

FH FLEISCHER-HANDWERK

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



IFFA-VORSCHAU

**Lust auf
Fleisch**

AUTOMATEN

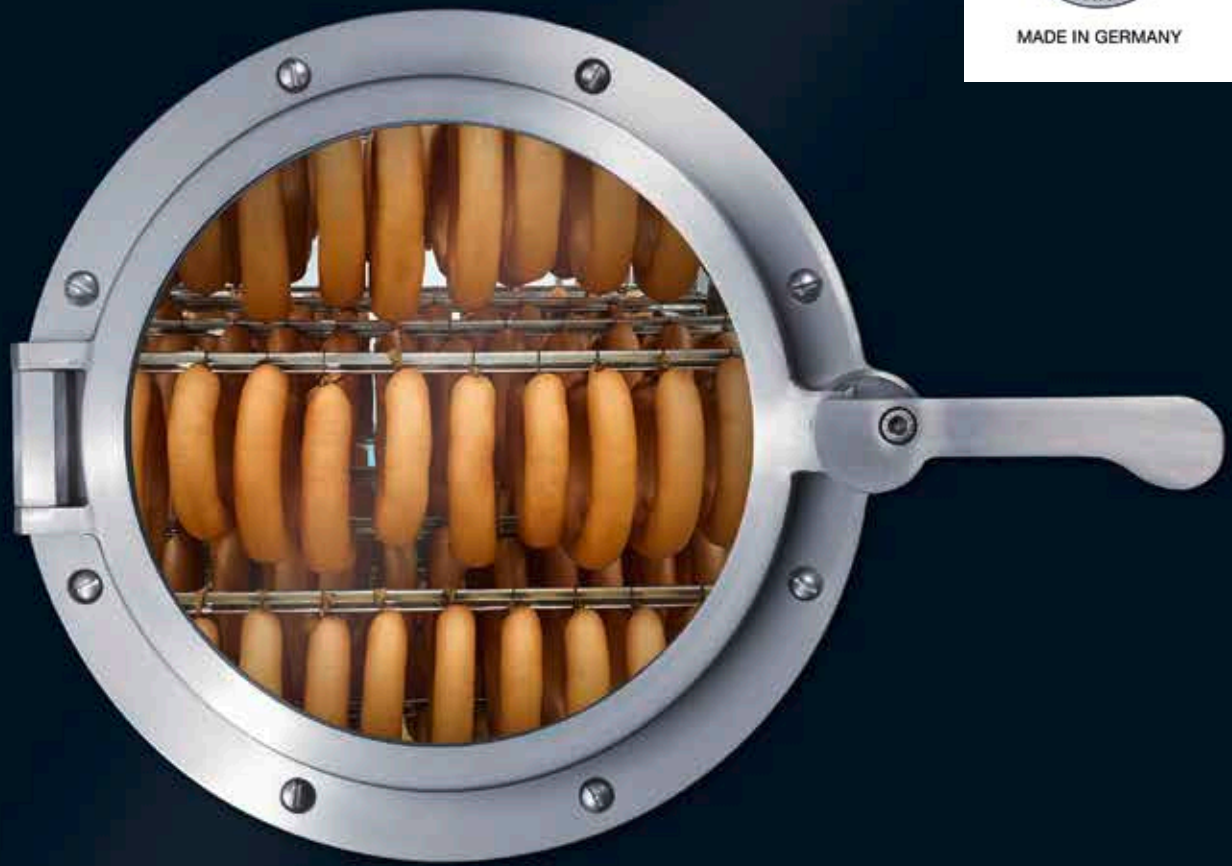
**Wurst statt
Schokolade**

FLEISCHER MIT ERFOLG

**Landfleischerei
Henry Koch, Calden**



MADE IN GERMANY



**KEINE
IST WIE
EINE
BASTRA!**

BESUCHEN
SIE UNS AUF DER

IFFA

IN FRANKFURT
07.-12. MAI 2016
HALLE 8.0, STAND A65

Eine original BASTRA-Anlage:
Seit 70 Jahren Vorreiter in
Produktion und Veredelung von
Nahrungsmitteln. Für Handwerk,
Industrie und Lebensmittel-
einzelhandel.

effizient – wirtschaftlich – lecker
1946 - 2016

www.BASTRA.de

FLEISCHEREI 4.0



Marco Theimer
Chefredakteur

Alle drei Jahre kommt sie: die IFFA in Frankfurt am Main. Sie bündelt das jeweils aktuelle Know-how der deutschen und internationalen Fleischwirtschaft und gibt dabei auch dem Fleischerhandwerk die Möglichkeit, Teil eines großen Ganzen zu sein und über den Tellerrand zu blicken. Obwohl die dort ausgestellten Maschinen seit jeher die Dimensionen einer inhabergeführten Fleischerei übersteigen, ist die Messe ein fixer Treffpunkt für alle, die ihren Mitbewerbern einen oder mehrere Schritte voraus sein und sich mit neuen Ideen und Konzepten verbessern möchten.

gionalität, Transparenz, hohe Produktqualität, kompetente Beratung und Service sowie Angebote, die es im Supermarkt und Discounter nicht gibt. Seit der letzten IFFA 2013 ist einiges passiert: Grillspezialitäten aus dem Automaten, die enorme Nachfrage nach edlen Fleischqualitäten à la Dry Aged-Beef & Co. sowie neuen Zuschnitten, der anhaltende Boom nach Fleischersatzprodukten sowie die steigende Zahl an Kunden, die ihre favorisierten Fleisch- und Wurstspezialitäten online kaufen und sich zuschicken lassen. Diese Entwicklungen gilt es zu berücksichtigen, richtig einzuschätzen und kreativ mit Leben zu füllen, wenn man den Kundenwünschen künftig als „Fleischerei 4.0“ mutig und qualitätsorientiert entsprechen möchte. Denn: Auch in Zeiten der Digitalisierung ist der Metzger des Vertrauens für aufge-

klärte Verbraucher die beste Wahl – ob an der Theke, am Wurstautomaten oder im Internet.

Dass dies auch die Maschinen- und Gewürzhersteller, Ladenbauer und Dienstleister so sehen und sich für Sie, liebe Leser, einsetzen und stark machen, belegen die Statements auf den Seiten 36 und 50. Sie spiegeln ein klares Bekenntnis für regionale Metzgerqualität wider und wagen einen Blick nach vorne, wie sich das Fleischerhandwerk in zehn Jahren darstellen wird: Es ist und bleibt der Innovator der Branche und ein Garant für geschmackliche Vielfalt und jede Menge Abwechslung auf dem Teller.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch auf der IFFA 2016: Halle 4.1, Stand C 61, Halle 9.0, Stand A 04.

Foto: Paul Bojba

Das sollte das Ziel sein, wenn es darum geht, seinen Betrieb zukunftsfähig am Markt so zu positionieren, dass Preiskämpfe mit dem Handel kein Thema sind. Die Erfolgsfaktoren: Re-

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

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

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

oder Sie besuchen einfach unseren Internet-Shop:



Name, Vorname

Firma

Straße/Nr.

PLZ/Ort

Datum/Firmenstempel und Unterschrift

FH 13/16

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

IFFA



Der „Homann Snack Star“ geht 2016 in die sechste Runde: Mehr dazu auf Seite 7.



FLEISCHER MIT ERFOLG

Calden: Ahles Wurst Thomas Koch	22
Berlin: Wünsch' Dir was... Jürgen Naesert	24
Düsseldorf: Feinkost, aber bodenständig Stephan Helmus	26
Lauf: Das Beste aus zwei Berufen Manfred Weber	28
Hannover: Wo das Persönliche zählt Marcel Viola	30

BRANCHENBLICK

Aktuelles aus der Branche	5
Homann Snack Star 2016.....	7
Event: Gute Nase für Trends.....	10

MARKTFORSCHUNG

Mindestlohn: Weniger Bürokratie	8
---------------------------------------	---

BLÄTTER ZUR BERUFSKUNDE

Beef Steak-Cuts.....	11
----------------------	----

LADENBAU & VERKAUF

Inszenieren angesagt.....	14
---------------------------	----

THEKE

Souverän verkaufen	18
--------------------------	----

IFFA 2016

Die Lust am Fleisch	32
Messe-Neuheiten	34
Statements	36/50
Bastra: Gelebtes Stück Mittelstand ..	40
Für Geschmacksprofis	48

PRODUKTION

Durch"schnitt" oder besser?	52
-----------------------------------	----

KÜCHENTECHNIK

Garen per Fingerzeig	57
----------------------------	----

WURSTAUTOMATEN

Wurst statt Schokolade	62
Meisterliches rund um die Uhr.....	65

ALTE RVORSORGE

Jetzt an morgen denken	66
------------------------------	----

RUBRIKEN

Neu auf dem Markt	68
Gesucht & Gefunden	70
Impressum.....	72

Titelbild: Katharina und Thomas Koch von der Landfleischerei Henry Koch in Calden sind ein Dreamteam – nicht nur für die „Ahle Wurst“. Foto: © Landfleischerei Koch/Zgoll

Dieser Ausgabe liegen Beilagen von Berwing Hygienebau, Dingolfing, der Münchener Verein Versicherungsguppe, München, sowie eine Verlagsbeilage, bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.

Schumacher Packaging Für Kundengeschenke

Die vier- oder sechseckigen Geschenkverpackungen aus nachhaltiger Wellpappe und farbiger Offener Welle von Schumacher Packaging sind nützliche Helfer für die aktuelle Spargel-, Grill- und EM-Saison. Sie können als fertiges Geschenkset zur direkten Mitnahme angeboten werden oder als Muster für einen individuellen Korb dienen, der sich nach Kundenwünschen zusammenstellen und kreativ arrangieren lässt. Bestückt werden können sie etwa mit Saucen, SB-Packungen, Grillzubehör, Fanartikeln oder Getränken – als ideales Mitbringsel für diverse Anlässe.



www.schumacher-packaging.com

Schon bei Facebook geklickt?



Freunde der Thüringer Bratwurst e.V. „Born to be a Bratwurst-Star“

Unter dem Juryvorsitz des Karat-Gitarristen Bernd Römer findet am 22. Mai 2016 ab 14 Uhr im 1. Deutschen Bratwurstmuseum in Holzhausen der „Bratwurst-Song-Contest 2016“ statt. Die Kandidaten sind dazu aufgerufen unter dem Motto „Born to Bratwurst-Star“ ein Lied über die Thüringer Bratwurst zu Gehör zu bringen – egal ob Schlager, Hip-Hop oder Country. Auch das Publikum kann die Wahl mitentscheiden. Als Preise winken etwa ein Auftritt auf dem Erfurter Domplatz sowie ein umfangreiches Born-Grillpaket. Bewerbungsschluss ist der 15. Mai 2016. www.bratwurstmuseum.de



Treif Maschinenbau Neues Kundencenter

Rund 5,5 Mio. € investierte Treif Maschinenbau in sein neues Kundencenter, das Anfang Mai eröffnet wurde. Das zweistöckige Gebäude in Oberlahr umfasst eine Gesamtfläche von etwa 4.000 m². Hier können Besucher das breite Spektrum der Lebensmittelschneidetechnik erleben, inklusive Maschinenvorfürungen, Schneidtests und Schulungen. Glasfronten ermöglichen es, die Arbeitsprozesse in der Fertigung zu verfolgen und sich somit einen Eindruck von der Herstellung der Maschinen zu verschaffen. „Mit dem neuen Kundencenter möchten wir auch auf diesem Weg unsere Nähe zum Kunden weiter ausbauen und stärken“, betont Treif-Geschäftsführer und Inhaber Uwe Reifenhäuser. www.treif.com

Deutscher Fleischer-Verband Innungs-Aktion „Bratentage“

Die neue DFV-Innungs-Aktion im Rahmen der Gemeinschaftswerbung 2016 umfasst ein vielfältiges Werbemittelpaket zur Verkaufsförderung. Eine „Bratenfibel“ informiert über Fleischarten, Bratensorten und Zubereitung und kann gratis an die Kunden abgegeben werden. Die Aktion wird durch Plakate beworben, die Teil des Pakets sind und zum Aushängen dienen. Zudem gibt es ein Gewinnspiel, z. B. für Warengutscheine. Die Teilnahmekarten zählen zum Werbemittelpaket, Anzahl und Höhe der Gewinne legt die Innung selbst fest. Die Werbematerialien sind als Druckdateien anzufordern, kostenfrei für die jeweilige Innung anpassbar und können einer Druckerei vor Ort übergeben werden. Die Druckkosten, die Kosten für die Gewinne sowie die Kosten rund um die Aktion vor Ort trägt die Innung. Pro Innung gibt es 300 € Druckkostenzuschuss vom DFV. www.fleischerhandwerk.de



Fleischerverband Bayern/Fleischerschule Augsburg

Seminare im Bildungszentrum des Fleischerhandwerks



Die Seminare der Augsburger Schule im Praxis- und Theoriebereich sind sowohl an aktuellen Trends als auch an traditionellen Handwerkswerten orientiert. Das Wissen wird von Dozenten und Fachleuten aus der Branche vermittelt.

Termine 2016

- 13. Juni** „Einmaleins des Arbeitsrechts in der Praxis“
- 14. Juni** „Der Internetshop – die Zukunft des Verkaufs“
- 20. September** „Marketing: Leisetreter oder Rampensau“
- 10. Oktober** „Zertifizierung handwerklicher Metzgereien“ (Halbtagesseminar, vormittags)
- 10. Oktober** „Workshop zur Zertifizierung“ (Halbtagesseminar, nachmittags)
- 11./12. Oktober** „Warenkalkulation / Warenwirtschaftssystem“ (Zweitagesseminar)
- 25./26. Oktober** „Rohschinken / Rohwurst“, (Zweitagesseminar)
- 16. November** „Plattenlegen (u. a. mit Fisch und Käse)“
- 23. November** „Kennzeichnung von loser Ware und SB-Packungen, speziell Allergenmanagement“

MARKENSCHAUFENSTER



STILLER
VERSCHLISS-TECHNIK
Telefon 07268 392

DV 600 **NEU**

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

WWW.STILLERGBMH.DE

KRAMER

LADENBAU

IFFA 2016 / Halle 4.1/Stand D31

WWW.KRAMER-LADENBAU.COM

BARTHAU Kühlanhänger
ANHÄNGERBAU

PU 80 mm 0,235 W/(m²K)

KÄLTE WÄRME

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

CLIP-XL
SPEZIALIST IN CLIPTECHNIK

Clipmaschinen
Clips (U und O)

Wurstgarn
Schlaufen

Reparatur
Wartung

www.clip-xl.de



AT Verlag

Schwein gehabt

Als erstes vegetarisches Restaurant der Welt steht das Hiltl seit 1898 für gesunden Genuss ganz ohne Fleisch. 2013 eröffnete der Vorreiter der vegetarischen und veganen Küche auch die erste vegetarische Metzgerei der Schweiz. Das Buch interpretiert Fleischklassiker vegetarisch oder vegan und lüftet 60 bislang streng gehütete Geheimrezepte: Züri Geschnetzelttes, Wurst-Käse-Salat, Cordon Bleu und Crab Cake. R. Hiltl: Meat the Green. Aarau: AT Verlag, 160 Seiten, 49 €.



Beck Gewürze und Additive Studierende zu Gast

Im Rahmen einer Lehrveranstaltung besuchten Studierende des Studiengangs Lebensmittelmanagement im 7. Semester der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf die Beck Gewürze und Additive GmbH im mittelfränkischen Schnaittach. Dabei wurde ihnen der Arbeitsablauf sowie die einzelnen Prozessschritte vom Rohstoff zur fertigen Gewürzmischung näher gebracht. Zu Beginn stellte die stv. Geschäftsführerin Manuela Beck die Vita des 1998 gegründeten Familienunternehmens vor. Danach folgte eine Führung durch den gesamten Betrieb. Ein besonderes Augenmerk lag auf der Produktion, der Produktentwicklung, sowie auf dem modernen Anwendungstechnikum. Durch Vorkenntnisse der Studierenden fanden auch rege Fachgespräche mit Mitarbeitern statt. Abschließend überzeugten sich die Gäste bei einem Mittagessen selbst von den Produkten. www.beck-gewuerze.de



Grillen Spezial 2016

Damit können Fleischerfachgeschäfte mit der f-Marke ihr Grillgeschäft umsatzaktiv unterstützen. Das 24-seitige Kundenmagazin und die dazugehörigen Aktions-Werbemittel und -Vorlagen können während der Grillsaison zur Verkaufsförderung und Kundeninformation eingesetzt werden. Das Ziel dabei ist es, den Kunden immer wieder Appetit auf Grillspezialitäten aus dem Fleischerfachgeschäft zu machen. Neben Rezepten, Tipps und Tricks enthält das Magazin ein Gewinnspiel mit einem attraktiven Preis. Zudem lässt es sich mit Logos und Firmenadressen auf der Vorderseite und – bei Bedarf – mit eigenen Texten oder Angeboten auf der Rückseite individualisieren. QR-Codes verlinken auf weitere Rezeptvorschläge und Infos im Internet unter www.meine-grillparty.de. Zum dazugehörigen Werbemittelpaket zählen Angebotsplakate, Kartenaufsteller mit Gewinnspielkarten und ein Zahlsteller. Zusätzlich gibt es Werbevorlagen wie Internetbanner, Handzettel und digitale Plakate für Theken-TV-Systeme, die zum Download zur Verfügung stehen. Besteller nutzen während der gesamten Aktionszeit die App „FleischereiPilot“ mit allen Funktionen gratis. So erreichen sie Kunden mit tagesaktuellen Grillangeboten mittels Push-Nachrichten. Fleischer-Innungen können das Magazin im Rahmen einer Innungsaktion einsetzen. Bei höheren Auflagen sind eigene Innungsseiten im Innenteil möglich. Dafür gilt es sich aber frühzeitig an den Verlag zu wenden. Weitere Infos unter Tel. (02103) 204-0 und www.blmedien.de/grillen.

Aktionsbündnis

Viele Regionen, eine Welt

In Zeiten der Globalisierung wird die Erde immer kleiner. So klein, dass oft zu groß gedacht wird. Eine Banane aus Ecuador landet innerhalb von 14 Tagen in unserer Obstschale. Nachrichten über Facebook landen innerhalb von Sekunden in der ganzen Welt. Zum 18. Mal wird bundesweit der „Tag der Regionen“ gefeiert. Unter dem Motto „Unsere Region in der Einen Welt – miteinander, nachhaltig, krisenfest“ hebt er Bedeutung und Potenzial von Regionen innerhalb der vernetzten Welt hervor und thematisiert die globale Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung. Oft kann die Lösung Regionalität lauten. Kleiner denken, um gemeinsam Größeres zu erreichen. Veranstaltungen können für den Aktionszeitraum von 23. September bis 9. Oktober 2016, mit dem Erntedanktag am 2. Oktober als Höhepunkt, angemeldet werden. www.tag-der-regionen.de



Fotos: AT Verlag, Beck Gewürze & Additive, Tag der Regionen, B&L MedienGesellschaft

Zum 6. Mal suchen Homann Foodservice, der Deutsche Fleischer-Verband und **FI** die besten Snacks 2016 und prämiieren Schnitzel-Ideen.



SCHNITZEL-IDEEN GEWINNEN

Mit dem Motto „Die Schnitzel Connection“ steht erstmals ein konkretes Thema für die Snack-Ideenfindung im Fokus. Gefragt sind kreative Snack-Ideen – heiß oder kalt –, die sich leicht umsetzen lassen und das Thema Schnitzel neu interpretieren. Mitmachen können Nachwuchskräfte, die sich in der Ausbildung befinden oder nach der Schulzeit seit maximal zehn Jahren im Fleischerhandwerk tätig sind. Beteiligen können sich Einzelpersonen oder Duos sowie alle, die bei vorherigen Snack Star®-Wettbewerben dabei waren. Alle eingesandten Ideen werden nach folgenden Kriterien bewertet: Idee/Name, Optik/Geschmack, Zubereitung und Kalkulation. Jede Bewerbung muss die Zubereitungsbe-



Einsendeschluss: 22. Juli 2016

schreibung, Rezepturbestandteile, ein Foto, einen verkaufsfördernden Namen sowie die Preisempfehlung enthalten. Aus allen Einsendungen ermittelt eine fachkundige Jury unter Beteiligung der oben genannten Partner die zehn besten Schnitzel-Snack-Ideen. Diese werden danach im Inter-

net vorgestellt. Snackfans, Fleischermeister, Wettbewerbsteilnehmer und deren Bekannte bestimmen dann aus den Vorschlägen per Online-Voting die Snack Star®-Sieger 2016. Zu gewinnen gibt es ein iPad, eine Playstation und eine Sony-Digitalkamera, Pokale und Siegerurkunden. Die drei Bewerber mit den besten Snack-Ideen werden zu Preisverleihung und Siegerehrung zum Deutschen Fleischerverbandstag am 10. Oktober 2016 nach Saarbrücken eingeladen. Für die Lehrkräfte der Fleischer-Berufsfach- und -Meisterschulen stehen erstmals spezielle Snack-Schulungsmaterialien zu den Bewertungskriterien kostenlos zur Verfügung. www.homann-snackstar.de

Fotos: Homann Foodservice

Perfekte Integration

K-Class Flex II



Funktionales Design für Ihr Shopkonzept

Alle Komponenten der K-Class Flex II sind frei miteinander kombinierbar. So schaffen wir platzsparende und ergonomisch durchdachte Lösungen. Binden Sie die Waage einfach in die Theke ein und greifen Sie barrierefrei in die Auslage. Profitieren Sie von einer Multifunktionalität, mit der Sie Bedienen, Auszeichnen, Kassieren und/oder Informieren können. Perfekte Integration, wie wir sie verstehen.

www.bizerba.com

IFFA

07.-12. Mai, Frankfurt a.M.
Halle 11.1 / Stand A11

BIZERBA
closer to your business

Bizerba Interactive



WENIGER BÜROKRATIE!

8,50 € Mindestlohn sind seit über einem Jahr Pflicht. Zwar blieb der Arbeitsmarkt von befürchteten Einbrüchen verschont, viele Betriebe sehen aber noch Handlungsbedarf, wie unsere aktuelle Umfrage zeigt.

Um herauszufinden, ob Betriebe mit dem neuen Mindestlohngesetz im Markt in Feierlaune sind, haben wir Vertreter des Fleischerhandwerks und des Außer-Haus-Markts um ihr Fazit gebeten. In einer Online-Umfrage von Anfang Dezember 2015 bis Anfang Januar 2016 äußerten sich 303 Verantwortliche aus Hotellerie (30,0 %), Gastronomie (42,6 %), dem Fleischerhandwerk (14,9 %), der Gemeinschafts- (8,6 %) und der Schulverpflegung (3,3 %) zum Mindestlohn und seinen

Auswirkungen. Die meisten von ihnen (67,1 %) arbeiten in kleinen Betrieben mit bis zu 25 Mitarbeitern.

Schon vor Realisierung der Mindestlohnverordnung wähten sich viele Betriebe vor großen Veränderungen. Unsere Umfrage zeigt: Nach Einführung des Gesetzes stehen ihm viele Betriebe kritisch gegenüber. Die Mehrheit der Befragten (65 %) gibt an, dass sich seit der Einführung Umstrukturierungen im Personalbereich oder den Arbeitsabläufen erga-

ben. Die Mehrheit der Unternehmen (84,2 %) muss höhere Personalausgaben einkalkulieren oder die Preise für die Endverbraucher erhöhen (64,1 %). Zudem geben über 30 % der Befragten an, dass das Gesetz für Veränderungen bei Arbeitspensum, Zusatzzahlungen und Umsätzen sorgte. 31,5 % mussten sogar Arbeitskräfte entlassen.

Auf die Frage, ob die Regeln und gesetzlichen Vorgaben den Arbeitsablauf im Unternehmen stören, antworteten deutliche 71,5 % mit Ja. Trotzdem zahlten bereits 68,8 % der Unternehmen vor Inkrafttreten des Gesetzes den Mindestlohn von 8,50 €. Eine Differenzierung zwischen den Branchen zeigt aber Unterschiede.

71,3 % der gastronomischen Betriebe hoben zum Jahreswechsel die Preise für Gäste. Fast alle (92,6 %) berichten von höheren Personalausgaben. Ein ähnliches Bild gibt es im Fleischerhandwerk (76,2 %). 57,1 % der befragten Fleischer geben zudem an, die Preise für Kunden erhöht zu haben. Vereinzelt wurden auch Dienstleistungen eingestellt. Immerhin geben 50 % der Fleischer an, dass sich durch die Einführung keine Veränderungen ergeben haben.

