durch schmale Bänder im gleichen Holzton wie das Verzehrboard – findet ihr Pendant im SB-Regal aus dem gleichen Material sowie an der Einfassung der Rückwand. Hinter der 3 m breiten Imbissstheke sorgen mattschwarze Regale für einen markanten Kontrast. Darüber bringt die weiß gestrichene Decke aus Gipskarton mit einer langen Rechteck-Kuppel über dem Kundenbereich Helligkeit in den Raum. Zwei Dutzend LED-Einbaustrahler verteilen das Licht gleichmäßig, während die Rückwand durch Wandfluter akzentuiert wird. Damit wird das Erscheinungsbild aber nicht auf einen Schwarz-Weiß-Effekt reduziert. Paneele am Sockel der Rückwand und die Verkleidung des Thekensockels sind in heller Echtholzoptik gehalten und verleihen dem Laden mit einem steilen Thekenaufsatz einen anspruchsvollen Auftritt. Zwei gleich große Felder des 6 m langen Kühltresens enthalten Frischfleisch sowie Wurst und Schinken. Auf der einen Seite werden vor allem küchenfertige Zuschnitte präsentiert, teils appetitlich gewürzt bzw. mariniert. Auf der anderen Seite ist es breites Angebot an Wurst, Schinken und Salaten zu finden. Alexander Enk bezieht sein Fleisch ladenfertig zerlegt. Das Wurstangebot stammt von einem Metzger aus dem Vogels-

berg. Weitere Spezialitäten, vor allem für das umfangreiche Angebot an Schinken, werden von Spezialisten wie Bedford bezogen. Eine runde Vitrine in der Mitte ist der Vorzeigepplatz für Ring- und Portionsware sowie vakuumierte Spezialitäten. Eine drehbare schwarze Terrazzo-Platte ist die Bühne für die hervorgehobene Warenpräsentation. Anstelle von langen Gehängestangen ist die Rückwand mit kleinen Edelstahlauslegern bestückt, an denen einige Dauerwaren Platz finden. Auf schwarzen Auslageböden finden die Kunden zudem Wein, Sekt und Teigwaren.

MIT DEN KUNDEN KOMMUNIZIEREN

Mit drei Aufschneideautomaten hinter der Theke sowie drei Waagen können die Mitarbeiter an jedem Punkt jeden Kundenwunsch erfüllen. Neben der Fleischtheke entstand ein Arbeitsplatz mit Schneideplatte für individuelle Zuschnitte. Dahinter befinden sich das Waschbecken und die Schärfvorrichtung. Kurze Wege erleichtern im ganzen Laden die Arbeit. Die großzügig dimensionierte Heiße theke wird mit Wasserbad und Oberhitze betrieben. Im Multifunktionsofen wird gebacken, gebraten und gegrillt – egal ob Fleischkäse oder Brötchen. Kurzbratartikel werden auf zwei Induktionsplatten zubereitet. Der Würstchengrill und der Currywurstschneider sind hinter einem Verkaufsschalter zur Passage hin platziert. Über besondere Angebote u.v.m. informieren zwei Flachbildschirme die Kunden während ihres Aufenthaltes auf unterhaltensame Weise. Dabei stellen sich auch der Chef und die Mitarbeiter vor. Zwölf Sitzplätze in der Passage sowie weitere rund doppelt so viele

Stehverehrplätze laden zum Verweilen ein. Das I-Tüpfelchen aber finden Feinschmecker in einem auffälligen Verkaufsdisplay mit Bio-Senf aus einer norddeutschen Manufaktur. Auf die Frage „Wie hat sich Ihr Betrieb bisher entwickelt“ antwortet Alexander Enk kurz und knapp: „Positiv“ und blickt zuversichtlich in die Zukunft.

www.louisen-arkaden.de

ERFOLGSFAKTOREN

- **Durchdachtes Konzept**
- **Kreatives Angebot**
- **Absolute Frische**
- **Service und Freundlichkeit**
- **Agieren statt reagieren**

KONZEPT

METZGEREI ENK – BAD HOMBURG VOR DER HÖHE

Neu eröffnete Spezialitätenmetzgerei im Einkaufszentrum Louisen-Arkaden. Gut frequentierter Standort.

PROFI-PARTNER

- **Ausgabetechnik:** Scholl
- **Berufskleidung:** Engelbert Strauss
- **Gewürze:** Hela, Fuchs, etc.
- **Großhändler:** Enders
- **Kassen und Waagen:** Bizerba
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Saucen & Senf:** Hot Mamas, Einbecker Senfmühle
- **Spültechnik:** Winterhalter



Kostenlose Info-Pakete

Mit je bis zu 10 verschiedenen Katalogen + Urlaubsführer mit 300 Anbietern weltweit



Bauernhof-Urlaub



Wander-Urlaub



Fahrrad-Urlaub



Städte



Familien-Urlaub

Bitte Info-Paket(e) senden für:

- Bauernhof Rad Familie
 Wandern Städte

Einfach Coupon ausfüllen, ausschneiden und senden an:

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG

oder faxen an: **089/370 60 111**

Ridlerstraße 37
80339 München



Absender:

Vorname, Name: _____

Straße, Hausnummer: _____

PLZ, Ort: _____ Telefon: _____





Welcher Geschmack ist „in“? Welche Gewürze sorgen auf der Zunge für Erlebnisse? Fragen, die auch im Fleischerhandwerk kreative Köpfe rauchen lassen. Denn: Täglich gilt es Kunden mit Spezialitäten zu begeistern und zu überzeugen.

WAS SCHMECKT?!

Gewürzvorlieben unterscheiden sich von Land zu Land. Die Präferenzen und Essgewohnheiten können an historischen Verbindungen bzw. Ereignissen festgemacht werden. Da Deutschland kaum Kolonien hatte, prägten eher Einwanderer und Immigranten die Vorlieben bei Gewürzen und Gewürzmischungen mit. Beliebte sind mediterrane Gewürze (z. B. italienische Kräuter, Kräuter der Provence etc.) oder scharfe türkische

Gewürze. Durch Fernreisen und die Medien werden die Verbraucher mit neuen Speisen vertraut und sind neugierig, diese auszuprobieren. Das können sich auch Fleischerfachgeschäfte zunutze machen, indem sie Angebote bieten, welche die Experimentierfreude der Kunden anregen und im Beratungsgespräch aktiv und glaubwürdig vermitteln, warum sich der eine oder andere Geschmack lohnt. Authentisch zu sein, ist auch hier das A und O.

Die Nachfrage nach authentischen Gewürzen bezieht sich nicht nur auf die ausländische Küche, sondern auch auf heimische Zutaten. Essen ist Lebensgefühl – mit authentischen regionalen Zutaten kommt immer auch ein Stückchen Heimat auf den Teller. Zudem tragen Tradition, Kindheitserinnerungen und die Verbundenheit mit der heimatlichen Region dazu bei, dass „Comfort Food“ beliebt ist wie nie. So geraten eher „vergessene“ Zutaten,



Kräuter und Gewürze in den Fokus, z. B. Bärlauch, Liebstöckel oder Minze. Das Trendkraut der Saison ist für den Salzburger Gewürzprofi *Wiberg* Majoran, den er getrocknet im Aromabeutel aus regionalem Anbau (Thüringer Majoran) anbietet. Dieser ist neben Petersilie und Schnittlauch das am meisten verwendete Würzkräuter. Ursprünglich aus Indien und dem östlichen Mittelmeerraum stammend, wird es heute in ganz Europa und Ägypten angebaut. Außerdem erleichtert die Würzkräuter Mischung Gulasch tägliche Arbeitsschritte. Sie enthält eine ausreichende Menge an Gewürzen sowie Bindung, vereinfacht die Zubereitung allergen- und Zusatzstofffreier Mittagsgesichte und lässt Freiraum für eine individuelle Note durch Gewürze und Kräuter. Im Gegensatz dazu kann aber auch Experimentierfreude für Aha-Erlebnisse beim Kunden sorgen. „Eine Kombination aus Kräutern und Gewürzen mit süßen oder herzhaften Produkten kann z. B. Eiscreme mit Bacon oder Bratwurst mit einem Hauch Schokolade und Chili sein“, sagt Mirjam van Veldhuizen, Marketing Manager bei *Frutarom Savory Solutions*.

SÜDAMERIKA ENTDECKEN

Zu den Olympischen Spielen in Brasilien und dem generellen Trend zu schärferen und rauchigen Geschmacksprofilen, können 2016 Spezialitäten mit Gewürzen oder Marinaden mit südamerikanischen Flair bei den Kunden punkten. *Frutarom* ließ sich für seine Brasilien-Range von landestypischen Spezialitäten inspirieren. Produkte aus dem Konzept *Churrasco* vereinen einen ausgeprägten Rauchgeschmack mit einem Hauch von rosa Beeren. „Wir stellen fest, dass die Nachfrage nach authentischen Raucharomen, etwa Hickory, steigt. Sie verleihen Produkten eine intensive und kräftige Note“, erklärt

Mirjam van Veldhuizen. Die *Copacabana*-Range weist ein fruchtiges Geschmacksprofil durch ein leichtes Orangenaroma auf und passt zu Geflügel, Fisch und Schweinefleisch.

Doch nicht nur für Grillspezialitäten eignen sich scharfe Gewürze: Die *Jalapika* Flockenmischung von *Wiberg* aus Chili- und Jalapeno-, sowie roten und grünen Paprikaflocken verleiht Wurst- und Schinkenwaren raffinierte Geschmacksakzente. Die fruchtig-süße Schärfe bereichert Aufschnittvariationen ebenso wie Leberkäse, knackige Würstchen oder Sülzen. Die Mischung sorgt für ein attraktives Anschnittbild und ist auch eine dekorative Hülle für Schinken oder Braten.

SERVICE: CONVENIENCE

„Wir arbeiten permanent daran, Lebensmitteln einen guten Geschmack zu verleihen. Das betrifft die Entwicklung immer wieder neuer Würzkräuter Mischungen und Marinaden sowie die Art und Weise oder den Vorgang, wie der Geschmack dem Lebensmittel appliziert wird. Convenience spielt dabei eine wichtige Rolle. Deshalb haben wir nach einer Lösung gesucht, um das Thema Grillen mit Convenience zu vereinen“, betont Mirjam van Veldhuizen. Das Ergebnis ist „*Marinade in a Bag*“ – ein zeitgemäßer Artikel für das Zusatzgeschäft. Das Mariniergut wird vom Kunden eingelegt und zieht dann 30 Minuten im Kühlschrank durch. Danach kann es gegrillt oder gebraten werden. Für die Herstellung von Konserven bietet *Wiberg* die Basissauce Weiß, Rot und Braun – Grundsauces mit Bindung für Geschmack und leichter Farbgebung an. Dem Metzger bleibt das finale, individuelle Verfeinern selbst überlassen. Je nach Geschmack und Belieben mit Gewürzen abgeschmeckt,

eignen sich diese Saucen etwa für die Zubereitung von Ragouts, Currygeschneitztem oder Wildgulasch. So lässt sich mit wenig Produktaufwand eine große Wirkung und Vielfalt erreichen. Diese Saucen gibt es in Pulverform im 1-kg-Beutel – allergenfrei und ohne Geschmacksverstärker.