UNTERSTÜTZUNG ERWARTET

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass die Umstellung auf den gesetzlich festgelegten Mindestlohn bei einem Großteil der Betriebe (86,6 %) gut funktioniert hat. Die Betriebe fühlen sich überwiegend gut beraten. Über die Hälfte der Fleischereibetriebe (53,5 %) wünschen sich jedoch mehr Unterstützung von Bund und Verbänden. Trotz der weitgehend problemlosen Umstellung bewerteten die Befragten die vielen organisatorischen Veränderungen, die das Inkrafttreten des Mindestlohngesetzes mit sich gebracht hat, als schwer umsetzbar. Dazu zählt die neue Aufzeichnungspflicht, die allen voran das Fleischerhandwerk (68,2 %), aber auch die Gastronomie (66,2 %) und die Hotellerie (61,4 %) als belastend empfanden. Alle drei Branchen realisieren die Aufzeichnung überwiegend handschriftlich (Fleischerhandwerk und Hotellerie: je 81,4 %, Gastronomie: 73,6 %). Viele Befragte beklagen, dass die Dokumentation der Arbeitszeiten viel Zeit verschlingt. So sagen z. B. 73,8 % der Fleischer, dass die gesetzlichen Vorgaben

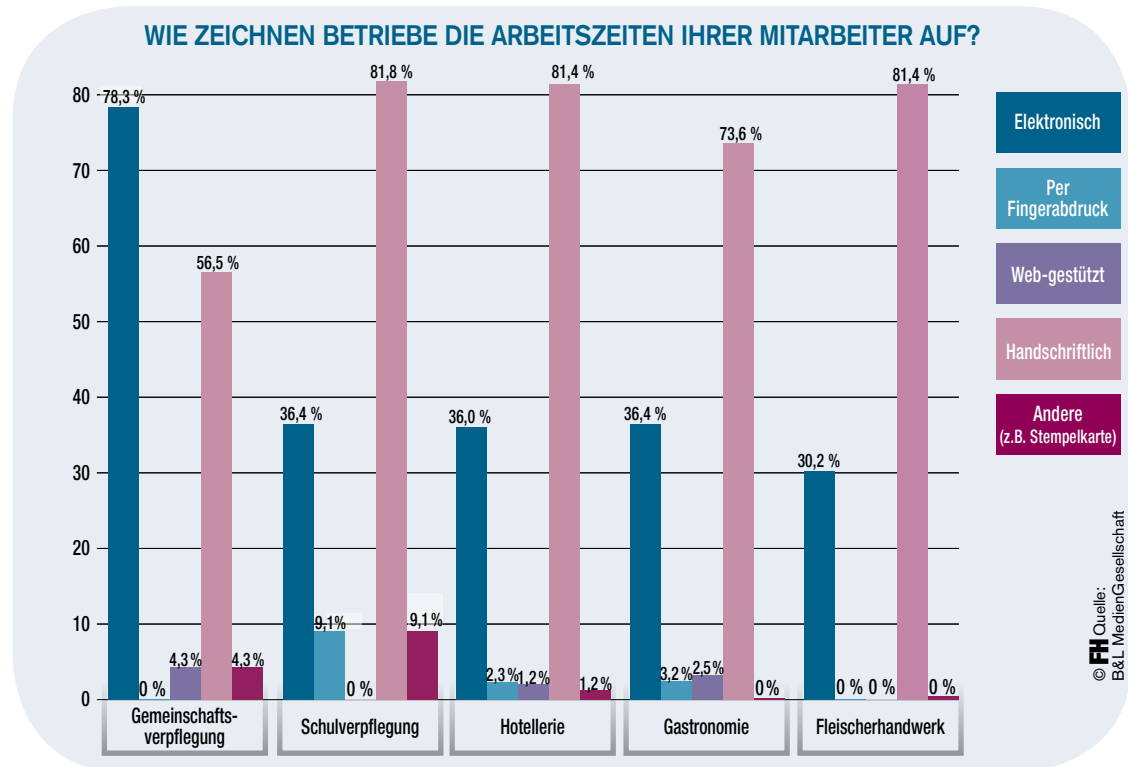
den Arbeitsablauf stören. 93 % wünschen sich deshalb die Reduzierung des bürokratischen Aufwands. Als schwierig bewerten die Befragten auch die Einhaltung der Höchstarbeitszeit von zehn Stunden vor dem Hintergrund der Aufzeichnungspflicht – mit Ausnahme der Gemeinschaftsverpfleger: 78,3 % von ihnen sind in der Lage, die Arbeitszeitregelungen einzuhalten.

Die Teilnehmer der Umfrage halten die Arbeitszeitregelungen für unrealistisch und wünschen sich stattdessen kundenorientiertere Arbeitszeiten. Sie prangern zudem an, dass die derzeitigen Regelungen den Wünschen derjenigen Mitarbeiter nicht entgegenkommen, die flexibler arbeiten und mit mehr Arbeit mehr Geld verdienen möchten. Auch der Fachkräftemangel erschwere eine Einhaltung der Zehn-Stunden-Regelung.

Viele Unternehmen müssen sich noch mit den Folgen des Mindestlohngesetzes arrangieren. Dennoch ist er Realität und wird Arbeitgeber aller Branchen künftig beschäftigen. Auf die Frage, ob der Mindestlohn ihren Unternehmen schaden wird, zeigt sich die Vielzahl der Befragten jedoch optimistisch. Am zuversichtlichsten sind die Schul- und die Gemeinschaftsverpflegung: Nur 18,2 % bzw. 22,7 % ihrer Vertreter befürchten negative Auswirkungen. Auch die Befragten aus dem Fleischerhandwerk glauben überwiegend daran, dass das Mindestlohngesetz ihren Unternehmen nicht schaden wird (57,1 %) ebenso wie Vertreter aus der Hotelbranche (54,7 %). Am pessimistischsten ist die Gastronomie: Mehr als die Hälfte der Gastronomen (56,2 %) fürchtet negative Konsequenzen.

RUF NACH VERÄNDERUNG

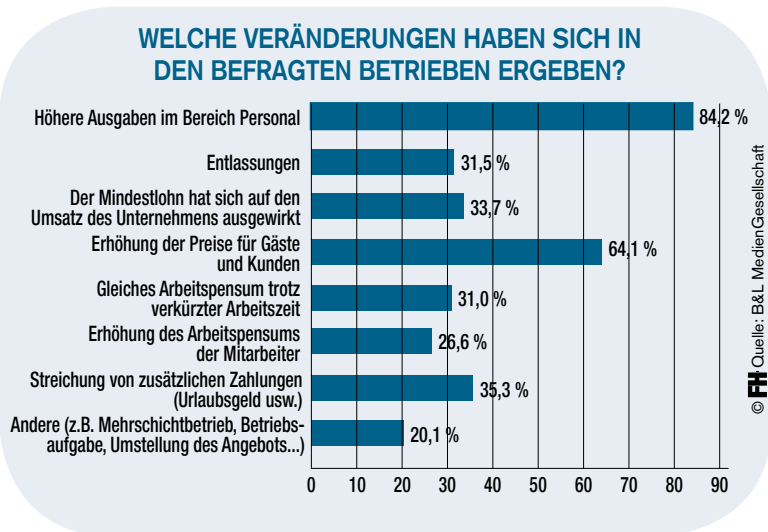
Trotz der optimistischen Einstellung zahlreicher Vertreter aus dem Außer-Haus-Markt sowie



▲ Außer in der Gemeinschaftsverpflegung zeichnen die befragten Unternehmer Arbeitszeiten überwiegend per Hand auf und klagen über den höheren bürokratischen Aufwand.

► Über alle Branchen hinweg geben die befragten Unternehmer an, dass die Einführung des Mindestlohngesetzes Anfang 2015 zu höheren Personalausgaben geführt hat.

dem Fleischerhandwerk wünschen sich viele davon Änderungen am Mindestlohngesetz. Die Umfrage zeigte, dass nicht der Mindestlohn, sondern die damit verbundene Aufzeichnungs- und Dokumentationspflicht Probleme mit sich bringt. Stattdessen wird noch mehr Flexibilität bezüglich der Arbeitszeiten und Pausen gewünscht. Generell sollte es branchenspezifische Ausnahmeregelungen für Feiern oder Veranstaltungen geben. Außerdem fordern viele der Befragten einfache Sonderregelungen für ungelernete Kräfte, z. B. Flüchtlinge oder Praktikanten. Zwar gebe es Regelungen für die verschiedenen Gruppen, darunter Studenten und Minijobber, diese seien aber zu kompliziert. Auch



die Akzeptanz bei den Endverbrauchern sollte nach Meinung der befragten Unternehmer durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit gesteigert werden. Letztendlich sei es auch der Kunde, der den Mindestlohn mitfinanziere. Jedoch führen Fleischer vor allem im ländlichen Raum den Preisdruck durch die Discounter als weiteres Problem bei der Preisbildung an. Fast alle Befragten wünschen sich Veränderungen. 86,6 % erhoffen sich eine Reduzierung des bürokratischen Aufwands.

Knapp die Hälfte aller Umfrageteilnehmer (47,3 %) befürwortet einen noch besseren Dialog zwischen den Unternehmen und der Politik. Ob die gewünschten Änderungen nach einer Überarbeitung der Mindestlohnregelungen Früchte tragen werden, ist aber unklar. Fest steht nur, dass sich die Höhe des Mindestlohns laut Gesetz regelmäßig ändern wird: Nach einer Anpassung bis Anfang 2017 wird es künftig alle zwei Jahre einen anderen Mindestlohn geben.

jel/squ

GUTE NASE FÜR TRENDS



Das veränderte Ess- und Kaufverhalten könnte eine gute Neuigkeit für Fleischer sein – so die Adalbert-Raps-Stiftung. Welche Chancen sich ergeben, wollten 31 Metzger bei der „Trüffeljagd“ in Berlin aufspüren. Im Fokus des Events standen bisher ungenutzte Potenziale des Fleischerhandwerks.

Anfang April trafen sie sich zur „Trüffeljagd“, einer Mischung aus Vorträgen, Workshops und Diskussionsrunden, initiiert von der Adalbert-Raps-Stiftung. Ein weiterer Partner war der Kulmbacher Ladenbauer Schrutka-Peukert. „Wir haben festgestellt, dass viele Fleischer die Frage stellen, wohin die Reise in ihrem Handwerk geht“, begründet Frank Kühne von der Adalbert-Raps-Stiftung. Die Geschichte dieser besonderen „Trüffeljagd“ begann bereits, als sich auf Initiative der Stiftung ein Expertenteam der „School of Design Thinking“ des Hasso-Plattner-Instituts Pots-

dam dem Thema „Metzgerei der Zukunft“ widmete. Design Thinking ist ein strukturierter Ansatz, der Innovationen ermöglichen und komplexe Probleme durch Kreativität lösen soll. Um den starken Rückgang der Betriebe im Fleischerhandwerk zu verstehen, haben die „Design Thinker“ aus Potsdam Metzger und Landwirte kennengelernt, mit zahlreichen Verbrauchern gesprochen sowie Fleischerschulen besucht. In der Konsequenz entwickelten sie daraus das Fortbildungskonzept, das Anfang April in der Hauptstadt umgesetzt wurde. Hauptziele waren das Inspirieren für innovative

Produkte, Geschäftsmodelle und Vorbilder sowie das Netzwerken. Mit einem hochkarätigen Programm begeisterten die Veranstalter dann ihre Gäste: Den Anfang machten kulinarische Genüsse im „Katz Orange“, einem der angesagtesten Berliner Szene-Restaurants, das sich dem Slow-Food-Gedanken sowie der „Kulinarik von Kopf bis Klaue“ verschrieben hat. Tags darauf hörten die Teilnehmer in mehreren Vorträgen, wie junge Start-Ups aus dem Food-Bereich ihre Branche aufrütteln. So stellte etwa Christian Eggert den Online-Wochenmarkt Bonativo vor. Daria Mai von Paleo Jerky gab mit delikatem Trockenfleisch nicht nur kulinarische Anregungen, sondern auch konkrete praktische Tipps. Am Abend besuchten die Metzger den Landwirt Bernd Schulz und seine „Backschwein-Tenne“. Für Martin Pauleser aus Ingolstadt war dieser Programmpunkt einer der

Höhepunkte der Veranstaltung: „Die Haltung der Schweine auf dem Feld zu sehen, war sehr interessant. Überhaupt habe ich sehr viele Anregungen mitnehmen können und einige werden wir sicher umsetzen.“

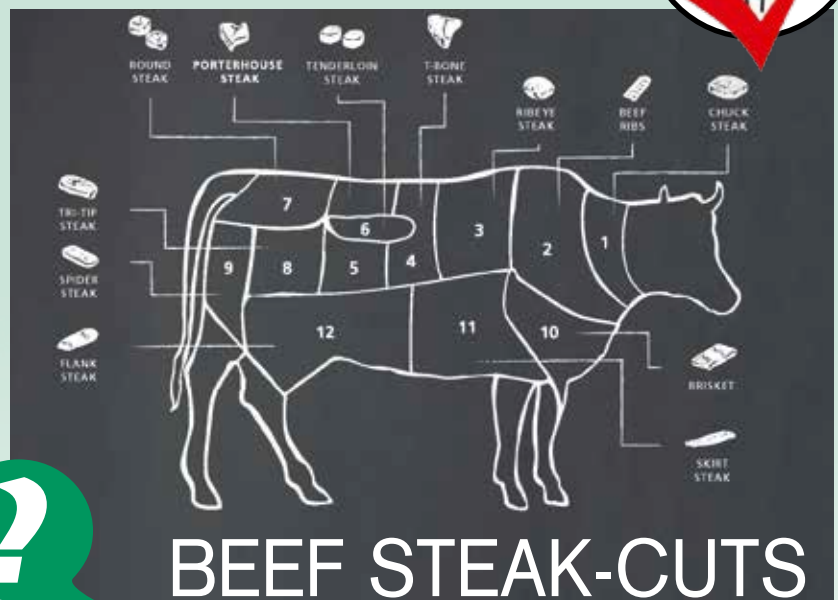
Am dritten Tag ging es in die „Markthalle Neun“, wo „Kumpel & Keule“ arbeiten. Hendrik Haase von der gläsernen Trend-Metzgerei ermunterte die Fleischer zu mehr Mut und Stolz auf ihr Handwerk. „Das Konzept hat uns, und auch viele andere, total begeistert: einfach ein anderer und interessanter Denkansatz“, lobte Claudia Winterhalter aus dem Schwarzwald, die mit ihrem Mann Thomas teilnahm. Und Markus Leggedör aus Ostfriesland resümierte: „Diese Fortbildung spielte in einer ganz neuen Liga – von der Qualität her, aber auch vom Rahmenprogramm.“ Weitere Informationen unter: www.trueffeljagd.org

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



Längst fragen die Kunden in der Grillsaison nicht mehr nur nach Bratwürstchen und Kammsteaks vom Schwein. Nachfolgend eine Übersicht aktueller Steakzuschnitte vom Rind inklusive Grilltipps.



Nahezu alles vom Rind – mit Ausnahme von Kopf, Schwanz und Beinen – lässt sich zu bekannten und noch weniger bekannten Steak-Variationen für den Grill zuschneiden und attraktiv in der Fleischtheke oder in einem Schauschrank platzieren. Hier ein kleiner Überblick über ausgewählte Zuschnitte:

1. NACKEN/ CHUCK STEAK

Kräftiges, mit Fett durchwachsenes und sehr aromatisches Fleisch. Zum Grillen ideal in kleinen Stücken an einem Fleischspieß. Das Fleischstück als Steak per Niedrigtemperatur-Methode grillen und anschließend in Scheiben tranchieren.

2. HOCHRIPPE/ BEEF RIBS

Aufgrund seiner feinen Marmorierung, besonders saftiges, aromatisches Fleisch. Beim Auslösen der Steaks den Rippenknochen am Fleischstück lassen. Kurz scharf angrillen und danach im indirekten Bereich des Grills etwas ziehen lassen.

3. ENTRECOTE/ RIB EYE STEAK

Ein gleichmäßiger Fettrand sowie das namensgebende Fettauge in der Mitte sorgen bei diesem Steakklassiker für einen saftigen und aromatischen Geschmack. Scharf und direkt angrillen, danach im indirekten Bereich des Grills ziehen lassen.

4. T-BONE STEAK

T-Bone Steaks sind etwa 3 bis 4 cm dick und wiegen zwischen 600 und 800 g. Scharf und direkt angrillen, danach im indirekten Bereich bis zur gewünschten Garstufe weiter grillen.

5. PORTERHOUSE STEAK

Dieses Steak setzt sich aus einem Teil Filet und einem Teil Roastbeef zusammen und wird mit Knochen angeboten. Es ist etwa 4 cm dick und wiegt zwischen 700 und 1.000 g. Je nach Dicke direkt und scharf angrillen und dann in der indirekten Grillzone je nach Wunsch weiter garen.

6. LENDE/FILET/ TENDERLOIN STEAK

Das Fleisch ist besonders mager und nach dem Grillen ausgesprochen zart. Stücke aus dem schmalen, vorderen Teil sind als Filet Mignon bekannt. Aus dem Mittelteil des Filets werden Medaillons geschnitten. Das Filet, wie auch andere Steak-Cuts aus dem Rücken, direkt scharf angrillen und danach in der indirekten Grillzone garen lassen.

7. HÜFTE/ ROUND STEAK

Besonders mager und nach dem Grillen sehr zart. Kurz scharf angrillen und im indirekten Bereich des Grills nachziehen lassen.

8. OBERSCHALE/ TRI-TIP STEAK

Sehr zartes, mageres und saftiges Fleischstück. Kurz scharf angrillen, vor dem Verzehr unbedingt etwas ruhen lassen.

9. UNTERSCHALE/ SPIDER STEAK

Der Geheimtipp vieler Grillfans. Der Steak-Cut ist schön marmoriert und von drei dünnen Sehnen durchzogen. Kurz scharf angrillen und dann einige Minuten ruhen lassen.

10. VORDERHESSE/ WADE/ BRISKET

Beim Grillen mehrere Stunden bei niedrigen Temperaturen garen lassen. Am besten gelingt dies in einem Smoker, ist aber auch in anderen Grills möglich. Beim Niedrigtemperatur-Grillen schmilzt das im Muskel eingelagerte Fett langsam. Die Rinderbrust vor dem Grillen mit einem sogenannten Rub (Gewürzmischung) einreiben und während dem Grillen regelmäßig bepinseln.

11. BRUST/ SKIRT STEAK

Aufgrund der kräftigen Fettmarmorierung ist dieser Cut besonders saftig und aromatisch. Im Gegensatz zu Cuts aus dem Rücken sollte dieses Steak etwas länger direkt angegrillt werden.

12. BAUCHLAPPEN/ FLANK STEAK

Dieses Fleischstück weist meist eine schöne Marmorierung auf und ist besonders aromatisch. Das Steak scharf angrillen und danach gegen die Fasern tranchieren.



MIT DRUCK ZUM ERFOLG

1991 begann eine Erfolgsgeschichte. Als eines der ersten Unternehmen erkannte der taiwanesischer Halbleiterhersteller TSC damals das Potenzial von Auto-ID-Lösungen – und gründete eine eigene Thermodruckersparte.

Daraus entwickelte sich im Laufe der Zeit ein Global Player für Thermodirekt- und Thermotransferdrucker, der über sein Netzwerk von Partnern, Distributoren und Resellern über 3 Mio. Geräte in mehr als 90 Länder verkauft hat. Kontinuierlich entwickelt und fertigt TSC in eigenen, DIN EN ISO 9001 und 14001 zertifizierten Fabriken Thermodrucker aller Größenklassen und für alle Branchen. Bereits vier Jahre nach der Gründung wurde der erste Thermodirektdrucker TDP-522 unter eigener Marke gefertigt, 1996 folgte der erste Thermotransferdrucker TTP-242. Weitere Meilensteine waren die Entwicklung eines 3-ips-Thermodruckers, der 300 dpi Serie TTP-342 sowie des ersten 8-Zoll-Industriedruckers TTP-248M in 2001. Knapp vier Jahre später kam der mobile Allrounder M23 und 2006 der erste 10-ips-Hochleistungs-Industriedrucker TTP-2410M auf den Markt. Zeitgleich wurde die Druckerproduktion in ein neues, großes Werk in Li-Ze in Taiwan verlegt, da die Kapazitäten nicht mehr ausreichten, um mit der steigenden Nachfrage Schritt zu halten. So konnten dann über 200.000 Drucker pro Jahr hergestellt werden. Parallel dazu erweiterte das Unternehmen seinen Radius – Niederlassungen in Kalifornien, Florida und Kanada folgten, viele qualifizierte Partner kamen hinzu und die Mitarbeiterzahl stieg stetig. In Zorneding bei



München siedelte sich die Europa-zentrale des Konzerns an, die im Januar 2010 von TSC Printer Europe GmbH in die heute bekannte TSC Auto ID Technology EMEA GmbH umfirmierte. Als dieser Standort zu eng wurde, war der Umzug in großzügige Räume mit geräumigen Lagerflächen unausweichlich. Im Sommer 2013 bezog man das neue Gebäude unweit des alten Standorts.

EFFIZIENZ & TRANSPARENZ

Heute bietet TSC für jeden Bedarf einen passenden Barcode-Etiketendrucker. Etwa 30 Modelle gibt es im Desktop-Segment, rund 25 sind es bei den Industriedruckern. Zu Letzteren zählen auch je zwei 6-Zoll- sowie 8-Zoll-Thermotransferdrucker, die breite Quer-codes erzeugen, ohne dass das Bild gedreht werden muss. Sie eignen sich etwa für den Druck großformatiger Beleg- sowie Marketing-etiketten. Durch jederzeit lesbare Etiketten erhöhen sich Effizienz, Sicherheit und Transparenz in der gesamten Wertschöpfungskette. Die Produktpalette umfasst nicht nur Drucker, sondern auch

Tastaturen, externe Etiketten-Aufwickler, passendes Schneidwerk sowie Bluetooth- und WiFi-Module, Thermotransferfolie und Label-Software. Alle Drucker enthalten eine leistungsfähige Etikettensoftware, so dass leicht eine Vielzahl an Formaten, Schrifttypen und Layouts konfiguriert und gemanagt werden kann. Dies kann auch für Fleischereien eine nützliche und durchaus praktische Hilfe sein.

Fazit: Die ersten 25 Jahre waren durch Innovationskraft und Kreativität geprägt sowie durch zahlreiche technologische Entwicklungen, die den Etiketten- und Barcodedruck stark geprägt haben. Mit dem bestehenden Portfolio ist das Unternehmen bestens für die Zukunft gerüstet. www.tscprinters.com



LEFA



Räuchern Sie, oder?

Universal-Räucheranlagen von LEFA Fleischereiausstattungen GmbH

Besuchen Sie uns auf www.LEFA-GmbH.de oder zu einer der Live-Vorführungen im Werk!



INSZENIEREN ANGESAGT

Funktionelle Technik, individuelles Design und eine emotionale Ansprache müssen beim Ladenbau so in Einklang gebracht werden, dass sich der Kunde wohlfühlt und gerne wiederkommt.

Vor allem weil die Welt immer digitaler wird und die Flut an Informationen zunehmend undurchsichtiger, schätzen die meisten Kunden ein ehrliches, persönliches und informatives Beratungsgespräch im Fleischerfachgeschäft. Dabei gibt es auch hier längst digitale Elemente wie LED-Flatscreens oder Kassensysteme mit visualisierten Ernährungstipps oder Rezeptvorschlägen. Im „Hintergrund“ vermittelt in so manchem Betrieb eine Facebook-Seite aktuelle Wochenangebote oder weist auf spezielle Aktionen hin. Wenn dann noch das Ambiente des Geschäftes stimmt, kommen die Kunden gerne wieder. Für den Ladenbau im Fleischereifachgeschäft gilt: Technik und Design sind gleichwertig wichtige Elemente. Steht ein Um- oder Neubau an, sind die Ansprüche meist hoch. Denn: Schon bei der Planung müssen die Arbeitsabläufe des jeweiligen Betriebs berücksichtigt sowie optimale Kühlbedingungen für die unterschiedlichen Waren bedacht werden. „Gerade das Thema Fleisch darf ein Fachgeschäft nicht vernachlässigen“, betont Hans Jürgen Päsler, Geschäftsführer von *Schrutka-Peukert* und forciert u. a. den Produktbereich der Reife- und Schauschränke. „Mit solchen Lösungen kann sich ein Fleischer am Markt profilieren und sein

Gesamtsortiment aufwerten“, zeigt er Erfahrungen von verschiedenen handwerklichen Fleischern auf. Nachfolgend werden einige ausgewählte umgesetzte Projekte vorgestellt:

Alb-Metzgerei Failenschmid, Stuttgart

Die Metzgerei Failenschmid aus Gächingen auf der Schwäbischen Alb ist vor allem für ihr hochwertiges Fleisch sowie die Spezial-

täten vom wieder angesiedelten Albbüffel bekannt. Im März 2015 übernahm sie die Fläche eines ehemaligen Standes in der Markthalle Stuttgart. Aufgrund der relativ geringen Grundfläche war die Gestaltung vor allem in puncto Funktionalität eine Herausforderung. In Kooperation mit den Architekten von Rupp. Innenarchitektur aus Ulm, welche die Planung und das Design von Raum, Wand und Decke passend zum historischen Gesamtambiente



Alb-Metzgerei Failenschmid – Markthalle Stuttgart

der Markthalle ausarbeitete, übernahm *Kramer Ladenbau* die Gestaltung und Umsetzung des gesamten Thekenbereichs sowie die komplette Eigenfertigung des Dry Aged-Reifeschranks. Der Bau der Thekenanlage war eine Sonderanfertigung mit dem Anspruch, auf geringstem Raum eine maximale Warenpräsentation und -lagerung zu ermöglichen. Die Auslagentiefe musste mit den unterschiedlichen Maßen von 20, 30, 50 und 65 cm sehr gering ausfallen. Optisch sollte dies hinter einem durchgängig und gleichmäßig verbauten Glasaufsatz nicht ins Gewicht fallen. Eine dunkle Thekenfront aus Feinsteinzeugfliesen harmoniert mit schwarzen Granit-Arbeitsplatten, hochwertigen Holzelementen und dem edlen Gesamtdesign. Zudem wurde die Theke zugunsten des harmonischen Raumbilds und der Sicht des Kunden per Sockel optisch erhöht. Jeder kleinste Raum und Winkel inner- und unterhalb der Theke dient als gekühlte Lagerungsfläche und Stauraum. Die Thekenanlage ist – abgestimmt auf die Warengruppen und Zonen – mit einer stillen sowie einer Umluftkühlung ausgestattet. Mehrere integrierte Thekenwaagen (Bizerba KScale Pads) ermöglichen einen barrierefreien Verkaufsablauf. Auch die Nachtabdeckung ist eine Sonderanfertigung.

Foto: Schrutka-Peukert

Der Dry Aged-Reifeschrank verfügt kundenseitig über eine Festverglasung und ist bedienseitig zu öffnen. Mit schwarzer Innenver-



In der Fleischerei Lenzen schwingt die bogenförmige Theke in den Raum hinein.

kleidung, Innenbeleuchtung und mehrfach verstellbaren Fachbögen für die Bestückung ist auch er ein individuelles Einzelstück.

Fleischerei Lenzen (Heimes), Kaarst-Vorst

Mit dem Werbespruch „Feines von Heimes“ wirbt die Fleischerei Lenzen (Heimes) von Stefan Lenzen aus Kaarst-Vorst in der Nähe

von Neuss. Gemeinsam mit Schrutka-Peukert setzte er in seinem Betrieb ein Retro-Industrie-Design um. Das Herz ist eine lange Thekenfront, die in die Raum hinein schwingt. Da die Kubus-Theke auch als Tischtheke in Bögen geführt werden kann, wird die Grundfläche optimal genutzt und die Formgebung sorgt für die Struktur. Zur Kundenseite wirkt sie dank des transparenten Glasaufbaus sehr schlicht und

AirMaxx

IHRE VORTEILE

- Eindrucksvolle Warenpräsentation
- Nahtlose Integration in die Thekenanlage
- 360° Rundumblick auf die Ware
- Manueller Drehteller
- Große Nutzfläche
- Optimale Bedienbarkeit
- Individuelle Gestaltung
- Temperaturstabil
- Maximale Energieeffizienz
- Der Verkaufsmagnet für Ihr Ladenkonzept

Mehr erfahren unter: www.aichinger.de

IHR GARANT FÜR MEHR UMSATZ
DIE ERSTE RUNDE UMLUFTKÜHLTHEKE

AICHINGER

Erfolg lässt sich einrichten.



Für 360-Grad-Ansicht
den QR-Code scannen.

lenkt die Kundenblicke auf die präsentierte Ware. Die Fokussierung auf eine optimale Warenpräsentation setzt sich von der Theke ausgehend in weiteren Bereichen des Geschäfts fort. Abgepacktes Dry Aged Beef wird in einem abgegrenzten Thekenabschnitt präsentiert. Dies signalisiert das Bild einer Salzwand in der Thekenfront dieses Abschnitts. Für die fachgerechte Aufbewahrung und Präsentation von Frischfleisch steht ein Fleischschauschrank an der Ladenrückseite. Große Glas-türen lassen die Blicke des Kunden in den Schauschrank



Eine „Knackerwand“ im Rückbereich zieht in der Fleischerei Jürgen Müller in Dresden viele Blicke auf sich.

zu. Die Wände sind dem Design des Ladens angepasst. Eine hinterleuchtete Motivrückwand sorgt für zusätzliche Aufmerksamkeit. Hinter der Theke steht ausreichend Platz zur Kundenbedienung und die dazugehörigen Arbeiten zur Verfügung. Passend zu den Arbeitsabläufen sind Aufschnittmaschinen, Zerlegeplätze sowie kleine Details wie Ablagen für Verkaufstüten und Messerhalter integriert – alles mit dem Ziel, die Kunden im Blickfeld schnell und umfassend zu beraten und kompetent zu bedienen.

Im Gastbereich kommt der Retro-Industrie-Look durch die Formen-, Farben- und Materialsprache noch stärker zum Tragen als an der Theke. Ein großes Bild einer alten Industriehalle erinnert an die Vergangenheit dieser Region. Schwarze Metallregale mit Holzböden wirken, als seien sie gerade aus einer alten Industriehalle geholt und hierher gebracht worden. Hohe Tresentische werden durch Hocker ergänzt. Auf eine übermäßige Dekoration wurde in dieser Fleischerei bewusst verzichtet.

Fleischerei Jürgen Müller, Dresden

Fleischermeister Jürgen Müller führt mit seiner Fleischerei am Weißen Hirsch mit Feinkost & Catering in einem Dresdner Vorort eine lange Familientradition fort. Seit 1940 ist die Familie hier fest verwurzelt. Neben regionalen Produkten setzt sich diese Fleischerei mit einem Sortiment ab, in das immer wieder Urlaubserinnerungen der Inhaber sowie

Rezepte aus den Ländern einfließen, die das Ehepaar bereist hat. Und so gibt es neben rund 18 Bratwurstsorten auch japanische Wurstspezialitäten oder italienische Köstlichkeiten wie Osso collo. Nach einem ersten Umbau im Jahr 1991 stand eine Neugestaltung des Geschäfts an und der Fleischermeister entschied sich für eine Zusammenarbeit mit *Ladenbau Hanke*. Da es im Angebot der Fleischerei nicht nur Fleisch und Wurst, sondern auch Käse und Fisch gibt, war die Anschaffung eines Snack-Counters ein Muss. „Wir können jetzt Käse auf zwei Etagen präsentieren, oder freitags frischen Fisch direkt auf Eis. Die Kunden honorieren so etwas“, begründet Jürgen Müller seine Wahl.

Ein anderes Detail ist im rückwärtigen Bereich der Theke zu finden. Eine „Knackerwand“ – eine übersichtliche Stellage aus neun Einzelteilen – präsentiert und visualisiert die verschiedenen Geschmacksrichtungen der daran aufgehängten Rohwurstspezialitäten: Vom Parmesan- bis zum Chorizo-Knacker hat jede Wurst ihre eigene Etage. „Es passt einfach sehr gut. Die Kunden sehen genau das, was wir ihnen zeigen wollen“, betont der Fleischermeister. Ein weiterer Hingucker ist der Fleischschauschrank mit edlen Steaks aus aller Welt. „Wir sind ein Spezialist für hochwertiges Fleisch und haben das Know-how für die Veredelung und ausgefallene Cuts wie Flat Iron und Hanging Tender“, berichtet der Dresdner Fleischermeister. Statt eines alten Fernsehers

mit DVD-Schleife in der Vergangenheit informieren nun zwei Bildschirme über aktuelle Angebote oder Events wie den „Smokertag“, der in der Fleischerei jedes Jahr stattfindet.

Und: Auch die Mitarbeiter profitieren von den Details an ihrem Arbeitsplatz. Denn: Die neue Theke lässt sich einfach und schnell reinigen. Auch das neue Deckenlicht, das mit einem Klick farblich verändert werden kann, trägt zur guten Stimmung im Team bei. Die gewölbten Fliesen in Anthrazit bilden einen starken Kontrast zur weißen Decke und rücken die Ware in den Fokus. Außerdem wurde auch eine neue Lüftungsanlage installiert, welche unerwünschte Feuchtigkeit von den Waren fernhält. Als zusätzliches Show-Element gibt es mitten im Laden eine italienische Aufschnittmaschine, die noch mit Hand betrieben wird, sowie eine „Ahnngalerie“ mit historischen Bildern und Utensilien hinter Glas. Denn: – etwas Nostalgie darf ja schließlich auch sein.

Nützliche Links

www.aichinger.de
www.failenschmid.de
www.feines-von-heimes.de
www.ladenbau-hanke.de
www.kramer-ladenbau.com
www.mueller-feinkost.de
www.preberwurst.com
www.schrotka-peukert.de



Im Inneren der Fleischerei Schader in Österreich setzt sich der rustikale Stil des 300 Jahre alten Hauses fort.

Fleischerei Schader, Tamsweg/Österreich

Die Fleischerei Schader aus Tamsweg im Salzburger Land, betreibt ihr Geschäft seit über 30 Jahren mit Erfolg. Sie ist stolz darauf selbst zu schlachten und alle ihre Produkte selbst herzustellen. Eine besondere Spezialität ist die Preberwurst. Zudem sorgen wöchentlich wechselnde Angebote für Abwechslung. Als ein kompletter

Umbau des rund 100 m² großen Ladens anstand, entschieden sich die Inhaber, dem 300 Jahre alten Haus mit Hilfe von Aichinger – getreu dem Motto „Aus Alt mach Neu“ – zu neuem Glanz zu verhelfen. Da das alte Ladenkonzept sehr dunkel war, die Theke nicht mehr effizient arbeitete und die Ware kaum mehr zu sehen, standen die Inhaberfamilie und Aichinger-Mitarbeiter Ernst Sommerauer vor ei-

ner besonderen Herausforderung. Zum Einsatz kam eine Theke der Sirius®3-Generation mit edlem Holzdekor, die für hohe Funktionalität beim Abverkauf steht und temperaturstabil ist. Auf mehr als 7,5 m Länge steht nun genug Platz für ausgewählte Köstlichkeiten zur Verfügung. Ein integrierter Kühlschrank im Rückbereich der Thekenanlage ermöglicht einen großzügigen Einblick auf die bes-

ten Stücke aus dem Angebot. Hier findet man keine Produkte von der Stange, sondern ausschließlich traditionell handwerklich hergestellte Fleisch- und Wurstwaren – unverwechselbar und frisch. Um den urigen Eindruck des Gebäudes ins Ladenkonzept aufzunehmen, dominieren überall warme Holztöne. Auch die Beleuchtung trägt dazu bei, dass sich die Kunden wohlfühlen. Ein großzügiger Einsatz von Spiegeln lässt den Laden deutlich größer, wärmer und freundlicher wirken.

Fazit: Heute genügt es nicht mehr einfach eine Theke zu kaufen und die Waren darin zu präsentieren. Vor allem geänderte Verzehrgewohnheiten sowie die Themen Regionalität, Tierschutz/Tierwohl, Hygiene und Reinigungsfreundlichkeit, der Energieverbrauch für Kühlung und Licht oder Convenience müssen sich in zeitgemäßen Ladenkonzepten widerspiegeln. Die Kunden wollen nicht nur hochwertige Waren einkaufen, sondern dabei auch etwas erleben, das sie mit anderen teilen können – egal, ob von Auge zu Auge oder in virtuellen Welten. *mth*

FMU

Umsatzfördernd präsentieren

Mit dem stabilen und mobilen Aktionsregal Peter (1.900 x 730 x 580 mm) in Silber und Schwarz bietet FMU Fleischereien die Möglichkeit, zusätzlichen Umsatz zu generieren. Es eignet sich für Artikel des Zusatzgeschäfts ebenso wie für wechselnde Aktionen. Das Regal verfügt standardmäßig über vier Holzlattenrost-Fachböden, die waagrecht oder schräg einhängbar sind, mit frontal angebrachten Scannerpreisschienen sowie einen komplett abnehmbaren Werbeschildhalter. Für Stabilität sorgen zwei Feststellbremsen. Optional kann es mit vier Körben (Größe: 600 x 400 mm, Höhe: 110 mm) ausgestattet werden. Am Regal kann seitlich am Rahmen ein Haken zum Einhängen für Körbe angebracht werden. Es wird komplett montiert ausgeliefert. www.fmugmbh.de



Fotos: Aichinger, FMU



Wir machen Ihren Laden zum

tages
gespräch



Besuchen Sie uns
IFFA Frankfurt, 7. - 12. Mai
Halle 4.1 - Stand D10

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

SOUVERÄN VERKAUFEN



Es gibt erfolgreiche und weniger erfolgreiche Metzgereien. Warum ist das so? Liegt es ausschließlich an der Qualität der Produkte oder gibt es andere „Stolperfallen“ die für Erfolg und Misserfolg ausschlaggebend sind?

Kunden eines Fleischerfachgeschäftes haben zu Recht bestimmte Ansprüche. Das fängt bereits mit dem Erscheinungsbild an. Dazu zählen nicht nur von außen sichtbare Dinge wie ein sauberer Gehweg, eine einladende, attraktiv gestaltete Schaufensterfront oder ein großzügiger Eingangsbereich. Die Auslage in der Theke ist genauso wichtig wie eine dem Angebot entsprechende Ladengestaltung und eine passende Corporate Identity. Diese „Ausstattung“ gehört zu den Anforderungen an ein modernes und erfolgreiches Fachgeschäft.

In Zeiten, in denen die Discounter mit ihren massenhaften Niedrigpreisangeboten zwar starken Zulauf haben, gibt es aber auch zahlreiche Verbraucher, für die kompetente Mitarbeiter und eine qualifizierte Fachberatung in Sachen Fleisch und Feinkost von enormer

Bedeutung sind. Deshalb sollten Verkaufs- und Servicekräfte einen positiven Eindruck schaffen sowie ein Ambiente, das es ermöglicht, die Kunden mit individuellen Angeboten zu verwöhnen. Das beginnt mit einem attraktiven Erscheinungsbild, bei dem von Kopf bis Fuß wirklich alles stimmig sein sollte. Das Verkaufsteam muss adrett aussehen. Eine ordentliche Frisur, saubere Arbeitskleidung und gepflegte Hände sind die Basis für einen gelungenen Auftritt. Denn: Viele Kunden achten ganz besonders auf Hygiene und Sauberkeit. Das fängt beim Laden an, setzt sich bei den Mitarbeitern fort und reicht bis zum Zubereiten und Verpacken der Lebensmittel und Produkte. Damit sich die Kunden rundum wohlfühlen, genügt auch

das noch nicht. Äußerst wichtig und verkaufsfördernd ist eine kompetente und freundliche Beratung. Geschultes Personal sollte auch auf kritische Kundenfragen spontan und sicher antworten können.

WAS IST GESUND, WAS NICHT?

Wie eine gesunde Ernährung in den Grundzügen aussehen soll, wissen viele: wenig Fett und Zucker, viel frisches Obst, Gemüse und Salat, Fleisch und Fisch in Maßen und einiges an Getreide- sowie Milchprodukten – das sind die Grundpfeiler, die immer wieder genannt werden können. Beim heutigen Überangebot an Lebensmitteln fragen viele Kunden: „Welche Lebensmittel sind gesund?“ Die Antwort ist relativ einfach. Denn: Im Prinzip gibt es keine gesunden oder ungesunden Lebensmittel. Es

kommt auf die Menge, Auswahl und Kombination an. Richtig ist es auf jeden Fall, die ganze Lebensmittelvielfalt in der richtigen Menge und Kombination zu genießen. Dabei sollten gesundes Essen und Bewegung Hand in Hand gehen. Das bedeutet nicht, dass man von heute auf morgen zum Profisportler werden muss.



Fotos: Deutscher Fleischer-Verband, Schmitt

IFFFA

Besuchen Sie uns
in Frankfurt vom
07. - 12. Mai 2016
Halle 8, Stand B-06



Es ist Ihre Show:

Für uns gibt es nur einen Superlativ

Die Weltleitmesse der Fleischverarbeitung, der neueste und schnellste Vakuumfüller der Welt in Serie, die flexibelste und schnellste Frischfleischlinie am Markt, die innovativsten ein- und mehrbahnigen Lösungen für Convenience- und Snackprodukte, die gewichtsgenaueren und rohstoffsparendsten Würstchenlinien, die es je gab, die Produktionslinie für universellste Einsätze, die hygienegerechtesten Maschinen für umfassendste Produktsicherheit, die effizienteste Software für die profitabelste Produktion, ein 1.395 qm großer Messestand mit permanenten Live-Vorführungen und ausreichend Raum für intensivsten Austausch, aber nur ein Superlativ, der in uns das Kribbeln und die Leidenschaft weckt:

Sie – Wir kümmern uns gerne um Sie. Immer und auch auf der IFFFA.





Zusammen neue Maßstäbe setzen:

Realisieren Sie Ihre Ideen durch Technik und Partnerschaft

VEMAG Maschinen und Vorsatzgeräte bestehen durch niedrigste Wartungskosten, höchste Leistungsbreite und einfachste Handhabung. Exzellente Produktbilder und größtmögliche Produktschonung bilden die Referenz in der Produktion.

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

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



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





Untrainierte erreichen bereits etwas, wenn sie anstelle eines Aufzugs täglich die Treppe benutzen. Zudem unterstützt eine „Reform“ im eigenen Kühlschrank den Weg zur gesunden Ernährung.

FLEISCH GEHÖRT DAZU

Meist sind die Empfehlungen von Fachleuten verblüffend einfach: „Essen Sie alles, aber von allem wenig.“ So einfach ist das – eigentlich! In der Theorie hören sich diese Ratschläge recht einfach an. Doch wie sieht es in der Praxis aus? Nur wenige Verbraucher schaffen es wirklich, sich richtig zu ernähren. Ein Großteil isst nach wie vor zu viel, zu fett, zu salzig und zu süß. Einigen macht das relativ wenig aus, ihr Körper kommt damit zurecht und verkraftet den Raubbau zumindest über einige Jahre. Aber viele Personengruppen werden krank, weil sie sich falsch ernähren. Wieder andere müssen komplett auf bestimmte Produkte verzichten, da sie bereits an einer

Erkrankung leiden. Für die Mitarbeiter in der Fleischerei ist es besonders wichtig, dass sie wissen, welche Produkte sie bei bestimmten Krankheitsbildern anbieten und empfehlen können. Generell kann man sagen, dass Fleisch und Wurst zu einer ausgewogenen, kalorien- und fettbewussten Ernährung passen. Dafür spricht, dass tierisches Eiweiß in hoher Konzentration essenzielle Aminosäuren enthält und das noch dazu in einer günstigeren Zusammensetzung als pflanzliches. Tierisches Eiweiß ist besonders hochwertig, da es fast restlos in körpereigenes Eiweiß umgewandelt wird. Zudem enthält Fleisch gut verwertbares Zink. Dieser Mineralstoff spielt gerade bei der Ernährung älterer Menschen eine wichtige Rolle und ist vor allem in Rindfleisch in relativ hohem Maße enthalten. Er dient der schnelleren Wundheilung, der Infektionsabwehr sowie der Speicherung von Insulin. Fleisch ist zudem die wichtigste Quelle für Selen. Dieser Stoff sorgt mit seinen

Erfolgsfaktoren

Es gibt Faktoren, die für den Erfolg oder Misserfolg einer Fleischerei verantwortlich sind. Folgende Punkte sollte man auf jeden Fall unter die Lupe nehmen, wenn man auf der Erfolgsleiter nach oben will.

- Äußeres Erscheinungsbild
- Hohe Qualität
- Thekenauslage
- Ladengestaltung
- Corporate Identity & Image
- Geschulte, motivierte und aktive Verkaufsmitarbeiter
- Angemessenes Preis-/Leistungsverhältnis
- Öffnungszeiten
- Serviceleistungen & Aktionen

darf an Vitamin A für zwei Wochen. Zudem sind gut verwertbares Eisen, Zink, Vitamin B 12 und reichlich Folsäure enthalten. Doch Leber sollte, wie auch andere Innereien, nicht täglich auf dem Speiseplan stehen, ist aber im zweiwöchigen Rhythmus gut für den Körper. Auch Kunden mit Gewichtsproblemen kann etwas Passendes angeboten werden. Hier empfiehlt man eine ausgewogene, energiereduzierte Mischkost. Ergänzt wird mit Fisch, Ei, Milch, Käse, Wurst und Fleisch sowie hochwertigem Pflanzenöl. Diese Kost versorgt den Körper mit allen lebensnotwendigen Nährstoffen. Aus der Fleischtheke eignen sich alle mageren Teilstücke wie Schnitzel, Lende, Steak, Roulade, Geflügelbrust. Zudem passen Wurst und Fleischwaren mit weniger als 15 % Fett gut in eine kalorienbewusste Kost. Fazit: Wer gut auf eventuelle Kundenfragen vorbereitet ist und eine informative und praxisnahe Antwort parat hat, ist auf der sicheren Seite. *Astrid Schmitt*

Antioxidantien für einen aktiven Zellschutz. In Fleisch stecken auch reichlich B-Vitamine. So deckt ein Schnitzel den Tagesbedarf eines Erwachsenen ab. Zahlreiche wertvolle Inhaltsstoffe sind auch in der häufig ungeliebten und teilweise umstrittenen Leber enthalten. Eine Portion Leber deckt etwa den Be-

Fotos: Deutscher Fleischer-Verband

Kostenlose Info-Pakete

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



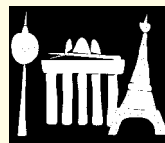
Bauernhof-Urlaub



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: _____





Ahles Wurst!

Für Wurstfans ein Schlaraffenland, einzigartig in Deutschland: der „Wilhelmsthaler Wursthimmel“ mit zigtausend Stücken „Ahler Wurst“ in der Landfleischerei Koch in Calden. Katharina Koch und ihr Vater Thomas sind ein Dreamteam – und Experten für diese luftgetrocknete Spezialität.

permärkten – so ist es noch heute. „Wir verstehen uns als Manufaktur. Man muss sich abheben von Angeboten im Handel – das haben wir schon immer gemacht“, sagt Thomas Koch selbstbewusst. Das färbte wohl auch auf seine Tochter ab, die 2013 nach fünf Jahren inkl. Politologie-Studium mit Bachelor und Master in Berlin und Paris sowie einer Tätigkeit bei der UNO in New York in den elterlichen Betrieb zurückkehrte. „Das habe ich ganz bewusst gemacht, ich liebe die Menschen hier, die Gegend und natürlich unsere Ahle Wurst“, schwärmt sie.

Mitte Januar am Telefon: „Landfleischerei Koch, was kann ich für Sie tun?“, fragt Metzgermeister Thomas Koch in den Hörer. „Ich hätte gerne einen Termin bei Ihnen für eine Reportage“, sage ich. „Da wenden Sie sich bitte an meine Tochter, wir haben gerade nach einem ZDF-Bericht allerhand Wurst zu versenden“, sagt er, „die managed das“. Ein paar Tage später gelingt mein Anliegen und der Vor-Ort-Besuch in der Woche vor Ostern. Vater und Tochter Koch sind die Kreativen in der Familie, während Bruder Benjamin – auch Fleischermeister – in der Produktion und seine Mutter Sigrun im Verkauf aktiv sind. Ein weiterer Bruder arbeitet als Koch in Berlin. Katharina (29)

und Thomas Koch (62) tüfteln an neuen Rezepturen, geben Interviews im Fernsehstudio, rühren die Werbetrommel für Ahle Wurst beim Handballbundesligisten MT Melsungen oder auf Ausbildungsmessen, packen sie in Wurstautomaten und führen Interessierte in den oberen Stockwerken durch das Wurstmuseum und ihren „Wursthimmel“.