WISSEN WAS DRIN IST

Die Verbraucher haben ein starkes Bewusstsein für ihre Ernährung entwickelt und sind stets darauf bedacht, ihr Wissen auszubauen. Sie sehen beim Lebensmitteleinkauf genau hin und achten auf Qualität. Eine bewusste Art der Ernährung steht dabei für viele im

ca. 2000 Anhänger und ca. **500** Gebrauchte* auf über 50.000 qm

WÖRMANN
world of trailers

SERRANO
15.38/215
1,5 t Ges. Gew.
375 x 215 x 230 cm
16.900,- €
statt 19.204,- €

NEU

- Exklusiv-Kühltheke
- geschwungenes Wurstgehänge
- u.v.m.

• kühlt bis +2° C
- Schwerlaststützen 6 t
- u.v.m.

FRIGO LINER
30.30/165
3,0 t Ges. Gew.
291 x 165 x 190 cm
5.990,- €
statt 6.990,- €

AKTION

Nur für kurze Zeit!

* Für alle Einsatzbereiche. Alle Preise sind Netto-Preise zzgl. MwSt.

WÖRMANN GmbH
Torstraße 29
85241 Hebertshausen b. Dachau

Öffnungszeiten:
Mo-Fr 9.00 - 18.00 h
Sa 9.00 - 14.00 h

www.woermann.eu
0 81 31 / 29 27 80



DICK
Traditionsmarke der Profis

SM-140 UltraSharp

Professionelles Schleifen und polieren

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




 HALLE 8
STAND C50

www.dick.de

Messer . Werkzeuge . Wetzstähle . Schleifmaschinen



Beck Gewürze und Additive



Vordergrund. Dies macht sich im Wunsch nach Transparenz bei der Lebensmittelproduktion sowie dem Konsum möglichst weniger Zusatzstoffe („Clean Label“) bemerkbar. Auch die Reduktion von Salz und Fett sind aus gesundheitlichen Aspekten wichtige Kriterien. Im Hinblick auf Clean Label gibt es im Frutarom-Sortiment viele Produkte ohne geschmacksverstärkende oder allergene Zutaten. „Wir stehen unseren Kunden beratend zur Seite, egal ob es um Neuentwicklungen geht, oder darum, existierende Rezepturen für ein ‚sauberes‘ Etikett zu überarbeiten. Um unsere Kunden in Sachen neuer Nährwertkennzeichnung gemäß LMIV zu unterstützen, bieten wir auf der Homepage einen Nährwertrechner an, der die Berechnung und so die Kennzeichnung der Nährwerte erleichtert“, so Mirjam van Veldhuizen. Zudem weist sie auf die steigende Beliebtheit von Fleischersatzprodukten hin. Hier führte das Unternehmen sein erstes Portfolio an vegetarischen Lösungen ein: ob fleischloser Aufschnitt, vegane Sülzen, vegetarische Bratwurst oder Hackbällchen oder vegane Convenience-Komplettlösungen für Chili und Sauce Bolognese. „Neben bestem Geschmack zeichnen sich die fleischlosen Spezialitäten auch durch ein gutes ernäh-

rungsphysiologisches Profil aus“, so die Marketingexpertin.

WAS GIBT ES NOCH?

Aber auch andere Hersteller aus diesem Marktsegment bieten geschmackvolle Lösungen, Hilfsstoffe und Produkte für Produktion, Frischetheke, Heiße Theke, Mittagsgeschäft und Catering. Eine Auswahl wird nachfolgend vorgestellt:

Mit der Schutzkultur MicroStart NoPor plus von Beck Gewürze und Additive gelingen Kochpökelfleischwaren in zuverlässig gleichbleibender Qualität: appetitliche Farbgebung, feiner Geschmack, gute Konsistenz und ohne unschöne Gärlöcher. Anwendungsempfehlung: Dosierung über Injektion der Kochpökellake (25-g-Beutel/ 100 kg Fleisch). Auf diese Weise hergestellt, zergeht Kochpökelfleisch laut dem Unternehmen auf der Zunge.

Für die Schnitzelherstellung im Frischebereich bieten sich Hela SchnitzelFix und Hela Schnitzelpanade an. Damit verlieren die Schnitzel in der Theke weder an Geschmack noch an Aussehen. Für die Heiße Theke eignet sich Hela PanierFix – die angefeuchteten Schnitzel mit der Panade ummanteln und dann garen. Für vegetarische Schnitzel Hela Veggi-Schnitzel Compound, gekochte Nudeln, Wasser und Öl vermengen und die Masse formen. Danach die gefrosteten Schnitzel mit Hela SchnitzelFix und Hela Schnitzelpanade panieren und braten.

Für den Frischhalter „Frischin® pur 3D“ verwenden die Moguntia-Werke eine Essigart mit einem pH-Wert von 6.0. So wird verhindert, dass es bei der Herstellung im Brät zur partiellen Eiweißdenaturierung kommt. Der Frischhalter hemmt die weitere Vermehrung der aeroben mesophilen Gesamtkeimzahl sowie Pseudomonaden und Enterobakterien. Durch seine fast pH-neutrale Wirkung ist er bei Brühwurst, Kochschinken und Feinkosterzeugnissen einsetzbar.

Bei marinierten Produkten erwartet der Kunde, dass das Fleisch noch zu sehen ist, um dessen Fettanteil, Farbe und Qualität beurteilen zu können. Die Quicksoft-Marinaden von Nubassa Gewürzwerk entsprechen mit geringer Zugabe von 40 g/kg und durchscheinender Optik diesen Erwartungen.

Das Sortiment bietet über 60 Geschmacksrichtungen. Das ungehärtete Spezialfett, hergestellt aus nachhaltig angebauten Rohstoffen, abgestimmt mit Kräutern und Gewürzen, eignet sich für Fleisch, Fisch und Gemüse. Die Quicksoft-Marinaden Brazil-Pepper, African Fire und Ginger haben eine fruchtig-pikante Note, Thai Chili, Salsa und Torero sind feurig-würzig. Die Sucuk, eine kräftig gewürzte, fermentierte Brühdauerwurst aus Rind- oder Kalbfleisch, erhält ihr Aroma aus einer Gewürzkombination von Knoblauch, Kumin, Pfeffer, Paprika, Chili, Piment und ausgesuchten Kräutern. Die orientalische Wurstspezialität wird in drei Formen hergestellt: als Kringel (Kangal-Sucuk), als zwei parallel verbundene, fingerlange Würste (Parmak-Sucuk) oder längere Einzelwurst (Büfe-Sucuk). Van Hees hat für deren Herstellung eine Technologie entwickelt, bei der neben Aromix®-L Knoblauch und gemahlenem Markland® Kumin das rote Gewürzpräparat Primal® Kolbasz oGAF zum Einsatz kommt. Es sorgt für die gewünschte, feurigrote Farbe und den kräftigen Geschmack. Doch das ist nicht alles: Sicherlich gibt es im Internet sowie auf der Süffa im Oktober in Stuttgart auch noch das ein oder andere Geschmackserlebnis zu entdecken. *mth*

Nützliche Links

- www.beck-gewuerze.de
- www.frutaromsavory.com
- www.gewuerzmueller.de
- www.hela.eu
- www.moguntia.com
- www.nubassa.de
- www.van-hees.com
- www.wiberg.eu

Van Hees



EISKALT AUF DER ÜBERHOLSPUR

Seit 25 Jahren fertigt Winter Fahrzeugtechnik hygienische Fahrzeugausbauten für den temperaturgeführten Transport. Das Familienunternehmen aus Osthessen hat sich als Spezialist für branchenspezifische und maßgefertigte Lösungen etabliert.

Den Startschuss für die Winter Fahrzeugtechnik GmbH gab Hubert Winter im Juni 1990. Jürgen Winter wurde von seinem Vater die Aufgabe des Betriebsleiters übertragen, seine Schwester managte das Büro und Christian Wenig wurde Vertriebsleiter. Die Erfahrungen mit der Verarbeitung von glasfaserverstärktem Kunststoff (GFK) reichen aber bis in die frühen 1960er-Jahre zurück. Auch Lebensmittel- und Kühltransporter zählten damals schon zur Produktpalette. So lag es auf der Hand, sich auf diesen Bereich zu spezialisieren. Die Suche nach einer Produktionsstätte gestaltete sich schwierig. Schließlich wurde die Familie Winter am heutigen Standort in der Gemeinde Eichenzell fündig. „Man kann sich kaum noch vorstellen, wie wir hier angefangen haben, denn unser Gebäude war zuvor eine Diskothek, in der provisorisch die Produktion eingerichtet wurde“, blickt Geschäftsführer Jürgen Winter zurück. 1991 und 1992 folgte der Bau einer modernen GFK-Verarbeitung und eines Verwaltungsgebäudes. 2002 wurde die Produktionshalle erweitert, 2006 die Verwaltung. Bald waren die Kapazitäten erschöpft und die Winters mussten Hallen anmieten, um der steigenden Nachfrage gerecht zu werden. 2012 folgte der Bau einer zusätzlichen Produktionshalle (Werk II).

800 FAHRZEUGE PRO JAHR

Pro Jahr werden rund 800 Transporter bei Winter für den temperaturgeführten Transport von Lebensmitteln, Backwaren, Blumen,