Seit fünf Generationen pflegt die Familie Koch ihre Liebe zur Ahle Wurst. Alles begann 1877, 1968 setzten Henry Koch und sein Sohn Thomas mit der Spezialisierung auf die nordhessische Rohwurstspezialität ein Zeichen gegen Standardisiertes aus den aufkommenden Su-

QUALITÄT BRAUCHT ZEIT

Zurück in den „Wursthimmel“ im zweiten Stock. Katharina ist in ihrem Element. „Meine beiden Brüder und ich haben die Würste hier oben schon als Kinder mit der Hand abgewaschen“, erinnert sie sich. „Das ist sehr wichtig, sonst reifen sie nicht richtig, in den ersten Wochen mehrfach pro Woche, in den späteren Monaten nicht mehr so oft – heute gibt es dafür zum Glück Maschinen“, erklärt sie. Der Grund dafür sind die für die Reifung nötigen weißen Edelschimmelpilzkulturen. Damals wurde der Funke für ihr Wissen und ihre Wertschätzung gegenüber der für diese Region typischen Wurst gelegt – und der springt bei

jedem Wort auf die Besucher des „Wurstehimmels“ über. Rund 40.000 Ahle Würste hängen dort, in unterschiedlichen Formen, Kalibern und Reifegraden. Es gibt dünne, dicke, kurze und lange Stracke sowie runde Würste – im Schnitt sieben bis acht Sorten. „Die Ahle Wurst stellen wir von September bis April zweimal pro Woche aus schlachtwarmem Fleisch her. Die Schweine werden mindestens ein Jahr gefüttert und sind keine Schnellmastschweine. Pro Woche verarbeiten wir etwa 30 Tiere, die von vielen kleinen Bauern aus der Region stammen“, betont sie. Die Würste trocknen in den acht natürlich erhaltenen Lehmkammern des Fachwerkhauses (ca. 600 m²) zwischen sechs Wochen und einem Jahr bei permanenter Luft-

feuchtigkeit von 80 %. Die Fläche wurde über die Jahre hinweg immer wieder erweitert – ein weiteres Fachwerkhaus wurde bereits erworben. „Jede Sorte entwickelt durch die natürliche Reifung ihr einzigartiges und unverwechselbares Aroma“ sagt sie und ergänzt: „Unsere größte Stracke trocknet bis zu einem Jahr und verliert etwa 50 % ihres ursprünglichen Gewichtes. Im Gegensatz zu den 1960er-Jahren, als mein Opa und Vater begannen, hat die Wurst heute 50 % weniger Salz und 30 % weniger Fett und es gibt kleinere Größen.“ Um sicher zu sein, dass alles in Ordnung ist, geht Thomas Koch mehrmals am Tag Kontrollrunden. „Er merkt sofort, wenn etwas nicht stimmt“, sagt die Tochter. Ob Wilhelmsthaler Stracke, Henrys Liebling

mit schwarzem Pfeffer und Knoblauch oder Varianten mit Fenchel – alle Sorten gibt es auch im Online-Shop, derzeit 13, mit dem etwa 30 % des Umsatzes generiert werden, Tendenz steigend. „Aber auch bei ausgewählten Feinkosthändlern wie der Genussmeisterei in München-Neuhausen oder im KaDeWe in Berlin gibt es unsere Wurst“, sagt Katharina Koch. Sie hat viele Ideen, z. B. die mit einer Porzellanmanufaktur entwickelte längliche Ahle Wurst-Dose. Bald stellt sie mit dem Imker Victor Hernandez von Kasseler Stadthonig Bienenkästen hinter der Metzgerei auf. Der Honig kommt in die Ahle Wurst, und die landet dann wieder im „Wurstehimmel“ und kann genossen werden. *mth*
www.wurstehimmel.de

KONZEPT

LANDFLEISCHEREI HENRY KOCH – CALDEN

In fünfter Generation familiär geführte Landfleischerei mit dem einzigartigen „Wilhelmsthaler Wurstehimmel“ sowie Wurstmuseum, Landgasthof mit sechs Gästezimmern, Veranstaltungssaal für maximal 100 Personen und jahrzente langem Ahle Wurst-Know-how. Zudem vier Verkaufsautomaten (s. Seite 63), Partyservice und Catering. 15 Mitarbeiter inkl. Familie.

ERFOLGSFAKTOREN

- Hohe Authentizität, Einzigartigkeit
- Regionalität, Transparenz und Qualität
- Mut, Trends aufzugreifen und zu testen
- Schnell auf individuelle Kundenwünsche reagieren
- Aktives Werben um Nachwuchs, z. B. auf Azubi-Messen
- Multimediale Öffentlichkeitsarbeit

PROFI-PARTNER

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Autoklaven:** Korimat
- **Füller:** Handmann
- **Gewürze:** Hagesüd, Raps, Frutarom Savory Solutions (Gewürzmüller)
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Räucherammer:** Maurer-Atmos
- **Scherbeneiszerzeuger:** Maja Maschinenbau
- **Spültechnik:** Jeros
- **Wolf:** Seydelmann



Im Online-Shop gibt es nicht nur Wurstwaren, sondern auch eine passende Präsentationsform.



Die Ahle Wurst wird von September bis April zweimal pro Woche produziert.

Wünsch' dir was...

„Spezialprodukte sind mein Ding“, sagt Jürgen Naesert. Der Berliner Fleischermeister betreibt mit seinem Bruder Thomas die Fleisch- und Wurstwaren Manufaktur NAESERT® GbR.

Ungewöhnliche Zutaten schrecken ihn nicht. So kreierte Jürgen Naesert 2013 eine Lakritzbratwurst, die ihm ganz nebenbei jede Menge Öffentlichkeit brachte. Er sagt: „Wenn Kunden mit Sonderwünschen zu mir kommen, fordert mich das heraus. Natürlich sollte die Zusammenarbeit eine Win-Win-Situation sein. Darüber hinaus glaube ich, dass diese Flexibilität und Serviceorientierung die großen Stärken des Handwerks sind.“

Die Fleischerei NAESERT® GbR wurde 1973 von Hartmut Naesert, dem Vater der beiden jetzigen Inhaber gegründet, auch damals bereits in Berlin-Friedrichshain, jedoch in einer anderen Straße. An den heutigen Ort der Fleischerei, in der Koppenstraße 41-42, zog der Betrieb 1985. 2001 gründeten Vater Naesert und seine beiden Söhne, die inzwischen auch gestandene Fleischermeister waren, die NAESERT® GbR. Seit dem Tod der Eltern teilen sich die beiden Brüder die Zuständigkeiten. Der ältere der beiden, Jürgen Naesert, übernimmt den kaufmännischen Bereich, das Marketing und betreut das Sortiment. Sein Spezialgebiet sind außerdem Kunden mit Sonderwünschen. Sein Bruder Thomas betreut die Großkunden, ihre Belieferung und die Fleischbereitstellungen. Wer den Brüdern in der Wurstküche zuschaut, hat keinen Zweifel – ein eingespieltes Team. Zwei

Gesellen arbeiten zudem in der Produktion. Im Verkauf sind vier Frauen angestellt, davon eine in Teilzeit.

KREATIV UND KUNDENNAH

Das wichtigste Standbein sei die Belieferung von Gastronomie und Handel.

Produziert wird in der gut ausgestatteten Wurstküche an jedem Wochentag. „Wir verwenden ausgesuchtes aber vorzerlegtes Fleisch. Wir haben keine Zeit, das Fleisch zu zerlegen, dann müssten wir weitere Mitarbeiter einstellen“, berichtet Jürgen Naesert. Die tägliche Produktion beziffert er mit 200 bis 450 kg Wurst. Der

überwiegende Teil wird nicht im Geschäft verkauft, sondern an Großkunden geliefert. „Für den Laden allein könnte ich in den Größenordnungen nicht effizient produzieren“, sagt er. Sein Erfolgsrezept sei die Flexibilität. „Am Abend um 22 Uhr ist Annahmeschluss. Dann telefoniere ich mit meinem Bruder und wir besprechen, was produziert werden muss.“

Eventuell müssen wir dann noch Fleisch nachordern. Aber so haben die Kunden dann garantiert frische Ware“, beschreibt er das Procedere mit Stammkundenbestellungen.

Foto: Sievers

KONZEPT

FLEISCH- UND WURSTWAREN MANUFAKTUR NAESERT® – BERLIN

Fleischerei in zweiter Generation mit einem Schwerpunkt auf Großkunden, vor allem mit Sonderwünschen. Ladengeschäft in guter Wohngebietslage, Mittags- und Imbissangebot.

ERFOLGSFAKTOREN

- Kreativität und Flexibilität
- Hohes Maß an Fachwissen
- Guter Standort
- Eingespieltes Team
- Aktive Kundenpflege





Für Nostalgiker gibt es in dieser Metzgerei noch Original Schändarm Wiener aus DDR-Zeiten – aber auch die Buletten sind hier sehr beliebt.



„Neue Produkte zu entwickeln, macht mir Spaß. Wenn Kunden mit ausgefallenen Ideen kommen und ich mich dafür begeistern kann, bin ich dabei. So war es auch mit der Lakritzbratwurst. Über eine Stadttour, die gelegentlich bei mir mit Gästen vorbeikommt, um echte Berliner Wurstherstellung zu erleben, habe ich einen Kunden kennengelernt, der – wie ich – Lakritze liebt. So entstand die Idee für die Lakritzbratwurst, die er dann von mir bekam. Oder kürzlich, als ein anderer Kunde Leberkäse, u. a. mit Kürbiskernen wollte – die habe ich dann auch in der Bratwurst probiert. Solche Proben gebe ich den Kunden gerne zum Testen mit, auch in meinem Laden. Das kommt gut an.“ Neue Wurstsorten zu kreieren sei ein bisschen wie Bilder malen. „Meine Farbpalette habe ich ja da“, und zeigt auf sein Gewürzstudio: „Ein vollständiger Maschinenpark ist auch hier, also geht’s los.“

IMMER WEITER

Bei der Produktion sei neben dem Preis, den der Kunde zahlen will, natürlich auch die Charge entscheidend. Kleine Mengen lohnten sich kaum, aber zu große Chargen würden ihm seine Produktion durcheinanderbringen, beschreibt er den Zwiespalt. Die Topseller sind Bratwurst, Wiener und Bockwurst, gefolgt von Aufschnitt, Leberkäse und frischer Rohwurst, z. B. Schlackwurst und Teewurst. Auch Halbkonserven, wie Schweinebäckchen und Leberwurst im Glas, würden gut verkauft. „Eben all solche Produkte, von denen ich selbst überzeugt bin und die auch mir schmecken“, meint er. Mittags gibt es neben dem klassischen Imbissangebot warme Gerichte. Montag ist Eintopftag, dienstags, mittwochs und freitags gibt’s Hausmannskost, am Donnerstag immer Eisbein und frische Blutwurst. „Das warme Angebot wollen wir weiter ausbauen, aber dafür muss der Thekenbereich umgebaut werden. Sonst ist es für die Frauen, die hier arbeiten,

zu stressig“, begründet er. Brötchen backt die Fleischerei selbst auf. „Ich war mit den gelieferten Brötchen nicht zufrieden“, sagt er. „Jetzt verkaufen wir täglich an die 100 Brötchen, also 200 belegte Hälften. Vorher lagen wir bei etwa 20 bis 30 Stück.“ Der Zukauf für die Theke betrifft lediglich Käse und italienische Salamisorten. „In der Theke ist eben fast alles von uns selbstgemacht“, sagt er. Auch daher habe er sich im vergangenen Jahr für den Namenszusatz „Fleisch- und Wurstwaren Manufaktur“ entschieden.

Heike Sievers

www.naesert.de



PROFI-PARTNER

- **Bandsäge:** Bizerba
- **Berufskleidung:** Mewa Textil-Service
- **Füller:** Schrofner
- **Kassensystem:** Mettler-Toledo
- **Kochkessel:** Brökelmann
- **Kutter:** Laska
- **Mengtechnik:** Westfalia
- **Pökelinjektor:** Rühle
- **Räucherammer:** Fessmann
- **Rohgewürze:** Avo-Werke, Moguntia, Lay Gewürze, Wiberg, Raps, Van Hees, Frutarom Savory Solutions (Gewürzmüller)
- **Scherbeneiszeuger:** Weber Maschinenbau
- **Speckschneider:** Treif Maschinenbau
- **Tumbler:** Rühle
- **Wägetechnik:** Mettler-Toledo
- **Vakuumtechnik:** Webomatic

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.gastroportal.de/profikueche/

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.

Feinkost, aber bodenständig

Stephan Helmus hat in Düsseldorf vor fünf Jahren die Traditionsmetzgerei Stollmann übernommen und sich seinen Traum von der Selbstständigkeit erfüllt. Wer seinen Laden besucht, sollte vor allem eines mitbringen: viel Zeit. Denn zu Bestaunen gibt es nicht nur Fleisch.

Freitagmorgen, 11 Uhr im Düsseldorfer Stadtteil Oberkassel: Es herrscht Hochbetrieb in der Metzgerei Helmus. Die Mitarbeiterinnen von Stephan Helmus (42) rotieren hinter der hell beleuchteten Theke – der Laden brummt. Ein ganz normaler Tag. „Heute nehme ich etwas von Natursaftschinken mit. Ach, und geben Sie mir doch bitte noch mal etwas von dem besonderen Käse“, bestellt eine Kundin und lächelt versonnen. Verständlich, denn wer Helmus Fleischerei & Feinkost betritt, der kommt aus dem Schwärmen nicht mehr heraus.

Ein italienischer Kronleuchter spendet warmes Licht. In cremefarbenen Holzregalen warten ausgefallene Grapefruit-Limonaden darauf verkostet und Schwarzbrot aus Köln bestrichen zu werden. Zudem gibt es Amaretti aus Italien, Crispy Popcorn aus Hamburg oder französischen Champagner. Das ist das Eine. Das Andere ist das Fleisch. In einem großen Kühlschrank reift Dry-Aged Beef vom Hohenloher Weiderind, ein San Daniele-Schinken hängt

in einer Ecke hinter der Theke. Fleisch in jeder Variation: Iberico-Schwein, Gallica-Poularden und Schwarzfederhühner. Das Fleisch stammt nur von Höfen heimischer Zuchtbetriebe, die dem Thönes Natur-Verband in Wachtendonk und der bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch-Hall angeschlossen sind. Bilder von Fleisch zieren auch die Wände.





„Man muss sich individualisieren und besonders bleiben“, sagt Stephan Helmus. Der Parmaschinken ist 36 Monate alt, den San Daniele – mindestens 28 Monate gereift – gibt es nur bei ihm. „Sobald Sie vergleichbar sind, sind Sie austauschbar. Bei uns ist vieles hochwertig, darauf bin ich stolz und dennoch ist es bodenständig.“ Vor fünf Jahren übernahm Stephan Helmus die Traditionsmetzgerei Stollmann – einen Familienbetrieb, 1909 gegründet. Und deshalb hat er den Namen nicht gänzlich verschwinden lassen. „Helmus ehem. Stollmann“ steht auf dem Eingangsschild. Denn für Feinkost hatte auch Rolf Stollmann, der die Metzgerei bis 2011 leitete, viel übrig. Und genau wie er kommt auch Stephan Helmus aus einer Metzgerfamilie. Vater Bernd (68) hilft in der Produktion und kommt jede Woche aus dem Westerwald, um seinen Sohn und die zehn Mitarbeiter zu unterstützen. Um 5 Uhr morgens beginnt an der Cheruskerstraße der Arbeitstag. In den Räumen hinter dem Laden startet die Produktion um 6 Uhr.

UMBAU BEI LAUFENDEM BETRIEB

„Ich habe den Beruf von der Pike auf gelernt und liebe ihn“, betont Stephan Helmus, der mit seiner Frau und den zwei kleinen Töchtern in Neuss lebt. „Mein Traum war es immer, mich selbstständig zu machen. Aber es sollte etwas besonderes sein. Ich wollte einen Laden, der Wärme ausstrahlt.“ Und den fand er in der Metzgerei Stollmann. Nach einem Jahr Planung wurde der rund 40 m² große Verkaufsbereich innerhalb von 14 Tagen vom Unternehmen Aichinger umgebaut – bei laufen-

dem Betrieb. Die Theke wurde erneuert (jetzt: Sirius3), die Decke, die Wände und der Steinboden mit Ornament-Fliesen verschönert, das Geschäft um eine attraktive Schinkenecke ergänzt. „Ich hatte Probleme mit der Kühlung und mit der Thekentechnik. Da musste eine Lösung her und dann hat Aichinger in Abstimmung mit mir den Laden erneuert“, blickt er zurück und fügt ein bisschen stolz hinzu: „Jetzt habe ich den Rolls-Royce unter den Theken. Eine

KONZEPT

FLEISCHEREI HELMUS – DÜSSELDORF

2011 übernahm Stephan Helmus die über 100 Jahre bekannte Traditionsfleischerei Stollmann. Im Sommer 2015 wurde das Ladengeschäft aufwändig von Aichinger Ladenbau und Ladeneinrichtungen umgebaut und der Firmenname in Helmus Fleischerei & Feinkost geändert.

zeitlose Theke mit zeitlosem Charme.“ Rund 25 Sorten Salate, Antipasti, 50 Sorten hausgemachte Wurst und Fisch werden hier perfekt gekühlt. Dann wäre da auch noch der Käse: vom jungen Gouda bis zum herzhaften Tête de Moine, vom gereiften Käse aus Büffel-, Schafs- und Ziegenmilch bis zum Frischkäse. Dazu bietet die Fleischerei einen wechselnden Mittagstisch mit drei Gerichten an, eines davon ist vegetarisch. Selbstverständlich fehlen auch Desserts nicht. Wer nach all den Köstlichkeiten einen süßen Abschluss braucht, der muss nur den Mandarinenquark oder das Tiramisu kosten. Feine Kost. Und alles in jeder Variation. *nad*

www.fleischerei-helmus.de,
www.aichinger.de

ERFOLGSFAKTOREN

- Besonderes und unverwechselbares Angebot
- Bodenständige Feinkost
- Hochwertiges Zusatzsortiment (standortbezogen)
- Bezug von regionalem Fleisch
- Starkes Team

PROFI-PARTNER

- Kombidämpfer: Rational
- Kutter: Kilia
- Ladenbau: Aichinger
- Licht: we-shoplight
- Wägetechnik: Bizerba
- Wolf: Delitech





Das Beste aus zwei Berufen

Manfred Weber aus Lauf ist beides – Landwirt und Metzger. Es überrascht nicht, dass sein Fachgeschäft laut „Der Feinschmecker“ 2014 zu den 500 besten Metzgereien in Deutschland zählt.

Ein Landwirt weiß, wie Tiere zu halten und zu füttern sind, um beste Fleischqualität zu ermöglichen. Ein Fleischer weiß, worauf es beim Schlachten und Zerlegen ankommt und was in eine gute Wurst rein muss. Den Hof, auf dem Obermeister Manfred Weber heute gut 100 Mastschweine auf Stroh hält, betreibt seine Familie seit Generationen nahe Güntersbühl. Den „f“-Betrieb an der Johannisstraße im Herzen von Lauf übernahm er 1994 mit 24 von seinem Lehrmeister Karl Öder. Mit einem Startkapital von 20.000 DM, den eigenen Schlachttieren und fünf Mitarbeitern begann er damals, seine Philosophie umzusetzen: einfache, ehrliche Produkte ohne Schnickschnack – beste regionale Zutaten für original fränkischen Geschmack.

Damit überzeugt der 47-Jährige seine Kunden bis heute. In der Verkaufstheke liegen „Klassiker“ wie Weiße Stadtwurst, grobe oder geräucherte Leberwurst, roter und weißer Presssack sowie Bratensülze und fränkische Bratwürste neben Schäufele oder Bratwurstgehäck. Auch im Partyservice, mit Feiern und Veranstaltungen von Nürnberg bis Hersbruck, dominieren statt Antipasti und Nouvelle Cuisine herzhaft heimische Genüsse wie Knöchle und Schweinebraten mit Klößen oder Kartoffelsalat. Hier wie in seinem Sortiment ist der Metzgermeis-

ter konsequent: „Ich produziere und verkaufe nur, was ich auch selbst kaufen würde. Man muss von seiner Ware überzeugt sein.“ Trend-Angebote wie Chili- oder Bärlauch-Bratwurst gibt es nur auf Bestellung. Der Chef weiß, dass seine Strategie des Ursprünglichen honoriert wird: „Das Schlimmste, was passieren kann, ist, wenn jemand reinen Bratwurstgeschmack möchte und dann Orange im Mund hat.“ Eine Anekdote belegt, wie gut die grobe „Fränkische“ aus Webers Wurstküche auch in Berlin ankommt: Als Gast nahm der Laufer vor

Jahren am Bratwurst-Wettbewerb der Berliner Fleischer-Innung teil – und siegte mit seinem Top-Produkt gegen allerlei exotische Kreationen, obwohl er außer Konkurrenz gestartet war. Bestätigen ließ er sein Niveau auch bei der „f“-Qualitätsprüfung des Fleischerverband Bayern, bei der er etwa 2012 für seine Gelbwurst und Fleischwurst im Ring geehrt wurde.

FRISCH IST HIER FRISCH

Doch von nichts kommt nichts. Manfred Weber, der nach Lehre, Landwirtschaftsschule und Arbeit in mehreren Betrieben, 1992 Meister-Vorbereitungskurs und -prüfung in Nürnberg absolvierte, ist in der Produktion selbsterklärter Perfektionist, gibt aber zu: „Man schafft es nicht überall und immer.“ Gute Voraussetzungen schafft er mit dem herkunftssicheren Schlachttierbezug aus dem eigenen Stall oder von den befreundeten Landwirten Weber (Pet-



KONZEPT

METZGEREI WEBER – LAUF

Moderne Fleischerei mit 30 Mitarbeitern mit Hauptgeschäft und einer Filiale in Reichenschwand; Schwerpunkt: fränkische Spezialitäten, Platten-/Partyservice, Imbiss; 95 % eigene Herstellung, in Teilen Warmfleischverarbeitung. Unternehmensmotto: „Ihr Metzger mit Ideen!“

tensiedel), Scharrer (Henfenfeld) und Wölfel (Großbellhofen). 25 Schweine, eine Muttersau, ein Rind und ein Kalb pro Woche werden im 1 km entfernten Schlachthof Lauf geschlachtet. So stellt er z. B. Leberwürste, Kochwurst oder Konserven mit schlachtwarmem Fleisch her. „Wir haben genau die richtige Größe, um mit zwei Schlachttagen pro Woche für Frische zu sorgen und täglich produzieren zu können“, berichtet er. Je kleiner ein Betrieb, desto schwieriger sei dies. Und so gibt es täglich kesselfrische Gelbwurst oder rohe Bratwurst im Bändeldarm sowie samstags Weißwürste. Gerne reicht der Chef auch selbst mal Gusto-Stückchen warmer Stadtwurst über die Theke. Dass die Produktion im Haus angesiedelt ist, sei ein unschätzbare Vorteil. 95 % des Angebots werden selbst erzeugt, nur wenige Spezialitäten wie Südtiroler Speck oder italienische Salami kauft er zu.

Seit der Übernahme des Geschäftes investierte Manfred Weber gut 1,5 Mio. € in Renovierungen und Ausstattung. Jüngst ergänzte er den Maschinenpark um einen neuen Kutter (etwa 50.000 €) sowie eine Poltermaschine (rund 20.000 €). Er beschäftigt 30 Mitarbeiter, davon sechs in der Wurstküche, 19 im Verkauf und zwei Köche im Schichtbetrieb für die Zubereitung wechselnder Tagesgerichte sowie

Fleischküchle, Grillware & Co. für die Heiße Theke. Gattin Claudia Weber leitet den Verkauf am Stammsitz, seine Schwester Gerlinde Weber die Filiale in Reichenschwand.

ENGAGIERT UND SELBSTBEWUSST

In seiner „Freizeit“ setzt sich Manfred Weber nicht nur für seinen Heimatort ein (seit 2014 als CSU-Stadtrat), sondern auch für seinen Berufsstand. 2014 wurde er Obermeister der Fleischer-Innung Lauf-Hersbruck und versucht seine Kollegen zu mehr Zusammenarbeit und weniger Konkurrenzdenken zu bewegen. Die Konkurrenz seien Handelsketten und Discounter, die mit ihrer „Fabrikware“ die Preise kaputt machen, findet er. Davon dürften sich die Metzger nicht herunterziehen lassen, sondern sollten mit angemessenen Preisen, Qualität, Kundenservice, guten Gehältern für ihre Mitarbeiter und fundierter Ausbildung entgegenhalten. „Wir müssen uns besser präsentieren und Stolz auf unseren Beruf sein“, betont er. Hat ein so engagierter Handwerker noch Zeit für ein Hobby? „Ja“, sagt Manfred Weber. Dies sei sein Zweitberuf – die Landwirtschaft: „Wenn ich auf dem Traktor sitze, ohne Handy, dann kann ich entspannen und sinnieren. Das ist für mich wie für andere Leute Golf spielen.“ *Horst Buchmann*
www.weber-metzgerei.de

PROFI-PARTNER

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Bandsäge:** Mado
- **Gewürze:** Avo-Werke, Hagesüd, Van Hees, Frutarom Savory Solutions (Gewürzmüller)
- **Entschwarzer:** Weber Maschinenbau
- **Füller:** Frey Maschinenbau
- **Gartechnik (Heiße Theke):** Aichinger
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kochkessel:** Bastra
- **Kombidämpfer:** Wiesheu
- **Kutter:** K+G Wetter
- **Ladenbau:** Aichinger
- **Pökelinjektor:** Rühle
- **Räucherkammer/-technik:** Maurer-Atmos
- **Scherbeneiserzeuger:** Maja Maschinenbau
- **Speckschneider:** Rühle
- **Spültechnik:** Winterhalter
- **Technologische Hilfsstoffe:** Van Hees, Hagesüd
- **Wägetechnik:** Bizerba
- **Wolf:** Mado



ERFOLGSFAKTOREN

- **Regionalität leben – im Rohstoffbezug wie im Thekenangebot**
- **Frische durch tägliche Produktion**
- **Permanente Investitionen**
- **Fleiß – „immer etwas mehr tun als nötig“**
- **Durchhaltevermögen und selbstkritisch sein**
- **Auf das Bauchgefühl hören**



Streetfood Business ist redaktioneller Partner von:



Das erste und einzige Fachmagazin für die ganze gastronomische Bandbreite der Streetfood-Branche:

Reportagen, Interviews, Kolumnen Anwenderberichte, Kommentare und mehr – aus der Szene, für die Szene.

Etablierte Gastro-Klassiker im Streetfood-Kontext, junge Erfolgsmodelle, kreative Neueinsteiger, moderne Crossover-Konzepte ...

Streetfood Business bietet umfassende Hilfestellung bei der Konzeption und Umsetzung, beim Start oder bei Neuausrichtung und Feintuning in Sachen Streetfood!



B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Ridlerstr. 37 • 80339 München
muc@blmedien.de
www.gastroinfoportal.de

Die Neuheit im Trendmarkt



Wo das Persönliche zählt

In der Fleischerei Violka in Hannover dreht sich alles um die Wurst – seit vier Generationen. Marcel Violkas Eltern eröffneten 1967 im Stadtteil List eine Fleischerei mit eigener Wurstproduktion. Seit 2004 ist er selbst am Ruder und baute den Betrieb sukzessive aus.

Unbekannt war seinen Eltern der Betrieb eines Metzgerladens damals nicht. Immerhin hatten schon ihre Eltern und Großeltern einen Fleischerladen. Nach seiner Übernahme baute Marcel Violka (49) im Laufe der Jahre vier Geschäftsfelder auf: im 20 m² großen Verkaufsladen führte er neben neuen Wurstwaren selbst gemachte Salate und fertige Gerichte in Omas Weckgläsern ein, beim Catering werden auch vegetarische Gerichte ausgeliefert, die Belieferung von Großküchen weitete er z. B. auf Krankenhäuser und Schulorte aus und bei Großveranstaltungen machte er sich

mit den beliebten XXL-Spießen einen Namen. „Allein mit dem Laden“, sagt er, „ist der Umsatz nicht ausreichend.“ Die gesetzlichen Anforderungen an Hygiene, Aufzeichnungspflichten sowie Räumlichkeiten seien zu hoch. 35 % sei-

nes Umsatzes erzielt er mit der Belieferung von Großküchen, 35 % mit den Veranstaltungen, der Rest verteilt sich auf die anderen Geschäftsfelder. Heute hat sein Betrieb elf Angestellte und eine hochmoderne Produktionsstätte.

KONZEPT

FLEISCHEREI VIOLKA – HANNOVER

Seit vier Generationen familiengeführte Fleischerei im Stadtteil List. Belieferung von Großküchen und Schulorten sowie Veranstaltungen mit XXL-Spießen als weitere Standbeine.

DAS RICHTIGE TEAM

Vieles, was die Eltern eingeführt haben, setzt der gelernte Metzgermeister fort. Er hält die familiäre Tradition aufrecht, bringt aber auch viele eigene Ideen ein. Alle Produkte, die verkauft werden, stellt er selbst her, u. a. Bratwurst, Aufschnitt, sechs Sorten Mettwurst so-

Foto: Fleischerei Violka

wie fünf Schinkensorten. Es sind überlieferte Rezepturen, die seit vielen Jahren erprobt sind und ständig verfeinert werden. Beim Catering werden auch Wünsche von Allergikern berücksichtigt. Beim Aufschnitt gibt es keine Geschmacksverstärker oder künstlichen Aromen. Die Gewürzmischung für die Produkte wird nach seinen Angaben hergestellt. Bewusst pflegt Marcel Violka ein gutes Verhältnis zu Kunden und Angestellten. „Wir haben Mitarbeiter, die rund 30 Jahre bei uns tätig sind“, freut er sich. Diese verrichteten nicht nur ihren Job, sondern seien am Erfolg des Betriebs beteiligt. Sie bringen eigene Ideen ein und haben immer ein Ohr für die Wünsche der Kunden. Sie gehörten zur Familie und würden auch so behandelt.

WAS ES ANDERSWO NICHT GIBT

In der Fleischerei werden pro Woche, je nach Saison, 3 bis 5 t Fleisch- und Wurstwaren hergestellt. Produziert wird überwiegend auf Bestellung. Rund 70 % des Umsatzes resultiert aus der Belieferung von Großküchen, Kantinen und Festen. Das war nicht immer so. Senior Edgar Violka belieferte bereits zahlreiche Schützenfeste. „Wir sind davon ein wenig abgerückt, da Feste ein saisonales Geschäft sind“, erläutert Marcel Violka. Deshalb engagierte er sich dafür, mehr für Großküchen und Kantinen zu produzieren. Das ist aber nicht die einzige Änderung, die er eingeführt hat, auch das Sortiment hat sich verändert. „Wir produzieren eine spezielle Salmisorte und bieten für Veranstaltungen und Feste einen XXL-Spieß an“, sagt er. Das kommt bei den Kunden gut an. Der gelernte Metzgermeister liefert die Ware für Veranstaltungen nicht nur ab, sondern präsentiert den Kunden ein Rundum-Sorglos-Paket. Dazu gehören auf Wunsch etwa auch ein Kühl- und Verkaufshänger oder ein Grill. „Das einzige, was wir nicht machen, ist, uns hinter den Verkaufstresen zu stellen oder die Wurst zu grillen.“

Der Name Violka ist in Hannover bekannt. So bekannt, dass etliche Stammkunden einen weiten Weg auf sich nehmen. Denn: In der Fleischerei gibt es Waren, die es in vielen anderen Läden nicht gibt, z. B. eine beliebte Bratwurst, deren Rezeptur streng geheim ist. „Wir arbeiten grundsätzlich ohne Eiweißstreckung und nur mit bestem Schweinefleisch“, versichert Marcel Violka. Außerdem hat sich die Fleischerei einen Namen mit Salaten und dem Partyservice gemacht. Rund zehn verschie-

ERFOLGSFAKTOREN

- Große Flexibilität
- Persönliches Engagement
- Gutes Verhältnis zu den Mitarbeitern
- Kunden zu Freunden machen

PROFI-PARTNER

- Food-Aromen: Müller Gewürze
- Fleischereimaschinen: Seydelmann
- Gewürze: Hannoversche Gewürzmühle
- Räucher- und Reifetechnik: Bastra
- Spültechnik: Hobart
- Verpackungstechnik: Multivac
- Wartung der Maschinen: Heifo Fleischereimaschinen



dene hausgemachte Salate gibt es – mit einer Mayonnaise, deren Fettanteil reduziert ist. Hausgemachte Eintöpfe, Rinderrouladen und Grünkohl gibt es in Weckgläsern ohne künstliche Aromen und Konservierungsstoffe – ausschließlich nach Großmutter Rezept.

NACHFOLGE IN AUSSICHT

Früher gab es in der „List“ 30 Metzgereien, heute sind es noch zwei. Wer bestehen will, muss sein Profil kenntlich machen. Bei den Violkas wird das Traditionelle, Familiäre gepflegt. Das wird bei den Rezepten aus Großmutter Zeiten deutlich und setzt sich bei der Bedienung fort. Der Kunde wird als solcher behandelt und bekommt seine Brötchen so belegt, wie er es möchte. Wenn abends bei einer Veranstaltung die Ware ausgeht, wird sofort nachgeliefert. Der persönliche Kontakt zu den Kunden wird gepflegt. Diese Fleischerei hat sich einen Tante-Emma-Touch bewahrt, auch wenn die Maschinen in der Wurstküche hochmodern sind und die Ladeneinrichtung komplett erneuert wurde. Neue Theke, neue Fliesen, neue Regale. Die Ware steht im Mittelpunkt. Daran wird sich auch künftig nichts ändern. Demnächst wird der 49-Jährige in Hannover/Andernten einen Laden übernehmen, der nicht fortgeführt werden kann. Das passiert Marcel Violka nicht. „Ich freue mich, wenn eines der Kinder die Familientradition fortführt.“ Bei vier Kindern stehen die Chancen nicht schlecht – ein Sohn hat schon Interesse angemeldet. *Ingrid Hilgers*
www.fleischerei-violka.de



LUST AUF FLEISCH

Für die Betriebe des Fleischerhandwerks ist die IFFA in Frankfurt am Main von 7. bis 12. Mai 2016 die Gelegenheit, wichtige Impulse für die eigene betriebliche Zukunft zu bekommen.

Zahlreiche informative Veranstaltungen rund um das Fleischerhandwerk, Produkt- und Service-Neuheiten für den Verkauf, die Qualitätswettbewerbe des Deutschen Fleischer-Verbands und Innovationen im technologischen Bereich machen den Besuch der IFFA 2016 auch für Inhaber und Mitarbeiter von Fleischereien zu einem Pflichttermin. Rund 960 Aussteller präsentieren dort die gesamte Prozesskette der Fleischverarbeitung. „Der Besuch der IFFA ist ein Muss, denn nur hier erfährt man als Vertreter des Fleischerhandwerks, wie sich die gesamte Branche in den nächsten Jahren entwickeln wird. Viele Trends, die hier präsentiert werden, gewinnen in der Zukunft sicher auch im Fleischerhandwerk an Bedeutung“, sagt Heinz-Werner Süss, Präsident des Deutschen Fleischer-Verbands. Ein wichtiger Angebotsbereich für das Handwerk ist in Halle 4.1 zu sehen. Hier präsentieren sich im Schwerpunkt die führenden Anbieter aus dem Bereich „Verkaufen – Alles rund um das Fleischerfachgeschäft“ und auch das Wettbewerbsareal des DFV ist hier angesiedelt. In der Halle 4.0 sehen die Besucher Trends und Neuheiten zum Thema Ingredienzien, Gewürze, Hilfsstoffe, Därme und Packmittel. Die hier vertretenen Unternehmen sind Partner der handwerklichen Fleischverarbeitung. In der Halle 11 sind die Produktbereiche Verpacken, Versorgungseinrichtungen, Mess- und Wägetechnik sowie Anbieter aus dem Bereich Verarbeiten-Schneiden präsent. Die Hersteller aus dem Segment Schlachten und Zerlegen sind erneut in den Hallen 9.0 und 9.1 vertreten. In der Halle 8.0 findet sich der Angebotsbereich Verarbeiten.

DIE TRENDFLEISCHEREI

Welche Möglichkeiten bietet die Digitalisierung dem Handwerk? Welche Veränderun-

gen kommen auf die Betriebe zu? Mit diesen Fragen beschäftigt sich die Sonderschau „Die Trendfleischerei – Digitalisierung im Fleischerhandwerk“ in der Halle 4.1, ein gemeinsames Projekt des DFV und der Messe Frankfurt. Vorgestellt werden dort digitale Lösungen für Verkauf, Büro und Produktion. Im Bereich Verkauf geht es etwa um Kassensysteme, Verkaufsautomaten, Online-Shops oder die Bereitstellung digitaler Produktinformationen. Bei der Produktion stehen die Vernetzung und Steuerung von Maschinen sowie Energiemanagement und Produktqualität im Vordergrund. Im Bürobereich stehen die Themen Warenwirtschaftssysteme, Personalmanagement, Büroorganisation und Werbung im Fokus. Die Sonderschau ist eine Kooperation der Fleischerschule Heyne-Boddenberg und der Messe Frankfurt. Es wird eine Sortimentsübersicht innovativer Metzgereien mit den Warengruppen Fleisch, Wurst, Vegetarisch und Vegan präsentiert. Ein weiterer Höhepunkt des IFFA-Rahmenprogramms ist der Internationale Wettbewerb der Fleischerjugend.

BAROMETER FÜR FOODTRENDS

Auch im Produktsegment Gewürze, Ingredienzien und Därme fungiert die IFFA als Trendbarometer. Die Unternehmen aus diesem Bereich verstehen sich nicht nur als Warenlieferanten, sondern auch als Zulieferer von Informationen, Komplettlösungen und Wissen. Im Fokus stehen dabei Foodtrends sowie der Zeitgeist

beim Thema Ernährung. Die Anbieter aus dem In- und Ausland rund um das Produktsegment präsentieren sich in den Hallen 4.0 und 4.1.

Auch im Convenience-Bereich eröffnet sich aufgrund veränderter Verzehrsgewohnheiten – feste Essenzeiten werden seltener – eine ganze Reihe von Möglichkeiten: Zum einen

IFFA auf einen Blick

Wann: 7. bis 12. Mai 2016, 9 bis 18 Uhr
12. Mai bis 17 Uhr

Wo: Messe Frankfurt, Hallen 4, 8, 9 und 11

Preise: Tageskarte 22 €, Dauerkarte 43 €
Tageskarte ermäßigt (Studenten) 12 €

Weitere Infos: iffa.messefrankfurt.com

möchte der Kunde verzehrfertige Gerichte, die er zuhause nur noch erwärmen muss. Dafür gibt es u.a. temperaturerhaltende Verpackungen, die auch mikrowelleneeignet sind. Zum anderen werden viele Speisen „to-go“ verkauft, die vor Ort oder im Gehen verzehrt werden können. Auch mit fleischlosen Produkten, hochwertigen Dry Aged-Angeboten oder speziellen Zuschnitten können Fleischereien ihre Wertschöpfung steigern und sich klar und deutlich von anderen Mitbewerbern abheben. Die ist auch mit individuellen Hackfleischkreationen und Burgern möglich.



bieten ausstellende Unternehmen vakante Stellen an. Auch die Besucher können hier Stellengesuche veröffentlichen. Die Jobangebote werden auf der Messe an einer Jobwall sowie auf der IFFA-Homepage zu finden sein.

AWARDS FÜR INNOVATIONEN

Ein Höhepunkt wird auch die Preisverleihung des Fleischer-Handwerk und des Fleischer Technik Awards sein. Zum vierten Mal prämiert die B&L MedienGesellschaft technische Innovationen in der Fleisch- und Wurstverarbeitung, die einen nachhaltigen Vorteil für die Anwender aus Handwerk und Industrie sowie die Qualität der Produkte haben. Die Preisverleihung findet am 9. Mai 2016 um 10 Uhr statt. www.iffa.com

Auch „Fleischer-Handwerk“ ist auf der IFFA präsent: Halle 4.1, Stand C 61 sowie Halle 9.0, Stand A 04.



„Netzwerke festigen“

Die Bedeutung der IFFA für die kleinen und mittleren fleischverarbeitenden Betriebe betont **Heinz-Werner Süß**, Präsident des Deutschen Fleischer-Verbandes (DFV): „Nirgendwo sonst lassen sich die neuesten Entwicklungen und Trends so gut und konzentriert wahrnehmen wie auf der Leitmesse der Fleischwirtschaft. Auch der DFV und seine internationalen Partnerverbände nutzen den weltgrößten Branchentreffpunkt zum Meinungs- und Informationsaustausch. Das Fleischerhandwerk ist, zumindest organisatorisch, inzwischen auf europäischer Ebene und weltweit vernetzt. Die IFFA dient den Verbandsvertretern unter anderem dazu, diese Netzwerke zu festigen und auszubauen. Deutschland ist außerdem mit seiner langen Tradition im Fleischerhandwerk und dem hervorragenden Ruf seiner Maschinenbauer der ideale Ort für eine Veranstaltung mit dem Stellenwert der IFFA.“

Fotos: DFV, B&L MedienGesellschaft

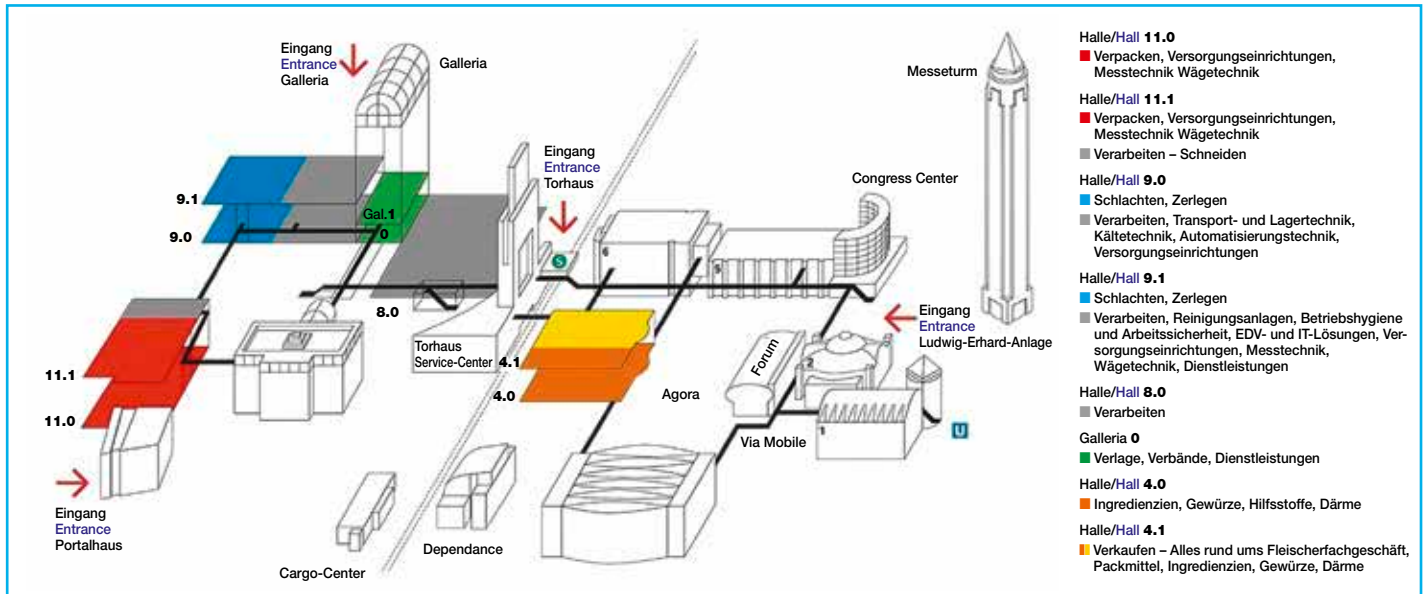
JOBPORTAL ALS KONTAKTBÖRSE

Mit dem IFFA Jobportal unterstützt die Messe Frankfurt die Nachwuchsförderung und hilft dabei, qualifizierte Einsteiger oder Fachkräfte mit den ausstellenden Unternehmen in Kontakt zu bringen. Im Rahmen der Jobbörse

MULTIVAC e-concept™

MULTIVAC e-concept™ ist eine richtungweisende Effizienztechnologie, um den Einsatz von Ressourcen zu reduzieren. Damit verpacken Sie wirtschaftlicher und nachhaltiger.