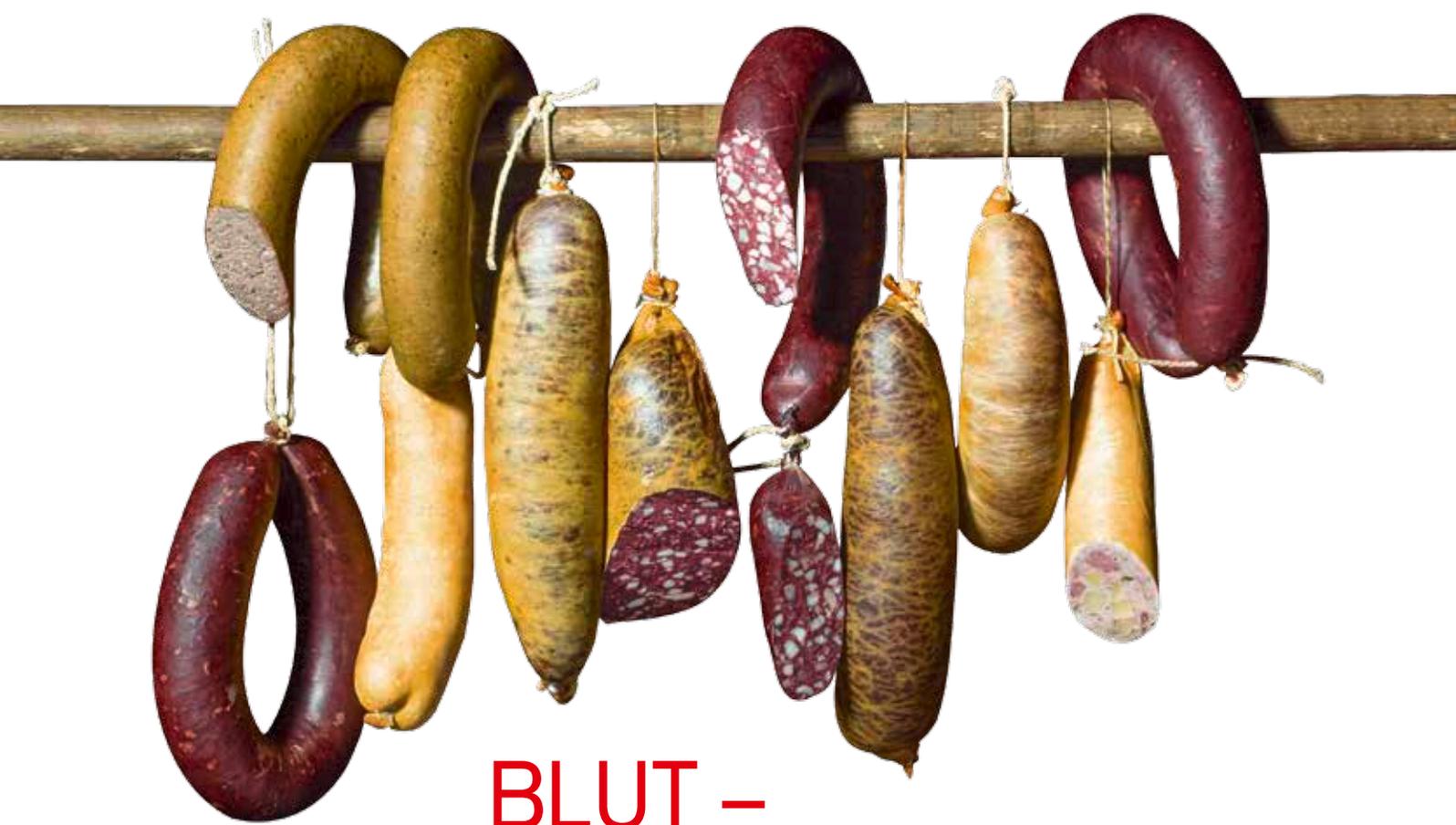
Kühlfahrzeug 1965

pharmazeutischen Produkten etc. umgerüstet. Zu den Kühl-, Frischdienst- und Tiefkühlbauten kamen 2013 die Pharma-Transporter hinzu. 2015 folgte die Marke Winter-Rent, die Kunden, die ein Kühlfahrzeug oder einen Pharma-Transporter nur temporär benötigen, ein Leihfahrzeug anbietet.

Die Entwicklung der Produkte, der Formenbau, der Einbau von Isolierbausätzen, die Montage von Kühlanlagen, die Sondereinbauten nach Kundenwünschen – das alles leistet das Unternehmen selbständig und unabhängig. Die Kontakte zur Automobilindustrie wurden von 2003 an stetig ausgebaut. Heute sind die Eichenzeller empfohlene Systemlieferanten für Ford, Fiat, Mercedes-Benz, Renault und Opel. Flankiert wird der Fahrzeugbau vom Winter-Service, der einen eigenen Außen-

dienst mit Beratung und Vorführfahrzeugen sowie die Erstellung einer Bedarfsanalyse umfasst und von der Kundenbetreuung bis zur Auslieferung des Fahrzeuges inklusive aller technischen Abnahmen reicht. Die Lage in der Mitte Deutschlands und eine gute Verkehrsanbindung kommen den hauseigenen Servicezielen ebenso entgegen wie der eigene mobile Service mit Leihfahrzeugen. Zudem wird auf das europaweite Servicenetz des Entwicklungspartners Webasto zugegriffen. So wurde aus einem Familienunternehmen eine „Großfamilie“ mit 65 Mitarbeitern. Sie alle tragen dazu bei, dass das Unternehmen heute zu den wichtigsten Systemanbietern im Ausbau von Kühlfahrzeugen zählt. www.winter-kuehlfahrzeuge.de





BLUT – EIN BESONDERER SAFT

Tierisches Blut macht Blutwurst erst zu dem, was sie ist, und weist einen hohen Anteil wertvoller Bestandteile auf. Für die Herstellung wird Schweineblut eingesetzt. Die Vielfalt an Sorten ist regional bedingt.



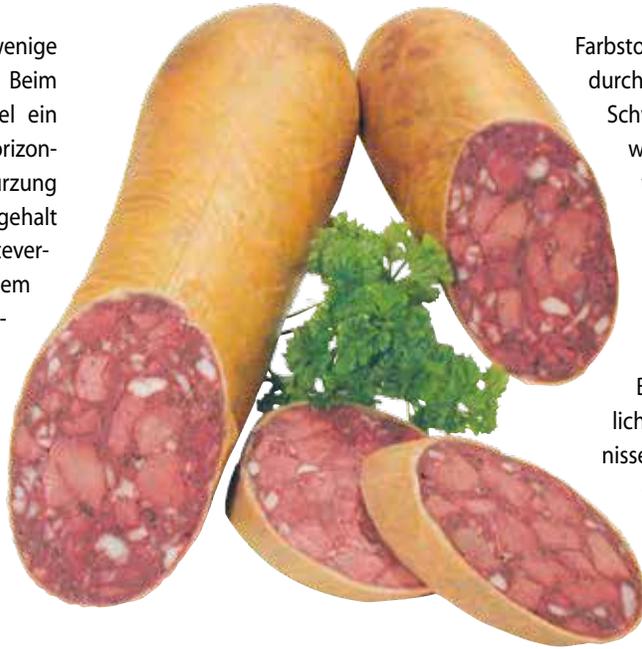
Blut zählt neben dem Muskelfleisch zu den nahrhaftesten Lebensmitteln überhaupt. Es enthält etwa 18 % Eiweiß und 2 % weitere Stoffe, darunter vor allem Eisen. Als Lebensmittel diente Blut schon in der Urzeit bei Jägern und Sammlern. Im Judentum und Islam ist sein Verzehr verboten. Auch in der Frühzeit des Christentums untersagte die Kirche den Verzehr von Blut, da es als heidnisch galt.

Rinderblut wird aus sensorischen Gründen und wegen der BSE-Problematik bei Lebensmitteln nicht eingesetzt. Das Verwenden von Tierblut in Süßwaren ist in der EU generell verboten, ebenso wie das Verfüttern von Blutmehl an Nutztiere. Blutmehl ist aber wie Fleisch- und Knochenmehl nach der EU-Bio-Verordnung als organischer Zukaufdünger zugelassen.

Die für den Farbeindruck des Fleisches hauptsächlichen Farbstoffe sind Myoglobin und Hämoglobin. Mengenmäßig dominiert der wasserlösliche Muskelfarbstoff Myoglobin mit mehr als 90 % des Gesamtpigmentgehaltes. Der Gehalt des Fleisches am Blutfarbstoff Hämoglobin hängt von der Menge des nach dem Schlachten und Ausbluten im Muskel verbliebenen Blutes ab und beträgt bei normal

ausgebluteten Schlachtkörpern nur wenige Prozente des Gesamtpigmentgehaltes. Beim vertikalen Entbluten wird in der Regel ein besserer Ausbildungsgrad als beim horizontalen erzielt. Zugleich ist mit einer Verkürzung der Entblutezeit zu rechnen. Der Keimgehalt des Blutes in Abhängigkeit vom Entbluteverfahren ist bei einem liegenden Tier auf dem Boden am höchsten und beim Verwenden eines Hohlmessers in geschlossenen Systemen am geringsten. Das Blut sollte schnellstmöglich gekühlt werden, da es sonst verderben kann. Dabei spielen Mikroorganismen eine bedeutende Rolle. Es kommt relativ schnell zur Fäulnis. Für eine sichere Diagnose ist im Verdachtsfall eine bakteriologische Schnelluntersuchung angezeigt.

Foto: Cornelius Wurstwaren



Farbstoffs. Die Bindung erhalten Blutwürste durch das geronnene Blut und das aus den Schwarten austretende Kollagen. Da Blutwürste generell auf 75°C Kerntemperatur erhitzt werden, sind sie haltbarer als Brühwurstzeugnisse.

Blutwurst nimmt in der Geschichte der Wurst einen unbestrittenen ersten Platz ein. Schon im Altertum war das Herstellen dieser Wurst bekannt. Blutwürste werden in unterschiedlichen Qualitäten hergestellt. Von Erzeugnissen gehobener Qualität wird eine Mindestmenge an Einlagen von magerem Schweinefleisch und Zunge (etwa Zungenwurst) gefordert. Blutwürste werden in einer teilweise regional geprägten Sorten- und Bezeichnungsvielfalt angeboten, z. B. als Zungen-, Filet-, Gutsfleisch-, Hausmacher-Blutwurst, Rote Grützwurst, Flönz (Raum Köln), Budeng (Saarland), Berliner Fleischwurst, Tiegelwurst (Thüringen), Thüringer Blut- oder Rotwurst, Hildesheimer Fleisch-

VERWENDEN VON BLUT

Schweineblut wird zum Herstellen von Blutwurst genutzt. Um das Gerinnen zu verhindern, werden unmittelbar nach dem

Schlachtprozess Diphosphat oder Natriumcitrat zugefügt. Neben Schweineblut kommen Schweinefleisch, Schwarten und Speck sowie Gewürze zum Einsatz. Der Zusatz von Nitritpökelsalz dient dem Erhalten des roten

Farbstoffs. Die Bindung erhalten Blutwürste durch das geronnene Blut und das aus den Schwarten austretende Kollagen. Da Blutwürste generell auf 75°C Kerntemperatur erhitzt werden, sind sie haltbarer als Brühwurstzeugnisse.

Lösungen für Handwerk und Industrie



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



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



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



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



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



Rudolf Schad GmbH & Co. KG

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



Glass



Reich Thermoprozesstechnik



Risco

rotwurst, Mainzer Blutschwartenmagen, Dresdner- oder Frankfurter Blutwurst oder Oberfränkische Speckwurst, etc. (s. Leitsätze für Fleisch und Fleischerzeugnisse). Das Herstellen von Thüringer Rotwurst ist in dieser Produktgruppe wohl am aufwendigsten. Nach einer Herstellungsempfehlung von Gewürzmüller (zitiert in Prändl und Mitautoren) setzt sich diese im mischfertigen Zustand wie folgt zusammen: 46 % Schweinefleisch, 20 % Schweinebacken, 6 % Schweineleber, 27 % Schwartensmasse und 6 % Blut. Das magere oder durchwachsene Schweinefleisch und die Backen werden mit etwa 10-prozentiger Lake und einer Einspritzmenge von 10 bis

15 % gespritzt und in einer konzentrierten Aufgusslake durchgepökelt. Die Leber wird je nach Verarbeitungszustand fein zerkleinert oder gewürfelt und mit etwa 2 % Nitritpökelsalz vorgesalzen. Nach dem Durchgaren von Fleisch und Backen bei rund 75°C werden diese gewürfelt und vor dem Vermengen mit den übrigen Bestandteilen mit heißem Wasser abgespritzt. Eine kurze Kalträucherung der Produkte ist gewöhnlich vorgesehen.

BLUTPLASMA

Blutplasma wird ausschließlich aus Schweineblut gewonnen. Das Blut wird mit gerinnungshemmenden Mitteln versetzt und die zelligen Bestandteile durch Zentrifugieren abgetrennt. Es hat eine gelbliche Farbe. Beim Zentrifugieren soll die Temperatur des Blutes mindestens 20°C betragen, damit das Abtrennen der Blutkörperchen nicht durch erstarrtes Fett beeinträchtigt wird. Das bei der Blutplasma-Herstellung anfallende Dickblut wird in Fleischerzeugnissen nicht verwendet. Zum Herstellen von Lebensmitteln wird Blutplasma generell kaum genutzt. Sollte es z. B. für Brühwurstherzeugnisse oder Kochschinken verwendet werden, bedarf es der Deklaration der Produkte. Blutplasma und -pulver finden vor allem in der pharmazeutischen Industrie Verwendung und werden auch für

das Herstellen von Heimtierfuttermitteln genutzt.