Intelligente Würsthüllen

Eine Weiterentwicklung der Value-Added-Casings-Würsthüllen stellt **Kalle** vor. Sie können ganze Produktionsschritte in der Wurstherstellung ersetzen, indem sie Rauch, Farbe und Gewürze von der Hülle direkt auf die Oberfläche der Wurstfüllung übertragen. Eine weitere Neuheit des Unternehmens sind Produkte im Casing-Nettings-Segment. Sie kombinieren die rustikale Anmutung gewebter Netze mit den Vorteilen von Value-Added-Casings. Auf die Spice-Kote-Netzhüllen für Rohwurst, Schinken und vegetarische Produkte lassen sich Oberflächenstrukturen und Gewürzbeschichtung in einem Arbeitsgang aufbringen. Die dritte Innovation ist ein Textildarm, der viele neue Gestaltungsmöglichkeiten bietet. **Halle 4.0, Stand D 11**

Auf die Spice-Kote-Netzhüllen für Rohwurst, Schinken und vegetarische Produkte lassen sich Oberflächenstrukturen und Gewürzbeschichtung in einem Arbeitsgang aufbringen. Die dritte Innovation ist ein Textildarm, der viele neue Gestaltungsmöglichkeiten bietet. **Halle 4.0, Stand D 11**

Autoklaven mit Automatik

Seit Jahrzehnten sind die Autoklaven der **Korimat Metallwarenfabrik** zum Sterilisieren von Dosen und Gläsern fester Bestandteil der Wurstproduktion. Während des Sterilisierens zeichnet ein elektronischer Datenrekorder die Kerntemperatur und die Kochzeit auf und ermittelt den F-Wert, sodass ein lückenloses Protokoll gewährleistet ist. Das Gerät gibt es mit einem Kesselinhalt von 120, 240 oder 380 l. Standard sind die Fertigung aus rostfreiem Edelstahl, Sicherheitsschnellverschluss, Rundum-Isolierung und elektronische Steuerung. Auf Wunsch gibt es das Gerät mit einer vollautomatischen Steuerung (Druckregelung, Kühlung, Temperatur, Gegendruck). Die Ware wird eingebracht, ein Programm eingestellt und gestartet. Sind Kochzeit, F-Wert oder Kerntemperatur erreicht und die Kühlphase abgeschlossen, ertönt ein akustisches Signal. **Halle 8.0, Stand D 02**



Transparenz als Thema

Auf dem Stand des Ladenbauers **Schrutka-Peukert** erleben die Besucher viele Neuerungen live und können das Design sowie der Verarbeitungsqualität begutachten. In der Kubus-Theke lässt sich die Ware nahe am Kunden transparent und ohne Einschränkungen des Blickfeldes präsentieren. In ihrer neuesten Generation ist die Thekenfront variabler als zuvor und noch individueller an das jeweilige Geschäft anpassbar – ob als Kühl-, Snack-, Heiße- oder SB-Theke, rund oder eckig. Die Transparenz und Leichtigkeit dieser Theke setzt sich bei den Schau- und Fleischschau-schränken fort. Der Fleischschau-schrank verfügt über große Glastüren und eine hinterleuchtete Rückwand, die mit individuellen Motiven gestaltbar ist. Als Weiterentwicklung begehrter Reiferäume wird die Dry Aged Beef-Theke gezeigt. **Halle 4.1, Stand D 10**

Glastouch-Steuerungen

Eine komplett neue Steuerungsgeneration stellt der Koch- und Rauchanlagenhersteller **Bastra** vor, die auch für die Modelle für das Handwerk gilt. Die 7" und 10" Glastouch-Steuerungen Profi 700 und Profi 1000 stehen für hohe Flexibilität in der Warenherstellung sowie maximale Prozesssicherheit. Diese Technologie gewährleistet eine einfache, schnelle, intuitive Bedienbarkeit des feuchtigkeitsgeschützten Glaspanels. Kammer- und Kerntemperatur sowie Feuchtwerte werden durchgängig angezeigt, eine stetige Programmoptimierung sowie ein 1:1-Service sind aufgrund der Fernwartungsmöglichkeit sichergestellt. **Halle 8.0, Stand A 65**

Clippen nach Bedarf

Viele Neuerungen beim Doppel-Clip-Automaten PDC-A 600/700 zeigt **Poly-clip System**. Für halbe und ganze Fleisch-, Blut- und Leberwürste oder Chorizo im Ring ist das Modell PDC-A 600 R im Baukastensystem konfigurierbar. Es verschließt Kaliber 46+ mm, Collagen und Cellulose. Ein optimierter Verdränger schonet Naturdärme bei der Verarbeitung. Die pneumatisch gesteuerte Naturdarmbremse garantiert ein gewichtsgenau portionieren. Die PDC-A 600 deckt bei Faserdärmen Kaliber bis 65 mm und bei Kunststoffdärmen bis 90 mm ab. Für Faserdärme bis Kaliber 105 mm und mehr bei Kunststoffdärmen gibt es die PDC-A 700. Ein größerer Abschwübelbereich für den Darmwechsel erhöht den Bedienkomfort. Die Zweihandauslösung des ersten Clips steigert zudem die Sicherheit. **Halle 8.0, Stand B 92**



Würzige Reise um die Welt

Beck Gewürze und Additive nimmt die Standbesucher mit auf eine würzige Weltreise – mit den neuen SoftFix Marinaden für die Grillsaison 2016. Die Marinaden American RibRub oG und California Chicken Wings oG beschenken mit Pflaumensüße und rauchiger Note einen BBQ-Fleischgenuss amerikanischer Art. Richtung Fernost „wandert“ der Geschmack dank fruchtigem Zitronengras, Kokosflocken und mildem Curry bei Lemongrass-Thai oG. Mit Garam Masala Gewürzzubereitung beschert Mumbai oG Steaks, Geflügel und Lamm eine indische Note. Mediterrane Kräuter und Gewürze verleihen der Marinade Florenz oG ein italienisches Flair, die Marinade Alois Top oG enthält Aromen von Hopfen und Malz. **Halle 9.1, Stand B 10**

„Meat & Greet“

Zum „Meating“ lädt **Frutarom Savory Solutions** ein, um bei Snacks in entspannter Atmosphäre Herausforderungen der Branche, Lösungen und Trends zu diskutieren. „Um sich auf

verschiedenen Märkten vielversprechend zu positionieren, muss man unterschiedliche lokale Geschmackspräferenzen ebenso kennen und berücksichtigen, wie die jeweiligen Produktionsbedingungen und die gesetzlichen Grundlagen“, so Marketing Manager Mirjam van Veldhuizen. Durch die offene Diskussion mit den Kunden ist es möglich, mehr über deren Herausforderungen zu erfahren und danach die bestmögliche Unterstützung für individuelle Wünsche zu erarbeiten. So entstehen umfassende, maßgeschneiderte Lösungen. Experten aus mehreren Unternehmensbereichen beraten und informieren zielgerichtet über das vielfältige Angebot an Produkten und Serviceleistungen. **Halle 4.0, Stand D 21**

Fotos: Poly-clip System, Frutarom Savory Solutions



3 ARGUMENTE FÜR IHREN ERFOLG:

Der Winkelwolf / Misch-Winkelwolf E 130 / G 160

1. neuer „Easy Access“ für bequemen Zugang zum Trichter
2. schnelle Reinigung und komfortable Montage der Komponenten
3. Sortiereinrichtung mit seitlicher Abführung für beste Produktergebnisse

IFFA 2016
HALLE 8,
STAND B68

www.kgwetter.de

K+G WETTER



BESUCHEN SIE UNS!

IFFA Frankfurt
07.05.-12.05.2016

Halle 4.0, Stand A81

**GENUSS
PUR**

www.lay-gewuerze.de



...UND ES SCHMECKT

„ DAS FLEISCHERHANDWERK IN DEUTSCHLAND IST WICHTIG, WEIL... “



... es dem Trend nach Individualität und Regionalität in Deutschland Rechnung trägt. Persönliche Bedienung und Beratung, die tägliche Frische und das Engagement als Festlieferant in der Region – all' das zeichnet das Handwerk aus. Wir sehen uns als Partner für das Fleischerhandwerk.“

Dr. Carsten Heldmann, Geschäftsführer und CEO, Kalle Gruppe



... hier Tradition auf Technik und Innovation trifft. Die vielen Betriebe stehen für Produktvielfalt und Kreativität, aber auch für Nachhaltigkeit und die Nähe zum Verbraucher – und so natürlich für ein hohes Qualitätsbewusstsein und einen starken Service.“

Valeska Haux, Senior Director Corporate Marketing, Multivac

... regionale Versorgung durch sehr hohe Vielseitigkeit und nachhaltige Qualität gewährleistet wird. Wir haben in Deutschland gut 1.400 unterschiedliche Produkte, d. h. man kann sagen, dass Wurst in Deutschland traditionelle Handwerkskunst und ein Kulturgut ist.“

Claudia Buse, Geschäftsführende Gesellschafterin, Bastra



... es der Innovator für die Fleischbranche ist und durch seine regionale Ausrichtung ein wichtiger Bestandteil deutscher Kultur ist. Ohne das Fleischerhandwerk hätten wir in Deutschland noch mehr Geschmacksuniformität.“

Robert Huber, Geschäftsführer, Moguntia-Werke



... es die Stütze der Fleischwirtschaft ist. Trotz

aller Höhen und Tiefen, haben es die Handwerksbetriebe verstanden, das Schiff zu steuern. Handwerk ist Leidenschaft mit Liebe und Herzblut, das Grundgerüst, mit dem man sorgfältig umgehen und dem man Respekt entgegenbringen sollte.“

Hans-Dieter Schad, Kfm. Geschäftsführer/ Commercial Director/CEO, Rudolf Schad



... es nicht zuletzt für Vielfalt steht und dadurch das Angebot

mit Qualität und Kundennähe bereichert wie niemand sonst.“

Gerd Kunkel, Verkaufsleiter Deutschland, Albert Handtmann Maschinenfabrik



... es Qualität ohne Kompromisse liefert und damit entscheidend zu einer ausgewogenen und genussvollen Ernährung beiträgt. Zudem punkten Handwerksbetriebe mit Beratungskompetenz:

Was ist die beste Zubereitungsart für eine bestimmte Fleischspezialität oder wie kann ich Küchenklassiker mal ganz neu interpretieren? Hierauf hat geschultes Fachpersonal einen kompetenten Rat. Dieser Service ist einmalig und muss erhalten bleiben.“

Mirjam van Veldhuizen, Marketing Manager, Frutarom Savory Solutions



... für uns rund 60 % des Umsatzes von neuen Läden der Metzger abhängen. Wir brauchen die Individualität der Branche mit der hohen Qualität ihrer Produkte und vor allem den sehr persönlichen Auftritt über den jeweiligen Laden. Fleischer sind das Fundament unserer technischen Entwicklung, der gestalterischen Handschrift und unserer Innovationen. Wir brauchen den

Mut zu Neuem und die Herausforderung durch den Fleischermeister. Nur so entstehen neue Ideen, z. B. Industriedesign oder Retro-Look.“ **Hans-Jürgen Päsler, Geschäftsführer Marketing, Schrutka-Peukert**



... es sich von der industriellen Fleischwarenherstellung abhebt, indem es sowohl auf regionale als auch individuelle Kundenwünsche eingehen kann. Das führt zu einem Einkaufserlebnis, das auch der LEH in diesem Maße nicht schaffen kann.“

Rainer Maase, Leitung Geschäftsbereich Retail Marktorganisation Deutschland, Bizerba

Fotos: Kalle Gruppe, Multivac, Moguntia-Werke, Frutarom Savory Solutions, Rudolf Schad, Albert Handtmann Maschinenfabrik, Bizerba, Schrutka-Peukert

FÜLLEN HAT EINEN NEUEN NAMEN

DAS
ORIGINAL



HANDTMANN VF 800

ERLEBEN SIE DIE PREMIERE DES JAHRES

Besuchen Sie uns am **07.05.16** um **11 Uhr**
zur erstmaligen Enthüllung der VF 800 in
Halle 8.0 Stand D96

IFFA

handtmann
Ideen mit Zukunft.



Handtmann hat für die Entwicklung der neuen VF 800-Serie das Innovationsrad konsequent weitergedreht

Denn es ging nicht nur um die Optimierung und Weiterentwicklung einzelner Features oder Maschinenbaugruppen. Es ging ums Ganze, um neue Maßstäbe im Bereich Vakuumfüllen. Die Erfahrung aus über 60 Jahren Maschinenbau für die Lebensmittelverarbeitung ist genauso in die Entwicklung eingeflossen wie die Erkenntnisse aus dem kontinuierlichen Dialog mit Kunden aus der ganzen Welt.

- Überlegene Portioniergenauigkeit dank perfektioniertem Flügelzellenförderwerk
- Reduzierter Verschleiß durch robuste Konstruktion und die Verwendung von Premium-Materialien
- Exzellente Produktqualität durch schonendes Förderprinzip und integrierte Produktqualitätsüberwachung
- Skalierbare Füllleistung für die Leistungsanforderungen von morgen
- Hygienic Design auf höchstem Niveau für schnelle und sichere Reinigung
- Beispiellose Ergonomie für einfache und sichere Bedienung
- TÜV-bestätigte Energieeffizienz der Handtmann Servo-Antriebstechnik



Mehr Infos unter: www.handtmann-iffa.de



Schonend Vakuumfüllen

Jüngstes Mitglied der K-Line-Familie von **Frey Maschinenbau** ist der Kolbenfüller KK500 mit duallem Vakuumsystem. Sein Kreiskolbensystem befördert das Produkt schonend mit sechs umlaufenden Kolben. Damit eignet sich der Füller vor allem für Halb- und Dauerware sowie luftgetrocknete Rohwurst. Die Maschine erreicht eine Füllleistung von maximal 7.000 kg/Stunde und einen Fülldruck von bis zu 25 bar. Die Portionierleistung beträgt maximal 350 Portionen/Minute. Integriert ist auch ein Reinigungssystem. Das Unternehmen zeigt zudem die F-Line-Vakuumfüllerserie mit Fülldrücken bis zu 55 bar, das Wolfssystem WK98 für Rohwurst und grobe Produkte, C-Line-Vor-satzgeräte für die Herstellung von Convenience-Produkten sowie Produktionslinien.

Halle 8.0, Stände D 44 & E 39, Halle 4.1, Stand F 50

Bunter würzen

Kreative Gewürzideen für die Grillsaison 2016 liefert **Lay Gewürze**. Marinol Asado verspricht südamerikanischen Grillgenuss für Rindersteaks aller Art. Für helle Fleischsorten gedacht ist die fruchtig-würzige Innovation Mariclean® Aprikose-Rosmarin. Weitere Marinole und Maricleans®: Honey-Smoke, Orange-Pfeff Apfel-Curry und Mango-Chilli runden dieses Sortiment ab. Für die Fußball-EM wurden typisch französische Rezepturen entwickelt: Lamm-Chops Toulouse, Rinder Steaks de Paris, Bauchhappen Bordeaux und Bratwurst Merguez. Eine funktionelle Reifemischung zur Produktion von schnittfester Rohwurst ist Bindall „S-Quick“. Für vegetarische und vegane Produkte gibt es zudem funktionelle Bindesysteme, mit denen sich Wurstanaloga herstellen lassen. Ceylobind „vegan“ bietet z. B. die Optik und die Struktur einer kalt aufschneidbaren Brühwurst. **Halle 4.0, Stand A 81**



Kühltechnik-Kombi

Auf der Messe stellt **Kramer Ladenbau** mit der patentierten Push-Pull-Kühlung die gelungene Kombination der Vorteile der Umluftkühlung mit denen der stillen Kühlung vor. Die natür-

liche Luftstromrichtung wird dabei periodisch bzw. durch impulsartige Kaltluftstöße unterstützt und erzeugt über der Ware einen stabilen „Kälte-see“. Temperatursensoren steuern diese Stöße und sorgen im gesamten Warenraum für eine gleichmäßig verteilte und konstante Temperatur. Der Warenboden ist von unten gekühlt, komplett geschlossen und so einfach zu reinigen. Diese Kühlung eignet sich z. B. für die verkaufsfördernde Präsentation von Fisch. Ferner wurde die Technik der Umluftkühlung der Kühltheke Primo 5E optimiert, die durch eine größere Auslagentiefe nun mehr Ware fasst, ohne ergonomische Nachteile. Weitere Vorteile hier sind eine neues Rückluftgitter, noch kürzere Abtauzeiten der Verdampfer und deren Laufzeiten, wodurch Energie gespart wird. **Halle 4.1, Stand D31**

Im Sinne der Kunden

Der Messeauftritt von **Treif Maschinenbau** steht unter dem Motto „Customer first – because we care“. Im Mittelpunkt stehen die Schlagworte Automatisierung, Flexibilität, Hygiene und Nachhaltigkeit. Im Bereich Würfelschneiden ist eine komplett neue Schneidtechnologie zu sehen, welche die Anwendungsmöglichkeiten um ein Vielfaches erweitert. Neue Lösungen für das Schneiden gefrorener Produkte gibt es auch beim Schneiden von Portionen. Außerdem wird laut Unternehmen eine richtungsweisende Innovation hinsichtlich der Hygiene-eigenschaften der High-Tech-Maschinen präsentiert. Wie Energiekosten gesenkt werden können, dafür ist die Schneidtechnologie Eco Slicing beispielhaft. Dank der besonderen Beschaffenheit des Messers, das aus eigener Fertigung kommt, müssen die Produkte vor dem Schneiden weniger stark gekühlt werden. Das bedeutet einen deutlich geringeren Aufwand für Logistik und Produktkühlung und somit weniger Energiekosten. Durch die eigene Fertigung der Messer schafft der Hersteller ideale Schneidbedingungen und sichert die 100%ige Nutzung des Potenzials der Maschinen. Generell versteht sich das Unternehmen als verlässlicher Partner, der seine Kunden umfassend und kompetent unterstützt und partnerschaftlich mit ihm Arbeitsabläufe und Produktionsprozesse optimiert.

Halle 11.1, Stand A 71

Fotos: Frey Maschinenbau, Lay Gewürze, Kramer Ladenbau, Beck Clipssystem



Clipper mit System

Eine Vor-Ort-Kundenbetreuung in Deutschland, Österreich und der Schweiz bietet seit Anfang Februar **Beck Clipssysteme**. Produktschulungen und Installationen sind so direkt beim Kunden möglich. Für telefonische Anfragen gibt es eine kostenlose Service-Hotline. Mit der Markteinführung des ersten pneumatisch betriebenen Beck Tischclippers T2 wurde das Unternehmen 2013 zum Systemanbieter. Inzwischen bietet es Einzelclipper für verschiedene Clipdimensionen

und Verschlussarten (Roll- oder Flach-Clip) an. Im Bereich der Halbautomaten wurde das Portfolio um den Doppelclipper Beck 100-SAC-T1 erweitert. Die Beck-Aluminium-Clips sind mit gängigen Maschinen anderer Hersteller kompatibel. **Halle 9.1, Stand D 51**

50 Jahre

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 IFFA Halle 8/Stand E34

GELEBTES STÜCK MITTELSTAND

Vor 70 Jahren gründete der Großvater der heutigen Geschäftsführerin Claudia Buse, Gustav Bayha, gemeinsam mit Theodor Strackbein ein Unternehmen, das heute, trotz seiner mittelständischen Struktur, vor allem mit Räucheranlagen und Kochkesseln der Marke Bastra weltweit erfolgreich ist.

Waren es 1946 vor allem Geräte wie Mulden und diverse Betriebsausstattungen für das Fleischerhandwerk, stellt das Unternehmen im sauerländischen Arnsberg heute ein vielfältiges Portfolio an Universal Rauch- und Kochanlagen, Kochkesselsystemen, Nachreifanlagen, Koch-, Brat- und Backkammern, Raucherzeugern sowie Betriebs-einrichtung für Industrie, Fleischerhandwerk und Lebensmitteleinzelhandel her. „Wir bekennen uns zum Produktionsstandort Deutschland, was uns eine große Flexibilität hinsichtlich besonderer Kundenwünsche ermöglicht“, be-

tont Claudia Buse, die 2009 in dritter Generation in die Geschäftsführung eintrat und das Unternehmen mit ihrem Vater führt. Ein Blick in die Historie belegt dies: erste Räucheranlagen entstanden Mitte der 1960er-Jahre, die Produktlinie „Bastramat“ 1969, Klimareife-Rauchanlagen 1978, Anfang der 1990er Jahr war man einer der Pioniere und Innovationsführer für die Flüssigrauch-technologie, 2007 entstanden die Industrial und Classic Line und 2012/2013 innerhalb eines halben Jahres mit dem Bastra Smart 500 die erste Universalanlage, die in Laden- und Frontbereichen frische

geräucherte und gegarte Lebensmittel zubereitet. Etwa 75.000 Anlagen stehen in 80 Ländern der Welt – meist in der mittelständischen Industrie (etwa ab 60-80 Mitarbeitern aufwärts), im Fleischerhandwerk sowie im

Handel. Mit dem Bastra Smart 500 erschloss man sich ein neues Geschäftsfeld – auch ein Grund für



Ein Blick in die Historie beweist die intensive Zusammenarbeit mit dem Handwerk und belegt die langjährige Präsenz auf Messen.

das beständige, zweistellige Umsatzwachstum der vergangenen Jahre. „Dieses Produkt erlaubt ein Einkaufserlebnis mit live geräucherter Ware, mehr Kundennähe geht fast nicht“, schwärmt Claudia Buse. Und diese ist auch eine der Prämissen für die Produktion aller Anlagen.

IMMER NAH AM KUNDEN

Rund 100 Mitarbeiter sind am Standort in Arnsberg beschäftigt, davon etwa zehn im Bereich

Konstruktion und Entwicklung, sowie zehn im Vertrieb. Im Inland sorgen Fachberater und Handelsvertreter sowie über 30 Handels- und Servicepartner (Dagama, Fleischer-

Einkauf, Zentrag, etc.) für die Weiterentwicklung der Kundenklientel, im Ausland sind es vor allem zertifizierte Partner, die einen eigenen Service gewährleisten. Eine Hotline am Standort hilft auch am Wochenende, wenn einmal Fehler oder Probleme auftreten. Die Absatzmenge der in Auftrag produzierten Anlagen im In- und Ausland hält sich mit je 50 % die Waage. Fleischerhandwerk und Filialisten besetzen im Inland etwa einen Anteil von 60 %, der Anteil der Handelskunden steigt kontinuierlich. So erhielten etwa auch 60 real-Märkte Reiberauch-Anlagen. „Wir statten aber nicht nur Fleisch- und Wurstwarenhersteller oder den Handel aus. Vieles ist projektbezogen und entwickelt sich aus dem intensiven Austausch mit den Kunden. Einer unserer jüngsten Kunden ist Deutschlands größter Tofuhersteller Tofutown in der Eifel, der zahlreiche unserer Rauch- und Kochanlagen einsetzt“, berichtet Claudia Buse. „Wir verstehen und

als Anbieter maßgeschneiderter Technik für den Kundenwunsch“, betont die Geschäftsführerin.

Und so wundert es nicht, dass auch auf der IFFA 2016 wieder einige Innovationen vorgestellt werden: eine komplett neue Steuerungsgeneration, die 7“ und 10“ Glastouch-Steuerungen „Profi 700“ und „Profi 1000“, die für hohe Prozesssicherheit und intuitive Bedienbarkeit stehen, sowie eine neue Entwicklung des Mehrwa-



„Wir bekennen uns zum Produktionsstandort Deutschland, was uns eine große Flexibilität hinsichtlich besonderer Kundenwünsche ermöglicht.“
Claudia Buse,
Geschäftsführende
Gesellschafterin

gen-Segmentsystems, bei dem die Bodenkonstruktion als „Wanne“ dem Kunden eine hohe Flexibilität ermöglicht.

POTENZIALE FÖRDERN

Diese Innovationen sind das Ergebnis von zielorientiertem Arbeiten, einem hohen Maß an qualifizierten Mitarbeitern, Schlagfertigkeit und Teamwork. „Know-how



generiert sich nicht aus Gebäuden und Maschinen, sondern aus dem Bestand der Mitarbeiter, die kontinuierlich an den Produkten arbeiten und eine ständige Optimierung gewährleisten“, betont Prokuristin Beate Rath, zuständig für Finanzen, Personal und Marketing. Die Ausbildungsquote liegt zwischen 7 und 10 %, viele Mitarbeiter absolvieren zwei Ausbildungen hintereinander, z. B. Konstruktionsmechaniker und Elektrotechniker,

und daraus resultiert ein guter Bestand an Facharbeitern. Das ist der richtige Weg ist, beweist die die Tatsache, dass Bastra seit 2012 viermal in Folge bei der bundesweiten Aktion „Ausgezeichneter Ausbildungsbetrieb – Azubi-geprüft“ geehrt wurde. Dafür bewerten Azubis anonym ihren Ausbildungsbetrieb. Dabei spielen natürlich auch Soziale Medien wie Facebook, Xing oder Google+ eine wichtige Rolle. Diese seien in punkto direkte Kundenkommunikation sowie und als Plattformen unerlässlich. Auch eine neue Website ging gerade an den Start.

Und wie sieht die Zukunft aus? „Wir haben eine hohe Konzentration an Wissen und Erfahrung im Haus und so werden wir auch weiterhin Kundenwünsche berücksichtigen, die nachhaltig erfolgversprechend sein können. Es gibt noch einige Ideen in der Schublade. Eines ist aber gewiss: Unsere mittelständische Struktur wird erhalten bleiben“, resümiert Claudia Buse. *mth*
www.bastra.de

IFFA: Halle 8.0, Stand A 65

Mit der Universalanlage Bastra Smart 500 für Laden- und Frontbereiche hat sich das Unternehmen einen komplett neuen Markt erschlossen.



Save the date!
7.-12. Mai 2016

Frankfurt/Main

Wir freuen uns,
Sie auf dem
Stand 4.0 - C21
der World Pac Int. AG
begrüßen zu dürfen.



MEHR ALS NUR
EIN DARM!

Sun[®]
Products

Vertriebs GmbH

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

www.sun-products.de



Edle Produkte sägen

Ihr Sortiment für Fleischereifachbetriebe jeder Größenordnung präsentiert **Paul Kolbe FoodTec**. Der Automatenwolf AW160 mit einer Förderleistung von etwa 4.000 kg/Stunde bietet variable Antriebstechnik und eine hohe Schneidleistung. Der Mischwolf MW130 eignet sich auch für den Einsatz als Portionierlinie. Die neue Bandsägen-Generation, z. B. die Modelle K330RS und K440RS, schneidet mit präzisiertem Schnitt und bietet sich besonders für das Sägen von Edel-Bone-In-Produkten (T-

bone- oder Porterhouse-Steaks) sowie von gefrorenem Fleisch oder Fisch an. **Halle 8.0, Stand E 55**



Modulare Fülltechnologie

Der neue Vakuumfüller VF 800 von **Handtmann** feiert auf der IFFA 2016 Premiere. Er steht für ein hygienisches Design sowie eine flexible Konfiguration von Leistungsauslegung und Modularität. Die neue Füllwolftechnologie GD 451 eignet sich als Ergänzung für ein schnelleres und

kraftvolleres Wolfen. Zahlreiche neue Zusatzfunktionen und -module unterstützen ein wirtschaftliches Arbeiten. So können Anwender auch schnell auf kurzfristig veränderte Produktionsbedingungen reagieren. Auch der Hackfleischportionierer GMD 99-3 und der Wolfvorsatz GD 452 stehen für Effizienz. Drei neue Systeme zeigt das Unternehmen im Anwendungsbereich Formen: FS 520 für die industrielle Produktion auf Transportband, FS 521 für geformte Produkte in Kesselanwendungen und – live in Aktion – FS 522 mit Transport- und Plättband für geformte und geplättete Produkte. Neu ist außerdem das weiterentwickelte ConPro-System für Würstchen in einer Alginathülle mit unterschiedlichen Leistungsvarianten. Im Bereich der Würstchenautomation wird eine Komplettlösung für Frischwurst zu sehen sein. **Halle 8.0, Stand D 96**









FOOD-TECHNIK

SPIESSE-SHOP

MIVEG-SPIESSMASCHINEN

Wir sehen uns auf der IFFA Halle 9.0, Stand B61

MIVEG GmbH AFS – European – Gewerbering 4, 91341 Röttenbach www.miveg.de

... FOODTECHNIK NACH MASS



Flexibler Deckel

Den neuen 120-l-Vakuum-Kutter VCM 120 präsentiert **K+G Wetter**. Wesentliches Novum hier ist ein geteilter Vakuum-deckel. Mit dieser Lösung muss nicht länger der

komplette Vakuumdeckel angehoben werden, sondern nur ein Teilbereich. Die Anwender erhalten so schneller Zugang zur Kutterschüssel. Die Idee der Konstrukteure war eine Deckellösung, die das Be- und Entladen des Kutters genauso schnell wie bei einem offenen Kutter ohne Vakuumtechnik ermöglicht. Eingebaut wird die geteilte Deckellösung in die Cutmix-Baureihe mit 120 l Fassungsvermögen, die sich für kleinere Unternehmen eignet. **Halle 8.0, Stand B 68**

Für Einsteiger ins Vakuum

Als internationale Neuvorstellung zeigt **Risco** mit den Vakuumfüllmaschinen RS 110 und RS 112 seine neue Einstiegsklasse in die Fülltechnik. Die Modelle bieten einen schonenden und genauen Füllvorgang mit präziser Gewichtsgenauigkeit. Mit einfachem und schnellem Produktwechsel eignen sie sich für Klein- und Mittelbetriebe. Ebenfalls in Frankfurt dabei: der Hochleistungsportionierer RS 920 für Hackfleischblöcke. Er füllt kontinuierlich und trennt ohne Stopps. Seine Gewichtsgenauigkeit und Portionierleistung ermöglichen einen effizienten Herstellungsprozess bei hoher Produktqualität. **Halle 8.0, Stand H 44**





www.beck-clips.com



7. - 12. Mai:
Halle 9.1 Stand D51
Wir freuen uns auf Sie!

Raimund Beck KG
Raimund-Beck-Strabe 1
5270 Mauerkirchen
Österreich
Tel. +43 (0)7724 / 2111-0
Fax +43 (0)7724 / 2111-20
sales@beck-clips.com



„Bräunen mit Gewürz“ und mehr
Eine Produktvielfalt an Funktionshüllen zeigt **SPM * Sun Products Vertrieb** am Stand von World Pac International und bietet zudem die Chance, deren Vorteile und Möglichkeiten im „Zentrum der Innovationen“ kennenzulernen. Die Sun Spice Linie ist ein Gewürztransfersystem, das sich auch für vegetarische bzw. vegane Produkte eignet. Dank neuer Konfektionierungstechnologie gibt es diese nun mit groben Gewürzen, wie Pfeffer schwarz

geschrotet, ganzer Senfsaat, etc. Neu bei den gerafften Sun Flavor Gourmet-Gewürzdärmen sind die Sorten Iberia (Paprika-Chili-Mix) und New York (Pfeffer-Koriander-Mix). Das Stichwort „Bräunen mit Gewürz“ bezeichnet die Neuentwicklung Sun Flavor Gourmet Grill, die für eine Grilloptik sorgt, aber nur als Gewürz zu deklarieren ist. Neu sind auch die Sun Color Flachfilme, die auf der Poly-clip TSA und TSCA angewendet werden können. Die Produkte sind halal- und OK-Kosher zertifiziert. **Halle 4.0, Stand C 21**

Hüllen machen Wurst

Auf der Messe präsentiert **Oskutex**, das zur Kalle Group gehört, eine abwechslungsreiche Produktpalette. Im Fokus stehen etwa traditionelle Textilhüllen in klassischen Formen und Farben sowie Naturdarmformen mit 3D-Druck, z. B. 3D-Aderdruck. Für die Rohwurstherstellung eignet sich mit Betex RS eine traditionelle Wursthülle, die es in fast allen Kalibergrößen gibt und eine individuelle Produktgestaltung, etwa durch eine Schimmeloptik oder attraktive Schnürnähte, erhält. Beliebt sind zudem Event-Casings, etwa zur diesjährigen Fußball-EM. **Halle 4.0, Stand C 11**



Geschmackstrends auf der Spur

Raps präsentiert innovative Food-Konzepte zu den Themen „Trends, Taste and Technology“ und lädt zur Verkostung am „Performance Food Market“ ein. Das Unternehmen zeigt Veggie-Alternativen sowie eine Chili-Range für feurige Geschmackserlebnisse und bietet Know-how zu aktuellen Fragestellungen wie Salzreduktion oder Clean Label. Einen weiteren Schwerpunkt bilden Technologien und optimierte Prozesse für funktionale Anwendungen. **Halle 4.0, Stand B 50**

Ein Wolf für alle Fälle

Ein neuer Winkelwolf Baugröße G160 mit einem 330-l-Trichter reiht sich bei den Fleischwölfen von **Mado** zwischen Stopf- und Automatenwölfen von 100 bis 36.000 kg Stundenleistung ein. Als sparsame Innovation ist der Mado-Extruderwolf konzipiert. Er vereinheitlicht die Arbeitsschritte Mengen, Zerkleinern und Homogenisieren in einer Maschine und eignet sich für die Herstellung von Roh-, Brüh- und Kochwurst. Es gibt ihn in fünf Varianten von 140 bis 2.200 l Trichtervolumen. Weitere Höhepunkte am Stand, den Mado zusammen mit Vakona betreibt, sind die aktuelle Generation von Nassbandschärfmaschinen, der Scherwolf mit Niederdruckverfahren zur schonenden Separierung von Geflügelfleisch, die Kutterbaureihen Garant (13 bis 35 l) und Supra (35 bis 220 l) sowie Hackfleischportionierlinien und Knochenbandsägen. **Halle 8.0, Stände C 36 & C 44**



MEISTER-STÜCKE

die Ihre Kunden begeistern



Wir unterstützen Ihren Verkauf!

- Gewürze und Zutaten
- Verpackung für den Verkauf
- Kundenflyer – auf Wunsch mit Ihrem Logo
- Mediendaten für Ihre Präsentation



PULLED PORK BEEF BRISKET PULLED POULTRY

Der BBQ-Trend aus den USA für Ihre Theke!

Mehr als 50 Maschinen am Start

Fast ihr gesamtes Maschinenprogramm, d. h. über 50 Kutter, Mischer, Wölfe und Feinstzerkleinerer sowie drei Produktionslinien präsentiert die **Maschinenfabrik Seydelmann**. Ein Beispiel dafür sind Hochleistungskutter mit Schüsselgrößen zwischen 40 und 120 l, die es ab dem 60 l-Modell mit einer Vakuumfunktion gibt. Automatenwölfe wie AD 114 oder

AE 130 haben neben einer kräftigen Arbeits- eine konische Zubringerschnecke, die auch große Fleischstücke ohne Brückenbildung zur Arbeitsschnecke befördert. Mit dem Rückwärtslauf der Zubringerschnecke lässt sich das Material vor dem Zerkleinern im Trichter mischen. Beim Feinstzerkleinerer KK 140 AC-6 wird das vorzerkleinerte Schneidgut durch ein System von Loch- und Schneidplatten gesaugt. Diese stehen in minimalem Abstand berührungsfrei übereinander, sodass eine Produktkontamination durch Metallpartikel vermieden wird. **Halle 8.0, Stand A02/05/06**



Keine Keime auf Messern

Das Messerentkeimungsgerät ME3-S von **Sterilsystems** ist DVG-gelistet und desinfiziert Messeroberflächen wirkungsvoll und wirtschaftlich. Die Wirkungsweise basiert auf einem integrierten UV-C-Strahler, der unerwünschte Keime laut Hersteller rein physikalisch bei einer Wellenlänge vom 253,7 nm mit einem Wirkungsgrad von bis zu 99,99 % eliminiert. Resistenzbildungen oder toxische Verbindungen gibt es nicht. 36 W Leistungsaufnahme stehen einem Energieverbrauch von 1.000 bis 1.500 W bei Desinfektionsbecken mit Heißwasser gegenüber. Die Wassertemperatur beträgt 5-35°C, es entsteht kein Wasserdampf und die Klingen bleiben scharf. UV-C-Einheit und Elektronik sind abgeschirmt und wasserdicht integriert, die Strahlereinheit verfügt zudem über einen Splitterschutz. Der Korpus besteht aus rostfreiem, säure- und basenbeständigem Edelstahl. **Halle 9.1, Stand D 03**

Trimmen ohne justieren

Das gesamte Turbo Trim Sortiment stellt das Schweizer Unternehmen **Suhner Abrasive Expert Ltd.** vor. Charakteristisch dafür sind ein robuster, spritzwassergeschützter Antriebsmotor, ein vielfältiges Sortiment flexibler Antriebswellen sowie patentierte und justierungsfreie Handstücke in sechs verschiedenen Größen. Es gibt eine Standardausführung oder Safety-Version, d. h. mit automatischer Sicherheitsabschaltung oder Druckluftmotor. Handstücke sind mit Ringmesser der Größe 1300 auszustatten. Gehärtete Qualitätsklingen und Messerführungsringe werden laut Unternehmen in bester Schweizerqualität hergestellt. Die Ringmesser lassen sich schnell und einfach in den Führungsring einsetzen, eine Anpassung oder lästige Justierung entfällt. **Halle 9.1, Stand F 48**



Innovative Lösungen sind unsere Herausforderungen. Die Ergebnisse Ihre Vorteile.

Diese Aussage stellen wir täglich unter Beweis. Mit Produkten, wie z.B. **Industriewölfe, Kutter, Sägen, Schärfrmaschinen, Kühl-tumbler, Pökelsysteme, Injektoren** oder...oder... ebenso wie Individuallösungen für unterschiedliche Bereiche.



Besuchen Sie uns vom 07.- 12. Mai 2016
Halle B - Stand C36/ C44 · Frankfurt am Main

Gerne stehen wir Ihnen Rede und Antwort und zeigen Ihnen Lösungen und Einsparpotentiale auch für Ihre Arbeitsprozesse.



www.mado.de
Tel. +49(0)7455-931-0



www.vakona.de
Tel. +49(0)5483-722828-0

Füllen ohne Unterbrechung

Einen neuen Vakuumtrichter, der einen kontinuierlichen Betrieb gewährleistet, zeigt **Vemag Maschinenbau**. Das Total Vacuum System TVS149 ist eine Ergänzung zur Füllmaschinen-Serie HPE. Da im Trichter stets das benötigte Vakuum anliegt, lassen sich Schinkenprodukte kontinuierlich fördern und portionieren. Es liegt ein auf das Produkt abgestimmtes Vakuum durch zwei getrennt steuerbare Füllkreise vor. Ein Füllstandsensor registriert die Füllhöhe und beschickt den Trichter vollautomatisch durch den optionalen Vorratstrichter, sobald die Füllhöhe unter die vorgegebene Grenze sinkt. So bleibt die Füllleistung für eine unterbrechungsfreie Produktion konstant. Die Maschinenbauer zeigen am rund 1.400 m² großen

Messestand zudem Frischfleisch-, Würstchen- und Produktionslinien, Lösungen für Convenience- und Snackprodukte sowie Produktionssoftware.

Die Linien werden permanent live vorgeführt. **Halle 8.0, Stand B 06**



Das digitale Kunden- Informationssystem

für das moderne
Fleischer-Fachgeschäft



Besuchen Sie uns auf der
IFFA
in Frankfurt
vom 07. bis 12.05.2016
Halle 4.1. / Stand C61
Wir freuen uns auf Sie!

Bildschirmwerbung

- ✓ Verkaufsfördernde POS-Werbung
- ✓ Professionell aufbereitete Templates als Service oder Erstellung in Eigenregie
- ✓ Zentrale Verwaltung aller Bildschirme und Playlisten
- ✓ Zeitliche Steuerung der Playlisten
- ✓ Bildbibliothek mit über 1.200 Bildern
- ✓ Einbinden eigener Videos, Bilder oder Präsentationen
- ✓ Automatischer Datenupload via Internet
- ✓ Ansteuerung verschiedenster Bildschirmformate

Waagen

- ✓ Einbindung von Bizerba-Waagen mit Kundendisplay möglich
- ✓ Intelligentes produktbezogenes B2C-Contentmanagement

Printwerbung

- ✓ Erstellung von Plakatvorlagen mit Ihren Angeboten
- ✓ Erstellung von Preisschildkonzepten
- ✓ Ansteuerung verschiedener Drucker

Hardware

- ✓ Lieferung der Bildschirme, Player und spezifischer Drucker
- ✓ Installationsservice



RÄUCHERN & REINIGEN

Im 50. Jahr seines Bestehens präsentiert Kerres Anlagensysteme auf der IFFA 2016 eine ganze Reihe an innovativen Ideen und Neuheiten rund um seine Produktpalette.

Das Unternehmen ist weltweit für Rauch- und Kochanlagen bekannt. Im Räucherbereich kommt als Ergänzung des Portfolios eine neue Steuerung mit größerem Display hinzu. Ein Höhepunkt des Messeauftritts wird das neu entwickelte Hybrid-Luftumwälzungssystem sein. Bei diesem speziellen Wechselklappensystem kann der Betreiber die Umluft bei jedem Prozessschritt von vertikal auf horizontal ändern und erreicht so schnellere Prozesszeiten, höheren Output, Energieersparnis, weniger Gewichtsverlust

und eine absolute Gleichmäßigkeit bei hoher Wagenbeladung. Als weitere Innovation ist ein Klimastandgerät zu sehen: Es ist für isolierte Räume (3-15 m²) für das Reifen, Nachreifen, Trocknen und Lagern für Rohwurst- und Rohpökelwaren geeignet, beansprucht etwa 1 m³ Platz und ermöglicht ein Klima zwischen 12 und 26°C bei einer Luftfeuchte von 74 bis 90 %. Außerdem sind aufgrund der neu entwickelten 3D-Luftführung in den Klima-Rauch- und Klima-Nachreifeanlagen noch kürzere und energieeffiziente Prozesszeiten erreichbar. Durch einen noch exakteren Luftaustausch im System sowie die gezielte 3D-Luftführung sind laut Unternehmen bis zu 40 % Energieersparnis und bis zu 25 % kürzere Prozesszeiten möglich. Der elektrische Anschlusswert und die Kälteleistung werden so

auf mehr als 50 % minimiert.

Ein weiterer Höhepunkt

ist die weiterentwickelte halbkontinuierliche Durchlaufanlage. Das System besteht aus einer Wärmebehandlungs- und einer Kühlzone. Die Zonen werden über eine automatische Schleusentüre getrennt und die Rauchwagen automatisch über ein Transportsystem in die zweite Zone geschleust.

Noch weniger bekannt sind die Aktivitäten des Unternehmens hinsichtlich der Entwicklung und der Herstellung von Waschanlagen für die Reinigung von Geräten aus der Lebensmittelproduktion. Dazu zählt etwa eine



Kutterwagen-Waschanlage. Durch die Möglichkeit, den Wagen komplett mit 180° in die Maschine einzuschwenken, bleibt nach der Reinigung fast kein Restwasser übrig. Die Anlage arbeitet so platzsparend und effizient.

www.kerres-group.de

Halle 8.0, Stand E 34



Gehen Sie auf Nummer sicher!



KORIMAT KA 240

Kessel und Autoklav

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

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



KORIMAT

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

KA 240 (240 Liter)
 CE geprüft
 TÜV Geprüfte Qualität, nach Druckgeräterichtlinie

Lösungen für Geschmack

Neben Weiterentwicklungen bei den Starterkulturen aus eigener Fermentation und neuen technologischen Hilfsstoffen thematisiert **Moguntia** auf der Messe die deklarationsreduzierte Fleischverarbeitung und den Einsatz natürlicher Derivate. Ein deklarationsfreies Kutterhilfsmittel ist das Bindus-Konzept. Mit der Arostar-Serie wurde Mononatriumglutamat ersetzt. Auch im Bereich der Farbstoffe, Frischhalter und Emulgatoren bietet das Unternehmen immer mehr deklarationsfreie Ersatzprodukte. Die meisten dieser Artikel tragen den Bezeichnungsanhang „pur“. Erstmals wird eine Datenbank gestützte Lösung vorgestellt, deren Umfang über die LMIV-Anforderungen hinausgeht. Das Tool umfasst sowohl die Produktionsplanung in der Fleischverarbeitung wie auch die Koordination eines GV-Bereiches. Schon in der Einführungsphase steht ein umfangreicher Rezepturpool zur Verfügung.

Halle 4.0, Stand B 51
+ Halle 4.1, Stand E 31



Fotos: Kerres Anlagenbau, Moguntia-Werke

Jubiläum auf der Messe

Auf der IFFA 2016 feiert **CDS Hackner** Jubiläum. Vor 30 Jahren nahm das von Hanspeter Hackner gegründete Unternehmen zum ersten Mal an der Messe teil. Heute ist es Marktführer bei Naturdärmen, zählt bei Fleisch- & Innereien-Spezialitäten zu den Top 3 in Europa, und ist mit seinem High-Tech-Lager für Tiefkühlprodukte und dem Full-Service-Angebot Systempartner für Handwerk und Industrie. Damals sorgte Hanspeter Hackner machte mit dem Tip Top Rinderkranzdarm auf der IFFA für Furore. Heute werden die Naturdärme von Schwein, Schaf und Rind in EU-zertifizierten Betrieben sortiert. Säuberung und Sortierung sind hauptsächlich Handarbeit. Zudem ist das Unternehmen nach IFS Food Version 6 zertifiziert. **Halle 4.0, Stand B 71**



Sicher und variabel schneiden

Auch der Maschinenbauer **Nock** zeigt an seinem Messestand zahlreiche Neuheiten und Weiterentwicklungen, darunter den Cutter CB 435/4E HVC. Dieser bietet ein Rundmesser-Schneidemodul für die vertikalen Schnitte und ein vorgeschaltetes Horizontal-Schneidemodul. Besonders geeignet ist diese Maschine für das Schneiden von Hähnchenbrustfilets. Der Gatterschneider MBC arbeitet mit sehr kleinen Messerabständen, wie sie zum Schneiden von Rouladen aus Rindfleisch erforderlich sind. Seine Messersätze lassen sich im Kassettentausch leicht und schnell wechseln. Über ein integriertes Reinigungssystem verfügt die Mehrwellen-Rundmesser-Schneidemaschine Cortex CB 380 Slicer. Ebenfalls auf dem Messestand zu sehen sein wird das weiterentwickelte Immediate Cut-Out® (Ico) Sicherheitssystem, im Einsatz mit dem neuen Doppelabschwarter Cortex C560 DBD und der Entvliesmaschine Vliesex V5744 Turbo.



Halle 8.0, Stand E 48

In Beutel oder Folie verpacken

Tiefziehmaschinen, Schalsiegler und Kammermaschinen auch für das Handwerk zeigt **Webomatic**. Für den Handwerksbereich sind die Doppelkammermaschinen der duoMat-Familie Mittel der Wahl. Sie bringen diverse Vakuumpoptionen und Extras für Beutelverpackungen mit. In Edelstahl ausgeführt und durch Teile namhafter Hersteller ergänzt, eignen sie sich für den rauen Betriebsalltag. Das Webomatic CleanDesign® vereinfacht die Reinigung; Werkzeuge oder Folien lassen sich unkompliziert wechseln, was geringe Stillstandszeiten zu Folge hat. Intelligente Steuerungen ermöglichen die bestmöglichen Verpackungsoptionen für das jeweilige Produkt.



Halle 11.1, Stand B 40

Fotos: CDS Hackner, Nock Maschinenbau, Webomatic



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
sginfo@frutarom.com
www.frutaromsavory.com
f Gewürzreporter



PERFEKTION IN SERIE

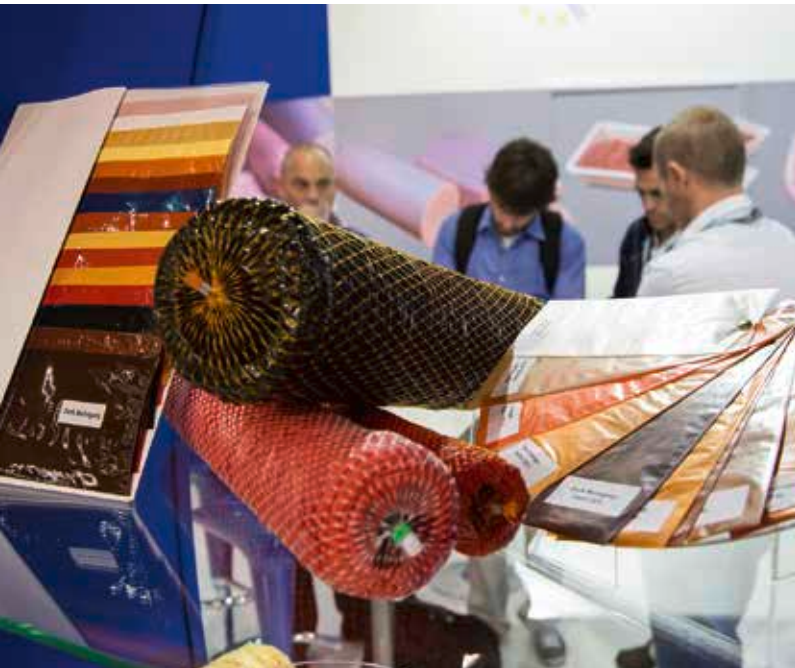
Lernen Sie unser innovatives Füllerprogramm kennen!

IFFA 2016, Halle 8, Stand G 30



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





FÜR GESCHMACKSPROFIS

Gesunde Ernährung, Clean Label, Convenience und Produkte ohne E-Nummern sind bei der IFFA weitere wichtige Themen.

Auch im Produktsegment Gewürze, Ingredienzien sowie Därme ist diese Fachmesse ein Trendbarometer. Namhafte Hersteller, die mit Geschmack, funktionellen Zutaten und Hüllen zu tun haben, werden daher als Aussteller dort vertreten sein. Im Mittelpunkt stehen dabei Foodtrends und der Zeitgeist beim Thema Ernährung.

Clean Label heißt seit Jahren einer der wichtigsten Trend im Bereich der Lebensmittelproduktion. Darin kommen die Forderungen von aufgeklärten, gut informierten Verbrauchern nach möglichst zusatzstofffreien Produkten zum Ausdruck. Für die Hersteller von Fleisch- und Wurstwaren ist es daher nicht immer einfach, eine wirtschaftliche Verarbeitung mit

diesen externen Wünschen und Forderungen zu vereinen. Aufgrund des Clean-Label-Trends wurden von der Zulieferindustrie etwa E-Nummern-freie sowie deklarationsfreundliche Compounds entwickelt. Die stabilisierende Wirkung dieser Systeme basiert auf funktio-

nellen Inhaltsstoffen, die nicht als Zusatzstoffe deklariert werden müssen. Das Thema Clean Labeling ist neben den klassischen Produkten auch bei Grillgewürzen und Saucen aktuell. Auf Glutamat wird bei den Rezepturen weitgehend verzichtet, insbesondere bei Produk-

ten aus industrieller Herstellung. Für die Käuferschicht der sensiblen Esser entstand ein Markt für „Frei von“-Produkten, etwa in Form laktosefreier oder glutenfreier Lebensmittel.

FLEISCHLOSER GENUSS

Auch Fleischersatzprodukte sind aus der Nische der Biomärkte und Reformhäuser getreten und haben den Weg in die Regale des Handels und sogar bereits einiger Metzgereien gefunden. Aufbauend auf der Kompetenz für Produkte zur Herstellung und Verarbeitung von Fleisch- und Convenienceprodukten, haben viele Gewürz- und Ingredientshersteller ihr Sortiment um vegetarische Produktlinien erweitert. In solchen Sortimenten





befinden sich in der Regel vollwertige Convenience-Lösungen für vegetarisches Chili oder Sauce Bolognese sowie funktionelle und geschmacksgebende Lösungen zur Herstellung von brühwurstähnlichen Produkten.