FAZIT

Schweineblut ist ein unverzichtbarer Bestandteil für das Herstellen von Wursterzeugnissen sowie anderer Speisen. Es wird auch im Ausland geschätzt, z. B. in den nordischen Ländern zum Zubereiten von Blutsuppen. In Großbritannien ist es Bestandteil des schottischen Black Pudding. Der Stornoway Black Pudding besitzt seit 2007 sogar den PGI-Status der EU als geschützte Lebensmittelbezeichnung. Für Deutschland ist bei den Fleischerzeugnissen die Thüringer Rotwurst als geschützte geografische Angabe eingetragen. Obwohl nicht direkt zum Thema zählend, soll das Verwenden von menschlichem Blut und Blutplasma erwähnt werden. Es ist in der Humanmedizin ein unverzichtbarer Bestandteil der

Therapie und oft lebensrettend. Und schon Goethe lässt uns durch Mephisto im Faust wissen: „Blut ist ein besonderer Saft“.

Heinz Sielaff und Heinz Schleusener

TECHNIK-NEUHEITEN

Nachfolgend werden einige ausgewählte Neuheiten für die Wurstproduktion vorgestellt: Wenn es ums Tumbeln und Marinieren von Fleisch geht, ist das Unternehmen Glass seit 1972 Ansprechpartner für die fleischverarbeitende Branche. Die Tumbler für Handwerk und Industrie sind z. B. mit Fassungsvermögen von 80 bis 2.700 l erhältlich und können mit Technologien wie Vakuum, Kühlung und neuester Steuerungstechnik ausgestattet werden. Auch Brat- und Kochanlagen mit Rührwerk als Wok zählen zum Portfolio, wobei die Anlage selbstständig temperiert, wendet und mischt. Außerdem fertigt das Unternehmen Prozessanlagen und Intensivmischer, die vor allem für Produkte aus dem vegetari-



VICTORINOX
COMPANION FOR LIFE

SCHWEIZER MESSER
FÜR DEN PROFI

WWW.VICTORINOX.COM



Seydelmann

schen und veganen Bereich geeignet sind. Der Schwerpunkt der Anlagen liegt nicht mehr, wie traditionell, auf der Zerkleinerung von Fleischfasern, sondern auf der optimalen Durchmischung und Homogenisierung der verschiedenen Zutaten. Pulver und Flüssigkeiten werden darin innerhalb kürzester Zeit klumpenfrei durchmischt. Luft-einschlüsse werden durch Vakuum im Prozess ausgeschlossen. Manche Produktionsprozesse bei sojabasierten Produkten laufen temperiert besser ab; dafür kann die Masse durch die Wand der Anlagen mit Heizmedien gewärmt werden. www.glass-maschinen.de

Auf der Süffa (Halle 8, Stand B50) stellt Reich Thermoprozesstechnik das System Eco-Boost vor, das mit dem Prinzip der Feinstzerstäubung in der Kühldusche dabei hilft, den Wasserverbrauch zu senken. Die Ansteuerung der Dusche erfolgt über ein eingebautes Magnetventil und ist im Dauer- oder Intervallbetrieb nutzbar. Die Feinstvernebelung des Kühlwassers per Eco-Boost-Funktion verkürzt die Abkühlzeiten der Ware um bis zu 30 % und senkt zugleich den Wasserverbrauch um 50 %. Weitere Energie wird durch das modular verschweißte Gehäusekonzept – Funktionselemente wie Heizregister oder Lüfter sind intern angeordnet – sowie die Isolierung mit Mineralwolle gespart. Durch die Kassettenbauweise ist die Mineralwolle passgenau einsetzbar und verrutscht nicht. Zudem ist die Universalanlage Airmaster® UK 2500 ausgestellt.

Der Füllwolf von Risco ist ein Vorsatz für Vakuumfüllmaschinen, der Roh- und Brühwurstsorten vor dem Füllen zerkleinern kann. Das Produktbild lässt sich durch eine geregelte Schneidegeschwindigkeit und diverse Schneidsatzkombinationen anpassen. Eine Trenn- und Sortiervorrichtung sortiert harte Bestandteile wie Knorpel oder Sehnen

aus. Risco bietet außerdem Paddelmischer an, die Fleisch, Brät, Hackfleisch, Feinkostsalat aus Fleisch, Wurst, Fisch und viele andere Produkte mischen. Ausrüstbar sind sie mit Temperaturanzeige, Wiegeeinrichtung, Vakuumsystem, Direkt dampf, Kühlsystemen oder Doppelmantel. www.risco.de

Alle Vorzüge seiner Industriemaschinen überträgt Seydelmann nach Möglichkeit auf die Handwerksmaschinen, die auch auf der Süffa zu sehen sind (Halle 8, Stand A12). So stellen Metzger damit schon mit einfachen Rezepturen eine hohe Qualität her. Ab einem Schüsselinhalt von 60 l gibt es z. B. die Kutter mit einer Vakuum-

und einer Kochfunktion. Der geringe Luftsauerstoffeintrag bewirkt eine längere Haltbarkeit sowie die schnellere und stabilere Umrötung des Bräts. Die Kochfunktion ermöglicht Kochen und Kuttern im selben Arbeitsschritt. Aromen und Eiweißstoffe, die sonst im Kochwasser verloren gingen, bleiben im Brät erhalten. Der Konti-Kutter KK 140 AC-6 saugt vorzerkleinertes Material durch ein System von Loch- und Schneidplatten. Er ist auch mit einem zweiturigen Ultra-Antrieb erhältlich, wobei der erste Gang gröbere, der zweite feine Erzeugnisse schafft. Die einzelnen Platten befinden sich in minimalem Abstand zueinander und berühren sich nicht.



Besuchen Sie uns auf der SÜFFA in Stuttgart! 18.-20.10.2015 Halle 8 Stand D20

90 Jahre Innovation und Perfektion

Setzen Sie neue Maßstäbe mit uns.

FESSMANN GmbH und Co KG

Herzog-Philipp-Str. 39, 71364 Winnenden

Telefon 07195 701-0, Fax 07195 701-105

info@fessmann.de, www.fessmann.de

PARTNER SEIT 60 JAHREN

Im Juli 1955 wurde die Maja-Maschinenfabrik von Firmengründer Hermann Schill sen. in das Handelsregister der Stadt Kehl am Rhein eingetragen. In diesem Jahr blickt das Maschinenbauunternehmen auf 60 Jahre Firmengeschichte zurück.



Das Unternehmen entwickelt, produziert und vertreibt hochwertige Maschinen für die Lebensmittelbranche.

IMMER NAH AM KUNDEN

Das Produktprogramm gliedert sich in die Hauptgruppen Fleischereimaschinen, Scherbeneiserzeuger und Automatisierungslösungen auf. Das Angebot für fleischverarbeitende Betriebe umfasst Entschwartzungs-, Entfettungs- und Entvliesmaschinen sowie Geflügel- und Fischenthäuter. Ende der 1990er-Jahre eroberte sich das Unternehmen einen weiteren Markt und bedient die Fleischindustrie weltweit mit Schneidemaschinen und gewichtsgenauen Portioniersystemen für Frischfleisch. Die hergestellten Eiserzeuger kommen zur wirtschaftlichen Kühlung und verkaufswirksamen Präsentation frischer Lebensmittel zum Einsatz sowie bei der Herstellung von Wurst- und Backwaren. Kunden aus aller Welt schätzen die Qualität und Zuverlässigkeit der Maschinen. Dafür steht man im ständigen Dialog mit dem Markt, um die Anforderungen der Branchen aufzugreifen und passende Lösungen zu bieten. Das Ergebnis sind bis ins Detail durchdachte Produktlösungen, die eine wirtschaftliche Bearbeitung erlauben und dem Kunden echte Mehrwerte bieten. Die produzierten Maschinen lassen sich aber nicht nur an der zu erzielenden Ausbeute messen, sondern sie helfen auch dabei, höchsten Ansprüchen in Sachen Hygiene und Nachhaltigkeit gerecht zu werden. Die Auslandsniederlassungen in Omaha/USA und Entzheim bei Strasbourg/F sorgen für die Betreuung der Kunden in diesen Märkten. Außerdem kümmern sich Vertriebs- und Servicepartner in einem weltumspannenden Händlernetz um das Auslandsgeschäft, das mehr als 70 % am Gesamtumsatz ausmacht. Eine weitere Tochtergesellschaft, die Majatronik GmbH, ist am Standort Goldscheuer seit 2002 auf die Entwicklung und Fertigung zukunftsweisender Automatisierungslösungen für die Lebensmittelindustrie spezialisiert, insbesondere im Bereich der Robotertechnik. www.maja.de

- ▲ Ein Klassiker im Food-Business: Scherbeneiserzeugung im Wandel der Zeit.
- ▼ Führen das Unternehmen im Jahr des Jubiläums in dritter Generation: Joachim (l.) und Reinhard Schill (r.).



Das Jubiläum beging das Unternehmen Ende Juni mit einer Festveranstaltung und einem „Tag der Offenen Tür“. 180 Mitarbeiter inklusive 20 Auszubildenden sorgen am Firmensitz in der Kehler Gemeinde Goldscheuer dafür, dass Kunden in aller Welt Qualitätsmaschinen zur Verfügung stehen. Die Firmenphilosophie ist schlicht, aber anspruchsvoll: „Technik für die Zukunft“ lautet die Devise – seit dem Gründungsjahr. Heute leiten die Brüder Reinhard und Joachim Schill in dritter Generation als geschäftsführende Gesellschafter das Unternehmen, gemeinsam mit Prokurist Joachim Schelb, der seit 2011 als Gesamtvertriebsleiter diesen Geschäftsbereich führt.



KUNDEN MOBIL BEGEISTERN

Dreimal in der Woche verkauft die Fleischerei Rex aus Ringe im Landkreis Grafschaft Bentheim ihre Spezialitäten auf Wochenmärkten – seit kurzem mit einem neuen Verkaufsfahrzeug.

Das Hauptgeschäft mit Laden und Schlachtereie ist im Ringer Ortsteil Neugnadefeld angesiedelt. Seit 1960 steht die Fleischerei Rex in dem Landkreis direkt an der Grenze zu Holland für hohe Qualität, Frische und leckeren Geschmack. Für ihre hausgemachten Spezialitäten aus eigener Schlachtung und Produktion erhielt das zwölfköpfige Team um Fleischermeister Uwe Rex bereits mehrere Gütesiegel.

Zum Angebot zählen z. B. Fleisch- und Wurstwaren, Konserven im Glas, Suppen, zahlreiche Schinkenprodukte, eine vielfältige Palette an Grillartikeln, schlesische und ostpreußische Spezialitäten, Frikadellen, Schnitzel und Eisbein. Neben dem Hauptgeschäft werden die hausgemachten Fleisch- und Wurstwaren donnerstags und samstags auf zwei Wochenmärkten in Nordhorn sowie freitags in Haren verkauft. Dafür erwarb Uwe

Rex im März ein neues mobiles Geschäft von Seico Verkaufsfahrzeuge. „Es macht Spaß so viel Kontakt zu den Kunden und besonders zur Stammkundschaft zu haben. Das neue Verkaufsfahrzeug kommt optisch sehr gut bei den Kunden an“, erklärt der Fleischermeister. Vor dem Kauf seien ihm vor allem folgende Aspekte wichtig gewesen: Verarbeitungsqualität, Wertbeständigkeit, die Umsetzung von eigenen Ideen, ein perfekter Innenraum,

praktikable Detaillösungen, eine Kühlung der Superlative, gute Ausstrahlung nach außen sowie optimale Lichtverhältnisse. „Bei Seico wurde auf alle meine Anregungen und Wünsche eingegangen und die Umsetzung ist sehr gut gelungen“, resümiert der Fleischermeister heute und blickt voller Zuversicht auf sein Geschäft mit dem mobilen Verkauf. www.fleischerei-rex.de, www.seico.de



Bei der Verwendung von Kunstdärmen führt der Begriff „Kaliber“ nicht selten zu Missverständnissen. Das ist zum Teil geschichtlich bedingt, hat aber auch physikalische Gründe.



KALIBERFRAGE

Die größte Auswahl bezüglich des Kalibers gibt es bei Cellulose-Faserdärmen. In Europa werden diese Därme üblicherweise mit einem Nominalkaliber (namensgebendem Kaliber)

bezeichnet, das geschichtlich so gewachsen ist und nicht unbedingt logisch mit dem späteren Füllkaliber zusammenhängt. Um einen Überblick zu behalten, gibt es Übersichtstabellen, in denen vom empfohlenen Füllkaliber (RSD, Recommended Stuffing Diameter) gesprochen wird. Das spiegelt einen gesunden Mittelwert wider. Je nach Anwendung ist es möglich von dieser Empfehlung abzuweichen: Bei Rohwürsten füllt man eher leicht über diesen Wert, bei Brühwürsten leicht darunter, da sich eine thermische Behandlung mit einer gewissen erforderlichen Dehnfähigkeit anschließt. Zudem gibt es den Begriff Referenzkaliber, der sich eher am RSD orientiert, aber selten verwendet

wird. Für Wursthersteller sind das Füllkaliber sowie das Kaliber der fertigen Wurst entscheidend, damit sich die Ware gut verpacken lässt und für den Kunden attraktiv erscheint.

HAUTFASER-KOLLAGEN-DÄRME

Bei Hautfaser-Kollagendärmen ist die Situation transparenter, da sie im Allgemeinen nur mit dem Nominalkaliber bezeichnet werden und ein logischer Zusammenhang zwischen Nominal- und Füllkaliber besteht. Auch hier gibt es Tabellen, die eine Übersicht schaffen, denn ebenso wie beim Cellulose-Faserdarm ist der Hautfaserdarm nicht stufenlos im Kaliber einstellbar. Stattdessen gibt es fest definierte

Kaliberstufen. So stellt sich für Wursthersteller die Frage, welches Kaliber er einsetzen bzw. bestellen muss, wenn er ein bestimmtes Endkaliber erhalten möchte. Bei Rohwurstanwendungen kommt erschwerend hinzu, dass nach dem Füllen ein Gewichtsverlust auftritt, bei dem das Kaliber wieder schrumpft. Als erste Annäherung kann folgende Formel helfen, die auf der Annahme basiert, dass mit dem Feuchteverlust ein ebenso großer Volumenverlust einhergeht:

$$\text{Füllkaliber} = \sqrt{\frac{\text{Endkaliber}^2}{1 - \text{Verlust}\% / 100}}$$

Im Kunststoffdarmsektor wird mit Granulaten gearbeitet, die im ge-

CLIP-XL

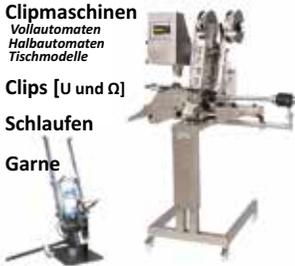
SPEZIALIST IN CUPTECHNIK

Clipmaschinen
*Vollautomaten
 Halbautomaten
 Tischmodelle*

Clips [U und Ω]

Schlaufen

Garne

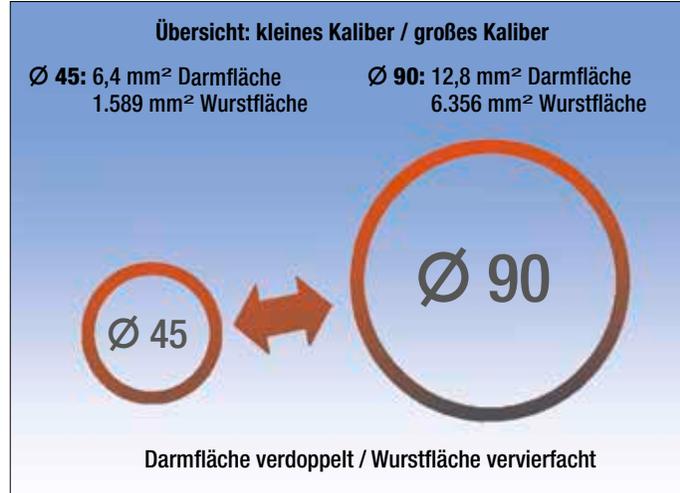


www.clip-xl.de

schmolzenen Zustand extrudiert werden und bei denen durch die Steuerung der Massenströme stufenlos jedes gewünschte Kaliber herstellbar ist – sofern es im Arbeitsbereich des Extruders liegt. So kommt ein weiterer Begriff hinzu, die Flachbreite. Sie stellt die Breite dar, die man erhält, wenn man einen Darm flach hinlegt, bzw. das Kaliber mit der Kreiszahl „ π “ multipliziert und durch zwei teilt. Umgekehrt multipliziert man die Flachbreite mit 2 und teilt den Wert durch „ π “ ein „Nullkaliber“. Das ergibt einen theoretischen Wert, denn die Hülle muss durch einen Fülldruck gedehnt werden, um eine pralle, ansprechende Wurst zu erhalten. Wie hoch diese Dehnung ausfallen muss, liegt zum Teil am Darm selbst und an der Anwendung. Därme die trocken gefüllt werden müssen, dehnen sich oft nur um 2 bis 3 %, nass gefüllte Därme um 4 bis 8 % und Kugelanwendungen bringen es auf bis zu 15 % und mehr Dehnung bezogen auf die trockene Flachbreite.

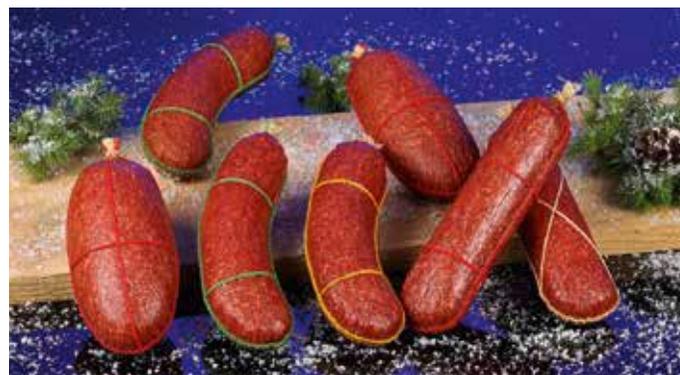
FLÄCHE UND UMFANG

Jetzt kommt ein elementarer physikalischer bzw. geometrischer Effekt hinzu: der Zusammenhang zwischen Fläche und Umfang. Bei einem Darm steht die Energiemenge, die sich aus dem Fülldruck im Inneren der Wurst und der Zugspannung in dem sie umgebenden Darm im Gleichgewicht. Steigt das Kaliber bei gleichbleibendem Druck, steigt die Fläche des Darms proportional, sofern man ihn nicht in seiner Wandstärke verändert.



Formeln für Flachbreite, Nullkaliber und Füllkaliber bei Kunststoffdarm:

Flachbreite = Kaliber · π / 2 Nullkaliber = Flachbreite · 2 / π
 Füllkaliber = Flachbreite · 2 · (1 + Dehnung % / 100) / π



Oskutex

Die Fläche der Wurst steigt aber als quadratische Gleichung. Dies hat zur Folge, dass der Darm überproportional mehr Energie abfangen muss, was ihn mit steigendem Kaliber flexibler macht. Obwohl das Darmmaterial in allen Fällen gleich stabil ist, verhält sich der Darm je nach Ausgangsflachbreite anders: je größer das Kaliber, desto flexibler ist der Darm. Wird üblicherweise im Kaliberbe-

reich von 50 bis 60 mm mit einem Fülldruck von 0,2 bis 0,3 bar gearbeitet, kann dieser beim Kaliber 38 auch einmal bei 0,4 bar liegen und beim Kaliber 100 nur bei 0,1 bar. Bei kleinen Kalibern fällt dieser Druckunterschied zwischen oben und unten kaum ins Gewicht und die Wurst kann im Hängen gekocht werden, ohne dass ein großer Kaliberunterschied am fertigen Produkt feststellbar

ist. Würde man dies mit Kaliber 100 mm tun, käme es zu großen Kaliber-Unterschieden zwischen Kopf und Fußbereich der Wurst, der sog. Birnenform.

Der Fläche-/Umfang-Zusammenhang hat nicht nur Einfluss auf das Kaliber-, sondern auch auf das Clipverhalten. So kann es passieren, dass ein Clip, der bei Kaliber 40 mm sehr gut hält, bei Kaliber 44 nicht funktioniert, obwohl er groß genug ist und den Darm sicher umschließt. Für eine lockerere Füllung ist ein stabilerer Clip nötig. Die Last, die der Clip tragen muss, ist, nicht um 10 %, wie das Kaliber, sondern um 21 %, wie die Querschnittsfläche gestiegen. Darmhersteller reagieren auf diesen Effekt, indem sie für kleine Kaliber andere Hüllen mit unterschiedlichen Wandstärken anbieten als für große Kaliberanwendungen. Zudem ist es möglich intern die Materialstärke der tragenden Schichten der jeweiligen Anforderung anzupassen. Bei unverstreckten Polyamid-därmen ist das offensichtlich, da sie meist mit der Dickenangabe gehandelt werden und die Materialstärke direkt mit der Stabilität des Darms zusammenhängt. Im Cellulose- und Hautfaserdarm-Bereich ist dies eine lange gelebte Tradition, da sich die Kaliber langsam in den letzten 75 Jahren mit den jeweiligen Anwendungen entwickelt haben.

ZUSAMMENFASSUNG

Es gibt nicht nur zahlreiche Möglichkeiten ein und dasselbe Kaliber zu bezeichnen, sondern auch phy-

Foto: Oskutex, Diagramm: Supralon



MEHR ALS NUR EIN DARM!



SPM *Sun Products Vertriebs GmbH
 Parkstr. 21 · 76131 Karlsruhe
 ☎ 0721-62811-0 · Fax 0721-62811-28
 spm@sun-products.de · www.sun-products.de



Clip-XL



SPM*Sun Products



Oskutex

sikalische Einflussgrößen, welche die Kaliberbestimmung erschweren. Eine genaue Kenntnis des gewünschten Endkalibers in Kombination mit dem zu erwartenden Prozessverlauf ist die Grundlage für eine erfolgreiche Auswahl des Kalibers. Dabei ist eine enge Zusammenarbeit zwischen dem Wursthersteller und dem Darmlieferanten unabdingbar und erfordert auf beiden Seiten qualifizierte Mitarbeiter. Eine goldene Regel, welches Kaliber wann einzusetzen ist, gibt es nicht. Eine praktische Erprobung ist immer nötig, wobei Erfahrungswerte eine wesentliche Hilfestellung bei der Erstauswahl schaffen und die Premiere erleichtern. *Ralf Schmalfeld, Supralon*

EINIGE NEUHEITEN

Den neuen Clip-Automaten K4-60 von Lorenzo Barroso führt der Clip-Spezialist *Clip-XL* ein. Der vollautomatische Doppelclipper eignet sich für viele Kunst- und Naturdärme bis ca. Ø 65 mm und ist z. B. für die schnelle Abfüllung von Wurst, Saucen, Kräuterbutter, Suppen oder Halberzeugnissen in eine preiswerte Schlauchfolie geeignet. Er wird aus Edelstahl und Kunststoff hergestellt und ist wartungsarm. Das Unternehmen wurde 2012 von Robert und Helma Onstenk gegründet, liefert ein vielfältiges Sortiment an Clipmaschinen und bietet einen Wartungsservice für Maschinen verschiedener Marken. Die Unter-

nehmensgründer sammelten gemeinsam über 15 Jahre Erfahrung bei einem Global Player in dieser Branche www.clip-xl.nl. Zahlreiche Formen an Kunst- und Naturdärmen führt *Oskutex* im Sortiment. Für Brüh- und Kochwurst, Leberpasteten, Convenienceprodukte, Suppen oder Zwiebelmettwurst eignet sich der Mehrschichtdarm Multibar, der in der Sonderausführung Multibar-F als bedruckbarer, verkaufsfördernder Mehrschicht-Schrumpfdarm für alle Produkte einsetzbar ist, die in Formen hergestellt werden. Die formgenähte Faserhülle *NaloFashion* gibt es in zahlreichen Ausführungen und Kalibergrößen und ist etwa für Brüh-Halbdauerwaren oder

streichfähige Rohwurst verwendbar. Die individuelle Bedruckbarkeit machen die saisonale Variante, z. B. zu Weihnachten, zur vielfältig einsetzbaren Hülle. Neben Kunstdarm-Wursthüllen fertigt das Unternehmen Textildärme, die optisch Naturdärmen ähneln, genäht werden können, aber nicht essbar sind. Der beschichtete Textildarm *Betex KB* und *Rotex* für Koch- und Brühwurst ist individuell bedruckbar. Die *Flyer* „Halloween“ und „Weihnachtliches für das Fleischhandwerk“ stellen u. a. die formabgenähten Faserhüllen vor – ein Produkt, ein Füllgewicht, ein Preis, drei Formen und fünf verschiedene Schnürnähte. www.wursthullen-shop.de

Die Funktionshüllen von *SPM*Sun Products Vertrieb* gewährleisten ein effizientes Arbeiten und eine gleichbleibende Produktqualität. Beispiele dafür sind die *Sun Spice* Gewürzdärme, die Spezialitäten mit Dekorwürzung in über 100 Variationen ermöglichen, oder die *Sun Color* Därme Mehrwerthüllen, die während der Verarbeitung essbare Farbe auf den Füllgutrand übertragen. Die rauchdurchlässigen *Sun Color* Hammelkappen in Schwarz und Braun Netzdruck eignen sich etwa für Brühwurst oder Schwarzrauchsalami. Zudem gibt es den getrockneten Schweinedarm *Sun Nature Twister* Darm in 3D-Optik, der nicht gekühlt werden muss und als Abschnitte oder geraffte Ware in den Kalibern 40, 58 und 80 mm erhältlich ist. www.sun-products.de

CDS: ERFOLGSREZEPT FAMILIE

Das Fleischerhandwerk liegt bei den Hackners in den Genen. Bereits das Familienwappen aus dem Jahr 1657 zeigt das Fleischerbeil. Die erste Firma wurde 1928 im ehemaligen Schlachthof Frankfurt/Main aufgebaut. Der „richtige“ Start in den Markt war jedoch die Gründung der *Crailsheimer Darmsortierbetrieb GmbH (CDS)* vor mehr als 40 Jahren.

Die Hackners waren Pioniere in Sachen Naturdärme. Im Geschäftsbereich Schlachtnebenprodukte agieren sie als Global Player und zählen heute zu den Top 3 in Europa. Mit ihrem High-Tech-Lager für Tiefkühlprodukte sind sie gefragte Systempartner. Vater Hanspeter Hackner und Sohn Michael kennen als Geschäftsführer von *CDS Hackner* ihr Erfolgsrezept: „Wir sind durch den Familienzusammenhalt groß geworden, sind unabhängig, können schnell entscheiden und haben die Freiheit, mutig und innovativ zu sein“, sagt der Senior. Am Standort *Crailsheim* arbeiten 250 Beschäftigte. Die Inhaber legen Wert auf eine Atmosphäre, die den Teamgeist fördert und Möglichkeiten zum eigenverantwortlichen Arbeiten bietet. Knapp die Hälfte der 143-köpfigen Stammbesellschaft arbeitet seit über zehn Jahren bei *CDS*. Michael Hackner wird in absehbarer Zeit an der Spitze des Unternehmens stehen. Aber wenn der Vater geht, wird er bleiben. Sohn Michael möchte ihn als Berater auf Zuruf behalten. Er wird ihn bekommen. www.cds-hackner.de



JETZT Prämie sichern!

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



Zur Begrüßung erhalten Sie ein exklusives Geschenk:

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



30-€-Gutschein BestChoice

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

FH 5/2015

_____ Datum, Unterschrift

KONZEPT CORPORATE FASHION

Ein einheitlicher Auftritt in ist auch für Fleischereien ein Erfolgsfaktor. Tipps zu Praxis und Kostenkontrolle gibt Claudia Kuntze-Raschle, Geschäftsführerin von Kuntze & Burgheim Textilpflege, einem Vertragswerk von DBL.

Frau Kuntze-Raschle, was überzeugt Betriebsinhaber, ein Corporate Fashion-Konzept einzuführen?

Betriebsinhaber legen in erster Linie Wert auf die gelungene Umsetzung der Kleidung in Übereinstimmung mit den gewünschten Marketingkonzepten. Viele überzeugt aber vor al-

lem ein Gesamtkonzept in Bezug auf die komplette Logistik, wie es textile Mietdienstleister anbieten. Das umfasst eine fachgerechte Pflege, externe Lagerhaltung, zuverlässige Lieferzeiten und überschaubare Kosten. Hier erweist sich nicht nur kompetente Beratung, sondern auch ein Rundum-Service als äußerst praktisch.



Worauf kommt es im Vorfeld der Einführung an?

Die Einführung einer Corporate Fashion (CF) ist ein stetiger Prozess, der alle Beteiligten fordert. Aus unserer Erfahrung zeigt sich, dass nur ein offenes innerbetriebliches Miteinander von Geschäftsführung und Team zu einer Lösung führt, die sich im beruflichen Alltag bewährt. Darum gehört für uns im Vorfeld aller Entscheidungen die ausführliche Beratung inklusive individueller Bedarfsanalyse zum Konzept.

Wo liegen bei der Umsetzung die größten Herausforderungen?

Darin, eine gelungene, von den Mitarbeitern akzeptierte, aber auch finanzierbare Lösung zu finden, die den Ansprüchen an Optik, Funktion und Tragekomfort gerecht wird. Egal, ob der Mitarbeiter groß, klein, schlank oder untersetzt ist. Auch die gewebege- rechte Veredelung durch Einstickungen oder Aufdrucke bildet eine Herausforderung. Schließlich dürfen die Qualitätsstandards der Gewebe in punkto Farbbeinheit, Strapazierfähigkeit und Formbeständigkeit der Materialien nicht vernachlässigt werden.

Welche Schritte sind für den Unternehmer erforderlich?

1. Erstellen Sie zunächst eine Bedarfsanalyse. Hier sollten Punkte wie Farbspektrum, Logo, benötigte Mengen für die Mitarbeiter, Zusammenstellung der Kollektionsteile, Einsatzgebiete und Anforderungen an die Kleidung berücksichtigt sein.

- 2.** Berufskleidung ist ein komplexes Thema. Holen Sie sich bei Bedarf professionelle externe Beratung, egal ob durch den Lieferanten oder einen textilen Mietdienstleister.
- 3.** Zudem sollte man den finanziellen Rahmen klären und was investiert werden soll. Dazu zählt auch, ob die Kleidung gekauft oder geleast wird.
- 4.** Entwickeln Sie ein Konzept, d. h. entscheiden Sie, ob CF in Form einer individuellen Veredelung von Standardkleidung ihre Ansprüche erfüllt. Oder ob eine neue, eigene Kleidung eingeführt werden soll.
- 5.** Achten Sie darauf, dass seitens des Lieferanten oder textilen Mietdienstleisters das Konzept auch mit Zeichnungen, Geweben, Farbvarianten und Schnittmustern präsentiert wird. So werden unnötige Überraschungen und Fehlentscheidungen vermieden.
- 6.** Legen Sie wesentliche Komponenten der Kleidung konkret und detailliert fest.
- 7.** Bestehen Sie auf ein Probetragen mit den gewünschten Geweben und Schnitten, in der Regel mit Standardkleidung.
- 8.** Gleiches gilt für die Anfertigung und Präsentation von Musterteilen im gewünschten Corporate Design.
- 9.** Legen Sie vertragliche Inhalte wie etwa die Lieferfähigkeit und Ersatzbeschaffung mit dem textilen Partner fest.

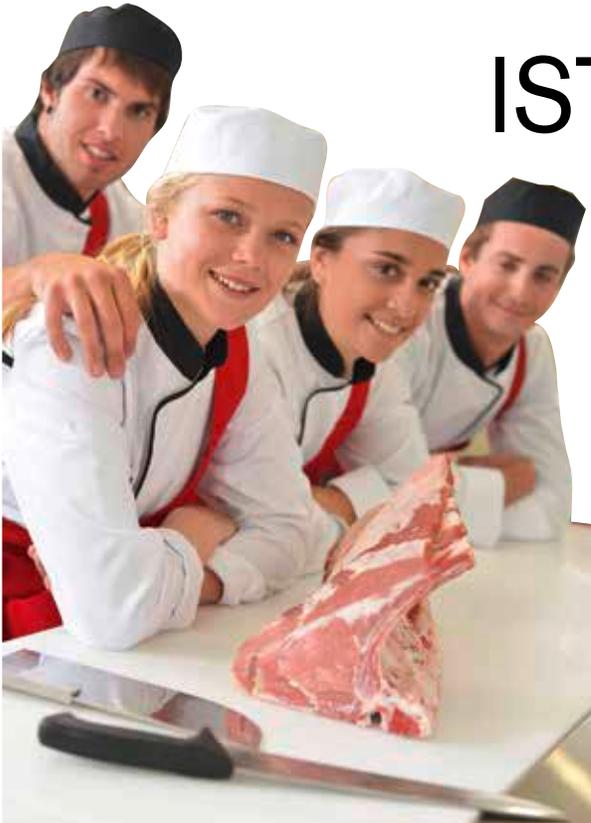
Wie werden die Mitarbeiter eingebunden?

Berufskleidung ist wie Freizeitkleidung ein emotionales, persönliches Thema, das jeden interessiert. Zudem fällt es in vielen Fällen unter die betriebliche Mitbestimmung. Daher ist es sinnvoll, eine Projektgruppe in die Planung einzubeziehen. So werden viele Ideen und Anregungen eingebracht und eine hohe Akzeptanz bei den Mitarbeitern erreicht. Entscheidend ist auch ein Probetragen. Das sollte durchgeführt werden, um für alle Beteiligten Klarheit zu schaffen.

Vielen Dank für das Gespräch!



HANDWERK IST SEXY



Ein Fleischermeister fragt einen Bewerber im Vorstellungsgespräch: „Können Sie Dreisatz?“ Dessen Antwort lautet: „Natürlich, Anlauf nehmen und dann möglichst weit springen!“

Wem dabei das Lachen im Halse stecken bleibt und wer sich an unzählige, ergebnislose Vorstellungsgespräche erinnert, teilt ein Schicksal vieler Handwerksbetriebe. Allorts wird die „schlechte Qualität“ von Schulabgängern bemängelt. Viele Bewerber erscheinen unausgeschlafen, ungepflegt und unmotiviert zum Bewerbungsgespräch, scheinen keine Ahnung von Deutsch und Mathematik zu haben und man fragt sich, ob sie je eine Schule von innen gesehen haben. Nun wäre es einfach, ins allgemeine Wehklagen einzustimmen und die Schuld auch künftig auf die Eltern, das Schulsystem und die Politik zu schieben. Es gibt aber auch einen anderen Weg, der nicht einfach ist, aber jede Menge Perspektiven bietet. Dabei gilt es, die Auszubildenden bei ihrer Ehre zu packen und ihnen das Gefühl zu geben, gebraucht zu werden – natürlich mit Eigenverantwortung. Es müssen Anreize geschaffen und aufgezeigt werden, welche Entwicklungsmöglichkeiten jeder einzelne Lehrling hat. Weitere

Tipps für die Praxis

- Jeder Azubi erhält einen „Paten“, an den er sich mit allen Fragen wenden kann. Dieser kümmert sich auch um die Kontrolle des Berichtshefts, das Erreichen der Ausbildungsziele sowie den Wechsel zwischen verschiedenen Abteilungen/Arbeitsplätzen.
- Sich viel Zeit für die Auszubildenden nehmen und sie nicht als billige Arbeitskräfte und Aushilfen sehen und behandeln. Je intensiver das Bemühen ist, desto schneller wird daraus eine wertvolle Arbeitskraft.
- Azubis mit Wissen, z. B. Lehrgängen, belohnen, wenn sie ein Teilziel erreicht haben. Viele Menschen blühen auf, wenn sie bemerken, dass jemand an sie glaubt.
- Azubis ein neues Produkt entwickeln oder Abläufe verbessern lassen.
- Geduld mit „Spätzündern“ haben, die später meist die treuesten, dankbarsten und fleißigsten Mitarbeiter sind.
- Auf Messen, in den Medien und in sozialen Netzwerken aktiv mitteilen, das man ein „echt cooler Ausbildungsbetrieb“ ist.

Chancen bietet auch die Beschäftigung von Flüchtlingen, von denen wohl wenige eine „Motivationspritze“ benötigen.

Die Profiküche der Zukunft!

Sie wollen in Ihrem Betrieb nachhaltig und zukunftsorientiert handeln? Statt der üblichen „Floskeln und Allgemeinheiten“ steckt unser Buch „Die nachhaltige Profiküche in Theorie und Praxis“ auf 266 Seiten voller:

- umsetzbarer Tipps
- Best Practice Beispiele
- Hintergrundinformationen
- Checklisten
- Rezepte

die Ihnen helfen, im Umgang mit Food und Technik nachhaltig zu agieren. Das kommt Ihrem Budget, Ihrer Qualität, Ihren Mitarbeitern und nicht zuletzt der Umwelt zugute.

NEU:

- Glossar schafft schnellen Überblick
- 30 Seiten mehr als die 1. Auflage

ISBN 978-3-928709-17-0

39€*



BESTELLEN SIE HIER

www.gastroinfoportal.de/profikueche/

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Ridlerstraße 37 • 80339 München



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

Flexibler Anhänger für Profis



Der Kühlthekenverkaufsanhänger Serrano von Wörmann bietet in der Standardausstattung u. a. eine Kühltheke mit Rundverglasung und Granit-Arbeitsplatte, Kühlstauflächen unter der Kühltheke, zweiflügelige Unterbauschränke unter der Arbeitstheke sowie ein Doppelspülbecken mit Spülen- und Hängeschrank. An der Rückwand ist ein vierarmiges Edelstahl-Design-Wurstgehänge montiert. LED-Beleuchtung hinter der Blende mit Ornamentausschnitt rückt die Ware ins richtige Licht. Lieferbar ist der Anhänger in den Längen 3 m, 3,80 m, 4 m und 4,50 m, als Tandemversion in den Längen 4 m, 4,50 m, 5 m und 6 m. www.woermann.eu

Kulinarische Rauchzeichen

Neu in der Range der Produkte mit Raucharomen von Wiberg ist die Dip-Sauce Smoked Honey. Fruchtig-rauchig, mit tasmanischer Bergpfefferschärfe und dezenter Honignote – so lautet die Charakteristik der Sauce. Sie eignet sich z. B. zu Spare Ribs, Steaks und Burgern, aber auch einen Rostbraten mit Whiskeysauce, ein Honig-BBQ-Risotto oder ein Smokey Club Sandwich mit Süßkartoffelspalten ergänzt sie harmonisch. Angeboten wird sie in Quetschflaschen mit neuem Verschluss, bei dem eine Silikonmembran an der Ausgießöffnung ein sauberes Dosieren ermöglicht. Weitere rauchige Varianten sind Wiberg Paprika geräuchert oder das schwarze Gewürzsalz Black BBQ. www.wiberg.eu



Richtig schärfen

Die Bandschleifmaschine SM-140 UltraSharp mit Wasserkühlung für das Band von Friedr. Dick schärft Hand- und Maschinenmesser und schleift Werkzeuge. Auf dem 1 m langen und 50 cm breiten Schleifband lässt sich schnell und materialschonend ein neuer Anschlag anbringen sowie Beschädigungen der Schneide herausschleifen. Die Wasserkühlung verhindert ein Überhitzen der Schneide und bindet Schleifstaub. Ein Nachschärfen der Klinge vom Griff bis zur Spitze ist so sichergestellt. Auf der Filzpolierscheibe erfolgt das Abziehen und Polieren der Schneide. Technische Details sind Drehzahloptimierung sowie Nullspannungsauslöser. Den Motor mit 500 W und Direktantrieb gibt es als 230-V- und 400 V-Variante. Süffa: Halle 8, Stand C50

Schwedischer Hackfleisch-Hit



Hackfleisch skandinavisch – Fleischer, eine Marke von Dr. Oetker Professional, hat sein Fix-Sortiment um die Variante Schwedische Hackbällchen Köttbullar erweitert. Mit diesem neuen Beiverkaufsartikel sowie Hackfleisch aus der Frische-theke gelingt es den Kunden, das schwedische Traditionsgemacht mit der typischen, hellen Soße zuhause einfach zuzubereiten. Als Beilage dazu passen etwa die Wildpreiselbeeren aus der Fleischer-Range. Die neue Fix-Sorte enthält gesetzeskonform keine Geschmacksverstärker, Farbstoffe und Konservierungsstoffe. www.oetker-professional.de, www.fleischer-feinkost.de

Warenwirtschaft 12.5 live

Syner.con und Apro.con, Anbieter von Software, Tools und Konzepten für Metzgereien und Lebensmittelbetrieben, zeigen auf der Süffa die Version 12.5 der Software



Warenwirtschaft Apro.con, die Funktionen zur Offene-Posten-Verwaltung beinhaltet. Darüber hinaus präsentiert Syner.con Lösungen zur Rückverfolgung, Kennzeichnung und zur Anbindung von Gastro-Konzepten. Am Stand ist die Warenwirtschafts-Software im Livebetrieb und vernetzt mit Touchscreen-Thekenwaagen der UC Evo Line von Mettler Toledo zu sehen. Süffa: Halle 6, Stand D44

UNTERNEHMEN IM NETZ

clippy GmbH www.clippy.de

CLIPPY® Classic · CLIPPY® Stabil · CLIPPY® Country

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

- Camping
- Hobby
- Freizeit
- Ausstufung
- Ikum
- Messie
- Industrie

Clippy hat viele herausragende Eigenschaften:

- Format ca. 900 x 500 x 25 mm
- Fußraum und Fußbrocken
- nutschammand
- druckfest
- einwandfester Wasserlauf
- hygienisch und elastisch
- verhindert Ermüdungserscheinungen
- leicht verlag- und wiederaufnehmbar
- Zuschnitt auf jedes Zwischenmaß möglich

Mediterrane Portionen



Passend für die Bedürfnisse kleinerer Haushalte: „L'Aubergine“, die Antipastimarkte von Grossmann Feinkost, hält für die Kühltheke und den Imbiss von Fleischereien Antipasti in kleinen Verpackungsgrößen bereit. 44 Sorten der mediterranen Spezialitäten werden in 125-g- bzw. 150-g-Schalen verpackt offeriert. Enthalten sind gegrillte und gefüllte Antipasti wie

Kirschnaprika, gefüllt mit Frischkäse, Oliven, mediterrane Salate und Cremes sowie mariniertes Ziegenkäse mit Kräutern. Die Antipasti werden per Hand mit einem geringen Ölanteil abgefüllt und dekoriert. Der Hersteller verwendet dafür Zutaten weitgehend ohne Farb- oder andere Zusatzstoffe. www.grossmann-feinkost.de



500 Tage gereift

Zwei neue Spezialitäten für die Käsetheke bietet Vandersterre Holland: Landana 500 Tage und Landana Kürbiskern. Ersterer ist an seinem bronzenen Etikett erkennbar und 500 Tage gereift, voll und rund im Geschmack – versehen mit

eleganten, mineralischen Kristallen. Bei der zweiten Sorte handelt es sich um einen Herbstkäse mit Kürbiskernen. Der orange-farbene Käse schmeckt nach mildem Knoblauch und einem Hauch von Ingwer. www.Landanakaese.de



Temperaturdaten griffbereit

Das mobile WLAN-Datenlogger-System testo Saveris 2 von Testo überwacht und dokumentiert die Temperaturen von Fleisch- und Wurstwaren in Kühlräumen und Verkaufstheken automatisiert. Die Messdaten werden in der Testo-Cloud gespeichert und können jederzeit per PC, Smartphone oder Tablet abgerufen und analysiert werden. Wird ein kritischer Wert überschritten, alarmiert das System einen Verantwortlichen sofort per E-Mail oder SMS. www.testo.de

Keimfrei mit Sensor

Das Risiko, beim Händewaschen und -desinfizieren Keime zu übertragen, sinkt durch Sensortechnik. Initial hat daher seine Spenderserie Signature für Waschräume um einen berührungslosen Händedesinfektionsspender ergänzt. Das Modell kann an einer Wand montiert werden oder ist mit Standfuß mobil einsetzbar. Befüllt wird es mit Creme- oder Schaumseife bzw. Händedesinfektionsgel oder -schaum. Neu ist ein Gel zur Händedesinfektion auf Biozid-Basis, das bis zu 24 Stunden wirkt. Die Spender sind in den Farben Weiß, Silber, Gelb, Rosa, Rot, Lila, Blau, Türkis, Grün, Schwarz und Champagner erhältlich. www.initialservice.de



Praktischer Allrounder

Die Messerschleifmaschine K 20 von GS-Schleiftechnik ermöglicht Nassschleifen und Polieren in einem Gerät. Die langsam laufende Nassschleifscheibe und ein vorgegebener Messerwinkel garantieren dem Bediener eine sichere Handhabung. Die Polierscheibe (Ø 250 mm) bietet ein sicheres Abziehen der Schneide und hält etwa 50.000 Schleifvorgänge.



Laut Unternehmen erhöht sich durch die langlebige Messerschneide die Standzeit des Messers gegenüber dem Trockenschliff um das Doppelte.

Zudem gibt es eine Zusatzlösung für das Schleifen von Kuttermessern bis zu einer Größe von 100-l-Kuttern. Süffa: Halle 8, Stand D75

Verstellbarer Zwischenboden



Im Mittelpunkt des Messeauftritts von Wükaro auf der Süffa steht der neue höhenverstellbare und ausziehbare Zwischenboden. Dadurch werden die Auslieferung von Platten sowie das normale Be- bzw. Entladen

erleichtert. Der Boden ist einseitig rutschhemmend beschichtet und kann bei Bedarf komplett aus dem Fahrzeug herausgenommen werden. Durch seitlich montierte Airline-Schienen ist er höherverstellbar. Je nach Fahrzeugmodell ist er bis zu einer Länge von ca. 1,50 m herausziehbar. Die Belastbarkeit liegt bei etwa 200 kg. Zudem bietet das Unternehmen die vollintegrierte Kühlanlage für den VW T6 an, durch die mindestens sechs E2-Kisten zusätzlich im Fahrzeug Platz finden, was durch den komplett in die Decke integrierten Flachverdampfer möglich ist. Auch für den neuen VW Caddy ist ein Kühlausbau lieferbar. Süffa: Halle 6, Stand E60

Fotos: Vandesterre Holland, Testo, Rentokil Initial, GS Schleiftechnik, Wükaro

Reinigen, Spülen und Desinfizieren mit Produkten von Seeger



72336 Balingen - Tel. 07433 960-0
www.seeger-balingen.com



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

Seeger-Produkte erhalten Sie im Fleischereibedarfs-Großhandel

GESUCHT & GEFUNDEN

Arbeits- und Einwegschutzkleidung, Food- und Berufskleidung

HELE
Hygiene-, Arbeitsschutzkleidung und mehr...

Gesamtkatalog gratis anfordern!

HELE GmbH
Gutenbergstr. 16 · 91560 Heilsbronn · Tel. 09872 / 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

Augenlicht
RETTER
gesucht!

Jetzt mitmachen –
werden Sie AugenlichtRetter!
www.augenlichtretter.de

cbm

Autoklaven

KORIMAT

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

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

Backtrennmittel

Wir kriegen's gebacken!

PROFI - „LÖSUNG“
für alle Brat- und Backformen

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

boyer/ backservice

www.boyersbackservice.de

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

Entsehnungsmaschinen 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

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

Lebensgeschichten

... weiter erzählen. Unterstützen Sie uns mit einer Kondolenzspende:

0800 / 200 400 1
www.alzheimer-forschung.de

Fleischereimaschinen

▲ Füllen
▲ Küttern
▲ Wölfen

DUKER REX
FLEISCHEREIMASCHINEN

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

gastroinfo portal
www.gastroinfoportal.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

FRUTAROM
SAVORY SOLUTIONS

Gewürzmüller GEWÜRZMÜHLE NESSE

- GEWÜRZE UND GEWÜRZMISCHUNGEN
- FUNKTIONELLE ZUSATZSTOFFE
- CONVENIENCE
- STARTERKULTUREN
- FOOD SYSTEMS / SAUCEN & ZUBEREITUNGEN
- BIO SORTIMENT

FRUTAROM SAVORY SOLUTIONS GMBH
Siemensstraße 1
D-70825 Korntal-Münchingen
Tel +49 (0)7150/2090-0
Fax +49 (0)7150/2090-7000
sginfo@frutarom.com
www.frutaromsavory.com

JANS Bio Marinaden im Zip-Beutel

Fleisch, Fisch, Gemüse, Tofu
im Beutel marinieren!

www.jans-marinade.de



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

Gewürze



Die ganze Welt des Würzens

Geschmack · Service
Technologie

HAGESÜD INTERSPICE
Gewürzwerke GmbH & Co. KG
71282 Hemmingen
Saarstraße 39
Telefon: (0 71 50) 9 42 60
www.hagesued.de
E-Mail: info@hagesued.de
Member of **ICL Group**



**Danke! Ich habe
meinen Weg gefunden.**

Jugendliche haben die Chance auf eine gute Zukunft verdient. Ebnen Sie den Weg dafür. Mit Ihrer Zuwendung an die SOS-Kinderdorf-Stiftung ermöglichen Sie benachteiligten Jugendlichen eine solide Ausbildung und gestalten Perspektiven.

Petra Träg, 089 12606-109
petra.trag@sos-kinderdorf.de



SOS-Kinderdorf-Stiftung
www.sos-kinderdorf-stiftung.de

Gütezusätze



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

Hygienetechnik



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

www.walter-geraetebau.de

WALTER Gerätebau GmbH

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

Klima- und Rauchanlagen

info@autotherm.de



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



Kochkammern und -schränke

info@autotherm.de



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

Kühlfahrzeuge



HEIFO Kühltransporter
Alles aus einer Hand.
Hochwertige Isolierungen und
Kühlanlagen für:
alle Fahrzeughersteller • jedes Modell/Größe
jede Branche • individuelle Anforderungen
Tel. 0541 5843-135
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



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 thekenTV

Das digitale Kunden-
Informationssystem für
die moderne Fleischerei



Moderne Info-Displays

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

**www.promedia-
thekenTV.de**



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

Kunstdärme



HansSchütt
Kunstdärme 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

Messer für Lebensmittelverarbeitungs- maschinen



Schneidwerkzeuge GmbH
Lebbiner Str. 18 | D-15859 Storkow
Tel. +49 (0)33678-649-0 | Fax ...-649-22
info@astorblades.de | www.astorblades.de/com
Kütermesser | Abschnidmesser | Schweinespaltmesser
Gattermesser | Entschwarkungsklingen | Gefriergutschneider
Slicermesser | Kreismesser | Steakermesser | Injektormadeln
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

FleischNet.de

Online-Magazin rund um Fleisch und Wurst

Wir liefern IHNEN Inhalte, die SIE brauchen.

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

**Rohrbahnanlagen
Schlachttechnik
Stefan Ochs**

36381 Schlüchtern-Hütten
Tel.: 0 66 61/69 73, Hy: 01 72/8 03 21 61
www.stefan-ochs.de

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

Spülmaschinen

MEIKO

Mit dieser Technik spült die Welt

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

www.FleischNet.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

Aktion Deutschland Hilft Das starke Bündnis bei Katastrophen



Wenn Menschen durch große Katastrophen in Not geraten, helfen wir. Gemeinsam, schnell und koordiniert.

Jetzt Förderer werden unter:
www.Aktion-Deutschland-Hilft.de



Logo for Aktion Deutschland Hilft, Bündnis deutscher Hilfsorganisationen.

Vakuumverpackung

lava Professionelle Vakuumpackung
Produkte jeder Größe vakuumieren & bis zu 3 Schweifnähte 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

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

Warenwirtschaft

Produktion · Verkauf · Catering

aAPRO.CON

Warenwirtschaft mit System

Im Vertrieb der
SYNER.CON
DIE SYSTEMLÖSER

☎ 0441/93925787 · aprocon.de



Impressum 4. Jahrgang
Offizielles Organ von:



Verlag:
B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG,
Verlagsniederlassung München
Postadresse:

Postfach 21 03 46,
D-80673 München

Hausadresse:
Ridlerstraße 37,
D-80339 München

Telefon: (089) 370 60-0
Telefax: (089) 370 60-111
Internet: www.blmedien.de
E-Mail: muc@blmedien.de

Verlagsleitung München:

Annenmarie Heinrichsdobler (089) 370 60-100
Paula Pommer (Stv.) -110

Redaktion:

Marco Theimer (mth), (089) 370 60-150
Chefredakteur (verantwortlich i. S. d. P.)
Christian Blümel (chb) (089) 370 60-185

Ständige Autoren:

Heike Sievers, Astrid Schmitt,
Fritz Gempel (fge)

Anzeigen:

Paula Pommer (089) 370 60-110
(verantwortlich)
Gerhild Burchardt -205
Fritz Fischbacher -230
Rosi Höger -210
Gabriele Leyhe -225
Rocco Mischok -220
Bernd Moeser -200

Gültige Anzeigenpreisliste Nr. 18
vom 1.1.2015

Anzeigenabwicklung:

Stefanie Wagner -260
Felix Hesse -261

Layout:

Sanda Kantoci -256
Michael Kohler -255
Liane Rosch -258
Lifesens e.V.
Rita Wildenauer

Abonnementbetreuung:

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 auszug-
weise, nur mit vorheriger Genehmigung
des Verlages erfolgen. Im Falle von

Herstellungs- und Vertriebsstörungen
durch höhere Gewalt besteht kein
Ersatzanspruch. Für den Inhalt der
Werbeanzeigen ist das jeweilige
Unternehmen verantwortlich.

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

Gerichtsstand: Hilden

ISSN: 2192-5033

Der Informationsgemeinschaft
zur Feststellung der
Verbreitung von
Werbeträgern
angeschlossen.



Der Rezeptkalender 2016

IHR BESONDERER KUNDENSERVICE:

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

MEHR GENUSSMOMENTE IM INTERNET:

Auf www.fleischerkalender.de finden Ihre Kunden viele ergänzende Informationen zu den Kalenderthemen.



Bestellen Sie
bis 30.09.2015 zum
AKTIONSPREIS!
Sie sparen mehr
als 10%

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

Ja, ich/wir bestelle(n)

hiermit zu den genannten

Preisen und Lieferbedingungen _____ Stück
des Fleischerkalenders 2016.

Kalender-Menge	Aktionspreis/Stück bis 30.09.2015	Normalpreis/Stück ab 01.10.2015
50 bis 499 Stück	0,79 €	0,89 €
ab 500 Stück	0,77 €	0,87 €
ab 1.000 Stück	0,74 €	0,84 €
ab 2.000 Stück	0,71 €	0,81 €
ab 5.000 Stück	0,69 €	0,79 €

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

ACHTUNG: Firmeneindruck nur bei
Bestelleingang bis zum **16.10.2015** möglich!

Alle Preise zzgl. Versandkosten und MwSt.

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

Bitte Zutreffendes ankreuzen:

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

Firma

Vorname/Name

Straße/Nr.

PLZ/Ort

Telefon/Fax

E-Mail

Datum/Unterschrift

Sie lieben Überraschungen?



Wir übrigens auch. Und deshalb können Sie unseren einzigartigen und neuen Winkelwolf auch erst auf der **SÜFFA** erleben.

Sie sind gespannt? Dann besuchen Sie uns....

Halle 8, Stand A 50

www.kgwetter.de