Neben den bereits am Markt etablierten Produkten auf der Basis von Hühnerfleisch sind bei den Zulieferern weitere Alternativen in der Erprobung. Seitdem, hochproteinhaltige Weizenfraktionen, Sojaproteine oder anderen pflanzliche Proteine sowie Tofu bieten sich für die Herstellung von fleischfreien Alternativen an. Den Anspruch auf „Clean Label“ erfüllen diese Produkte aber derzeit noch nicht. Zur Herstellung von vegetarischem Aufschnitt etwa werden auf der Messe auch Mischungen aus Proteinen aus tierischer und pflanzlicher Herkunft vorgestellt. Bei Schnittware sind textur- und strukturgebende Zutaten wichtig. Auch das Wasserbindungsvermögen sollte möglichst hoch sein.

PREMIUM STATT GEIZ

In den vergangenen Jahren entstand zudem ein Markt für Premi-

um- und Gourmetprodukte. Billig alleine reicht vielen Verbrauchern heute nicht mehr. Die „Geiz ist geil“-Mentalität ist demnach auf dem Rückzug. Dementsprechend ist ein Käuferchwund bei Billiganbietern zu beobachten. Parallel dazu ist ein Kampf um die Käuferschicht der immer anspruchsvolleren Kunden zu beobachten. Für diese Produkte eröffnen sich Märkte für Premiumwürstungen. Auch im Snack-Bereich trennt sich der Markt in Premium- und Discountware. Angeboten werden komplette Rezepturen und die dazu passenden Würstungen, inklusive Saucen, funktionellen Zutaten sowie Spritzmitteln. Das Ergebnis sind trendgerechte Snacks für den „Out-of-home-Konsum“ und für „Take-away-Produkte“. Vorgestellt werden auf der IFFA außerdem Konzepte, mit denen der Salzgehalt von Brühwurst und Kochschinken ohne geschmackliche Einbußen reduziert werden kann. Die Anbieter rund um das Produktsegment Ingredienzien, Gewürze, Hilfsstoffe und Därme präsentieren sich in den Hallen 4.0 sowie 4.1.

Fotos: Messe Frankfurt Exhibition/ Jochen Günther



PERFEKTES BRATEN

Doppel-Kontakt-Braten mit der S-Klasse S-161 GR OV

- Spezielle Oberflächenveredelung der Bratplatten durch das **DURANEL®**
- +plus Easy Clean Verfahren**
- Digitale Steuerung
- Nachhaltig, effizient und effektiv in puncto Energie und Wirtschaftlichkeit



www.silex-de.com

silex
Grill-Machines
Waffle-Bakers
Snack-Concepts

Besuchen Sie uns auf der IFFA, Halle 9 • Ebene 1 • Stand A79



70

Jahre
Fülltechnik
in Perfektion

Ergonomie auf den Punkt gebracht

- ▶ *Universelle Vakuumfüllmaschinen zum Abfüllen aller Wurstsorten.*
- ▶ *Kleinste Füllmaschine für optionalen Einsatz mit Füllwolf WK98*
- ▶ *Kompakte Bauweise ermöglicht Einsatz auch bei engen Platzverhältnissen*
- ▶ *Entlastung des Bedienpersonals*
- ▶ *Einfacher und schneller Sortenwechsel mittels Touch Screen Steuerung*
- ▶ *Darmhaltevorrichtung zur Beschleunigung des Füllprozesses*





Halle: 8.0
Stand: D44
Stand: E39

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



IN 10 JAHREN WIRD DAS FLEISCHER- HANDWERK IN DEUTSCHLAND...

... sich weiter verändert haben. Der traditionelle Geschmack bleibt das Grundstück für das moderne Gebäude des Fleischers, das darauf errichtet sein wird. Die Dominanz des Fleisches wird einer breiten Vielfalt von Spezialitäten gewichen sein, bei denen auch immer mehr fleischlose Rohstoffe eine Rolle spielen werden. Der Begriff des Metzgergastronomen wird weiter an Bedeutung gewonnen haben. Dieser Weg hat begonnen, wir müssen ihn nur noch festigen.“

Robert Huber, Geschäftsführer, Moguntia-Werke



... sicherlich noch mehr geprägt sein von Handwerkern, die flexible Maschinen für schnellwechselnde Bedürfnisse ihrer regionalen Kunden benötigen. Die eingesetzte Technologie innerhalb der Produktion wird sich zunehmend den Bedürfnissen eines mittleren Industriebetriebes annähern, losgelöst von der Produktionsmenge. Eine flexible, wirtschaftliche Produktion nach höchsten Hygienestandards wird auch im Handwerk den Einsatz von Maschinen unabdingbar machen.“ **Joachim Schelb, Gesamtvertriebsleiter und Prokurist, Maja Maschinenfabrik**



Bastra

... sich weitestgehend konsolidiert haben. Betriebe, die innovativ auf die Bedürfnisse ihrer Kunden eingehen und aufgrund der traditionellen Verarbeitung nah am Verbraucher agieren und dessen Vertrauen binden, werden auch in 10 Jahren erfolgreich am Markt bestehen.“ **Claudia Buse, Geschäftsführende Gesellschafterin, Bastra**

... nach wie vor einen sehr hohen Stellenwert haben. Zwar ist in den letzten Jahren ein massiver Rückgang an Handwerksbetrieben zu verzeichnen. Die hohe Produktqualität, die die Betriebe liefern, und der Kundenwunsch nach regionalen Spezialitäten wird aber weiterhin dafür sorgen, dass das Fleischerhandwerk seinen Platz einnehmen wird. Viele Betriebe haben trotz starken Wettbewerbsdrucks mit Mut und kreativen Ideen ihre Position im hart umkämpften Markt gefestigt.“

Volker Grebe, Leiter Vertrieb, K+G Wetter



... sehr im Markt gefestigt sein und noch stärker als bisher im Partyservice sowie überhaupt im Dienstleistungsbereich tätig sein.“ **Friedemann Wagner, Vertriebsleitung Deutschland, Laska**

... seine Chancen genutzt haben. Während „Veggie“ und „vegan“ immer beliebter werden, beobachten wir auch einen klaren Trend zu qualitativ hochwertigem und regionalem Fleisch. Die Kaufentscheidung für Fleisch und Fleischwaren werden wohlüberlegt getroffen und die Produkte bewusster konsumiert. Damit geht ein stärkerer werdender Wunsch der Konsumenten, über die Herkunft und die Herstellung des Fleisches informiert zu werden, einher. Nachhaltige Landwirtschaft, artgerechte Haltung und Schlachtung sind wichtige Aspekte. Für das Fleischerhandwerk ist dieser Trend eine bedeutende Chance, die Zahl der Betriebe zu stabilisieren, wenn nicht sogar mittelfristig leicht zu erhöhen. Sein Stellenwert wird wieder steigen, da man sich in einer immer schneller und hektischer werdenden Welt wieder auf traditionelle Handwerkskunst, regionale Produktvielfalt und Beratung besinnen wird.“



... hoffentlich besser positioniert sein. Ich sehe die Probleme nicht bei den Betrieben, sondern bei den Einschränkungen durch Gesetze und Vorschriften, die manchmal nicht nachvollziehbar sind. Handwerksbetriebe liefern Qualität, sind flexibel, bieten Ausbildungsplätze und sichere Arbeitsplätze und sind ideenreich.“

Hans-Dieter Schad, Kfm. Geschäftsführer/Commercial Director/CEO, Rudolf Schad

... immer noch eine etablierte Alternative zum LEH und den Online-Shops darstellen. Es wird Multichannel-Vertriebswege wie den zusätzlichen Verkauf über die eigene Website nutzen und sich durch regionale Produkte differenzieren.“

Rainer Maase, Leitung Geschäftsbereich Retail Marktorganisation Deutschland, Bizerba

Steffen Uebele, Leiter Vertrieb und Marketing, Friedr. Dick



... sich ein Stück weiter spezialisiert haben. Nur wer sich differenziert und klar positioniert, wird seinen Platz im heiß umkämpften Markt behaupten und ausbauen können. Das kann über das Sortiment, den Service oder das Leistungsspektrum erfolgen. Dabei ist die konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen der Konsumenten wichtig. Wir erwarten, dass Nachhaltigkeit, Rückverfolgbarkeit und Herkunft eine noch größere Rolle spielen werden als heute. Deshalb garantieren wir mit einem mehrstufigen, aufwendigen Prüfsystem die Qualität unserer Rohstoffe über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg.“ **Holger Höfer, Leiter Foodservice und DeliCo, Raps**



Individuell entschwarzen
 Fachbesucher können am Stand der **Maja Maschinenfabrik** die Entschwarzungs- und Entvliesmaschinen bestaunen. Neben dem Portfolio an Serienmaschinen ist das Unternehmen auch auf individuelle Kunden-

anforderungen spezialisiert. Ein Beispiel dafür ist das Entschwarzen von Schweineschulter inklusive Hals und Knochen. Die Herausforderung besteht dabei zum einen im ausbeuteorientierten Entschwarzen des durch den nicht entnommenen Knochen steifen Teilstücks. Zum anderen muss der Bearbeitungsprozess mit den Sicherheitsnormen für Arbeitsschutz in Einklang gebracht werden. Denn durch die überdurchschnittlichen Teilstückabmessungen benötigt die Maschine eine vergrößerte Öffnungsweite der Schutzeinrichtung. Um hier den Vorschriften der EN12355 für Entschwarzungs- und Entvliesmaschinen gerecht zu werden, wird der Einlassbereich durch eine berührungslos wirkende Schutzeinrichtung mittels Mutingsensoren ausgewertet, permanent überwacht und vor einem Eingreifen gesichert. **Halle 8.0, Stand E/F 30**

Fotos: Maja Maschinenbau, agmadata

Filialen managen

Mit „iFood-Absatz-Filiale“ führt **agmadata** ein integriertes Controlling-System das die Abläufe und die Organisation innerhalb einer Filialkette transparent und leicht steuerbar macht. Es richtet sich an alle, die ein hohes Maß an Prozess-Optimierung anstreben und Expansionen planen. Das Filial-Management besteht aus mehreren Apps. Die Basis des Systems sind die seit Dezember 2014 gültigen „Grundsätze zur ordnungsgemäßen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen in elektronischer Form sowie zum Datenzugriff“ (GobD). Diese beinhalten eine IT-gestützte, praxisgerechte Buchführung und sorgen für ein hohes Maß an Rechtsklarheit. **Halle 11.1, Stand A 30**



Im Zentrum der Bildung

Das **Bildungszentrum des Fleischerhandwerks** informiert über aktuelle Seminarangebote sowie klassische Kurse. Als einzige Bildungseinrichtung bieten die Augsburger z. B. einen Kurs zum Fleischsommelier an sowie Grill- und Zerlege-Seminare mit den aktuellsten Zuschnitten. Das Thema Fleisch- und Fleischreifung spielt daher am Messestand eine große Rolle. Traditionell ist dieser auch ein Treffpunkt für ehemalige Schüler und Absolventen, die sich dort über neue Qualifikationen oder interessante Seminare informieren können. Letztere spannen sich von arbeitsrechtlichen über betriebswirtschaftliche Themen bis hin zu Produktions- und Plattenlege-Seminaren. Dabei bleibt auch Zeit zum Austausch mit ehemaligen Dozenten. „Auf der Messe werden wir interessierten Gästen einen IFFA-Rabatt anbieten können. Lassen Sie sich überraschen“, so der kommissarische Schulleiter Anton Schreistetter. **Halle 4.1, Stand D 90**

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

Besuchen Sie uns auf der IFFA, Stand 09/B30



Über seine Messervorlieben berichtet der Vize-Europameister im Zerlegen 2015, Hermann Eberle jun., von der Metzgerei Eberle im bayerischen Karlsfeld bei München gerne: „Bei Messern ist mir die Stahlqualität der Schneide ganz wichtig. Sie sollen schließlich lange scharf bleiben. Gut finde ich auch, wenn der Griff nicht zu hart ist“, sagt er. Sein Vater, sein Bruder und er benutzen Giesser-Messer. „Auch mein Großvater hat das schon getan, einmal Giesser, immer Giesser“, meint er schmunzelnd. Gepflegt würden die Messer mehrmals am Tag – einfach mit Wasser und Seife und danach desinfiziert. Wie wichtig die Griffqualität ist, weiß auch der Messerspezialist *Victorinox*. Dank neu entwickelter Materialien für den Griff sind dessen Messer auch mit nassem oder fettigem Griff rutschfest. Ergonomische Aspekte wurden beim neuen Fibrox-Griff berücksichtigt. Höchste Schnitthaltigkeit ist selbstverständlich. Die hohe Stahlqualität und die sorgfältige Härtung bewirken schonenden Verschleiß und Elastizität. Bei *Wüsthof* gibt es ein breites Sortiment zum Schärfen und Wetzzen. Das Solinger Unternehmen empfiehlt zur Messerpflege in erster Linie den Wetzstahl. Für Metzger, die Messer selbst auf einer Schleifmaschine nachschärfen und dann mit dem Wetzstahl den Grat der Schneide aufrichten, eignen sich Feinzug-Wetzstähle. Sind die Messer stumpf, können sie mit einem Diamant- oder Keramik-Schärfstab sowie dem Abziehstein geschärft werden. Der Unterschied zum Wetzstahl besteht darin, dass damit tatsächlich Material von der Klinge abgetragen und so eine neue Schärfe erzielt wird. Welche Art bzw. welches Material infrage kommt, sei individuell zu entscheiden. Ab einer gewissen Abnutzung müssen Messer zum fachmännischem Schleifereibetrieb gebracht werden. Steffen Uebele, Leiter Vertrieb

DURCH „SCHNITT“ ODER BESSER?

Selbst Hand anlegen, die Maschine machen lassen oder beides?
Schneiden ist Metzgerkompetenz.



Wüsthof



ADE

Nützliche Links

www.bizerba.com, www.dick.de,
www.foodlogistik.de, www.maja.de,
www.metzgerei-heimann.de,
www.original-ruehle.de,
www.scharfen.de, www.treif.de,
www.victorinox.com,
www.waagen-schmitt.de,
www.weber-web.de,
www.wenisch-straubing.de,
www.wuesthof.de



Peter Heimann jun.

Stefan Wenisch

Herrmann Eberle jun.

und Marketing bei *Friedr. Dick*, sagt: „F. Dick-Messer und Wetzstähle sind zur Reinigung in Sterilisatoren bei bis zu 130°C geeignet. Rückstände von hochkonzentriertem Reinigungsmittel, langes Verbleiben in der Reinigungsanlage, aber auch Eiweiß- und Fleischreste können auf den Klingen zu Flecken führen. Daher empfehlen wir eine sofortige Reinigung mit einem milden, alkalisch basischen Reinigungsmittel ohne Säure, wie es z. B. in Natronbleichlauge enthalten ist. Natronbleichlauge (Natriumhypochlorit) ist ein wesentlicher Bestandteil in Reinigungsmitteln zum Bleichen und Desinfizieren. Zur Aufbewahrung der Messer und Wetzstähle empfehlen wir einen Messerhalter bzw. -scheide oder einen Platz, an dem die Klingen nicht aneinander stoßen und gut trocknen können.“

PRAKTISCH SCHNEIDEN

Für eine Kombination aus Hand- und Maschinenarbeit hat sich die Metzgerei Heimann aus Grafing mit ihren drei Filialen entschie-

den. „Bei uns hat jeder seinen eigenen Messerkorb mit sechs bis zehn Messern“, sagt Junior Peter Heimann. Für die täglich 450 bis 500 Mittagessen wie Schnitzel, Bauernschnitzel usw. wird das Fleisch von Hand geschnitten. In der Wurstküche steht aber auch ein Alleschneider: „Der Treif hat sich auf jeden Fall rentiert und ist eine Arbeiterleichterung, für Geschnetzeltes, Bierschinkeneinlagen, aber auch für Gemüse für Suppen und Käse – da gibt es bei uns viele Beispiele“, berichtet der junge Fleischermeister.

Das Schneiden vor den Augen der Kunden ist ein Kompetenzbeweis. Dafür führt *ADE* die Pro-Clean-Keramikbeschichtung für die Juwel-, Diagonal SN- und Automatic-Schneidemaschinen. Durch das Einbrennen der Beschichtung entsteht eine hochwertige Versiegelung, die Reinigungsmitteln und Zerkratzen gut widersteht. Ein Antihaft-Effekt lässt das Schnittgut gleiten und sorgt für ein sauberes Schnittbild. Abnehmbare Teile lassen sich in der Spülmaschine säubern. Neu ist die Piezo-Schalter-Technologie: glatte, robuste, leicht zu reinigende Schalter mit integrierter Betriebsanzeige.

Bizerba setzt mit der Schrägschneidemaschine GSP-H auf Sicherheit: Das Technologiepaket „Illumination“ zeigt den jeweiligen

Herrmann Scharfen



Fotos: Herrmann Scharfen, Theimer

Betriebszustand der Maschine: Ist die Schnittstärke geschlossen und das Messer dreht sich nicht, leuchtet die Schnittstärkeneinstellung grün. Ein rot aufblinkender Knopf signalisiert, dass sich das Messer dreht und die Schnittstärke geöffnet ist. Die GSP-H schneidet etwa

Wurst, Fleisch oder Gemüse. Eine vielfältige Palette an Aufschnittschneidemaschinen präsentiert auch *Herrmann Scharfen*. Durch den Einsatz von Edelstahl werden hohe Hygiene-Anforderungen erfüllt. Zusätzlich ergibt sich die Möglichkeit der Antihaftbeschichtung der Teile, die mit dem Schneidgut in Berührung kommen. Bei den manuellen Schneidemaschinen sind Messergrößen von 300 bis 350 mm und Schnittstärken bis 25 mm möglich. Es gibt sie als Vertikal- und Schrägschneider. Die halbautomatischen Maschinen sind Schrägschneider, ebenfalls mit Messergrößen von 300 bis 350 mm und einer Schnittstärke bis zu 25 mm. Der Vorschub erfolgt automatisch oder manuell. Für die Wurstablage in Stapeln oder Fächern gibt es vollautomatische Modelle.

SCHNELL SCHNEIDEN

Die Straubinger Metzgerei Wenisch setzt seit Jahren auf „Flexon“, den zweitkleinsten Alleschneider von *Treif Maschinenbau*. „Aus unserer Metzgerei ist der Treif-Schneider nicht mehr wegzudenken. Er schneidet z. B. Einlagenmaterial in Wurst, Frischfleisch wie Geschnetzeltes, Putengulasch oder Gyros, aber auch Paprika. Für unsere Paprikawurst verwenden wir nämlich frischen Paprika“, berichtet Stefan Wenisch. „Auch in der Küche kommt er zum Einsatz. Mein Bruder ist Küchenmeister und arbeitet seit einem Jahr bei uns. Er schneidet damit Kartoffeln für Gulaschsuppe, Zwiebeln und Sellerie“ Auch die Salate werden selbst gemacht. In der zentralen Produktion werden Wurst und Gurken („besse-

DICK
Traditionsmarke der Profis

SCHÄRF- LÖSUNGEN VON F. DICK



DER KASSIKER

SM-111



TOPSELLER

SM-100



PROFIFERÄT

SM-140



DIE KOMPAKTE

RS-150 DUO

IFFA

HALLE 8 . STAND C54

www.dick.de

Messer . Werkzeuge
Wetzstähle
Schleifmaschinen

rer Biss“) dafür geschnitten. „Ich habe schon in einigen Betrieben gearbeitet – auch mit anderen Allerschneidern. Aber Treif überzeugt mich“, lobt er die professionelle Technik. Auf die Bedürfnisse des Handwerks ausgerichtet ist auch der kompakte Würfel- und Streifenschneider „Felix“ dieses Herstellers, der etwa Kochschinken-Plättchen, Schnitzel oder Rouladen schneidet und dabei dank dynamischem Hydrauliksystem (DHS) energiesparend und hygienefördernd arbeitet. Der Slicer „Divider orbital+“ eignet sich für Brühwurst, Schinken, Salami und Käse ohne Umbau. Die Messer für die Maschinen fertigt das Unternehmen selbst, was eine dauerhaft gleichbleibende Qualität sichert.

Das Portfolio von *Foodlogistik Fleischereimaschinen*, spezialisiert auf die Herstellung von Schneidemaschinen, hält auch kleinere Maschinen bereit wie den halbautomatischen Mehrzweckschneider DicR®, der Würfel, Streifen, Scheiben oder Raspeln schneidet. Die Vier-Seiten-Vorpressung zur Komprimierung des Produktes sorgt für eine gute Schnittqualität. Kammerquerschnitte von 90 bis 140 mm und Kammerlängen von 310 bis 530 mm ermöglichen vielfältige Einsatzgebiete. Für eine gute Bedienbarkeit und Hygiene sorgen Zusatzeinrichtungen, wie die Hygienetür, Ein-Hand-Bedienung, integrierte Austragebänder oder eine Anzeige für die Beschickungsbereitschaft.



Weber Maschinenbau



Treif

Auch Maja bedenkt mit seiner Rundmesser-Schneidemaschine ESB 4434 SH die vielfältigen Aufgaben im Handwerk. Ob große Mengen einheitlicher Schnitzel mit oder ohne Cordon-Bleu-Schnitt zu schneiden sind, Speckstreifen, Wurststücke zur Herstellung von Currywurst oder als Suppeneinlage – damit lassen sich unterschiedlichste Aufgaben automatisieren. Die zu portionierenden Rohlinge werden auf das Zuführband gelegt und durchlaufen den Schneidsatz vollautomatisch. Auch ungelernete Mitarbeiter können die Maschine bedienen. Zur Sicherheit des Bedieners ist sie mit einer verlängerten Haube und einem verlängerten Zuführband ausgestattet und verfügt über eine

Sicherheitsabdeckung als Eingreifschutz am Abführband.

Das Schwarzwälder Unternehmen Rühle bietet ein Portfolio von kleinen Schneide- bis zu Hochleistungsmaschinen. Typisch ist das mechanische Antriebssystem, das zuverlässig den gleichen Vorschub gewährleistet. Die Gatter lassen sich mit einem Griff aus- bzw. einkuppeln. Als Einsteigermodell gibt es die „Original SR 1“, die selbst schwierige oder feinstückige Ausgangsprodukte schneidet – mit gutem Schnittbild bei geringem Kleinteileanteil. Als kompakter Leistungsträger bietet die „Original SR 1 Turbo“ eine hohe Stundenleistung und hohe Hygiene-Eigenschaften. Sie schneidet laut Hersteller aus jeder Konsistenz bestmögliche Formate.

Aufwändiges Entschwarten und Entvliesen übernimmt die Bandentschwartungsmaschine ASB 600 von Weber Maschinenbau. „Unsere Maschinen zeichnen sich durch ihre zuverlässigen Arbeitsergebnisse aus, die ein manuelles Nachbearbeiten weitgehend minimieren. Die hygienische Bauweise trägt zudem dazu bei, dass unsere Kunden in ihren Betrieben bessere Ergebnisse beim Entschwarten oder Entvliesen erzielen“, sagt Wilfried Wittkamp, Leiter Produktbereich Skinner. Die ASB 600 kann offen mit Zuführtisch oder geschlossen mit in der Höhe verstellbarer Andruckeinrichtung und Zuführband eingesetzt werden. Schwarten- bzw. Schneidstärken sind stufenlos einstellbar. Sie verfügt serienmäßig über zwei Bearbeitungsgeschwindigkeiten. Fazit: Ein durchdachter Einsatz unterschiedlicher Schneidetechnik spart Zeit und Nerven, erhöht Hygiene und Sicherheit und sorgt für eine hohe und gleichbleibende Produktqualität.

Fotos: Weber Maschinenbau, Treif, Wüsthof

Anatomie eines Schmiedemessers

Wer auf der Suche nach einem hochwertigen Messer ist, sollte auf Folgendes achten:

- **Ätzung:** Ursprungsnachweis des Messers. Sie enthält Firmenlogo, Herstellungsort, Artikel-Nr. und Serienbezeichnung.
- **Bart:** Er schützt die Finger vor dem Abrutschen in die Klinge.
- **Erl:** An dieser Verlängerung der Klinge in den Messergriff sind die Griffschalen befestigt. Die Schalen können aus unterschiedlichen Materialien bestehen: Kunststoff, Holz oder Edelstahl.
- **Hinterer Handschutz:** Ist so geformt, dass das Messer stets sicher in der Hand liegt.
- **Klingenblatt:** Eine gute Klinge wird aus einem einzigen Stück geschmiedet.
- **Klingentrücken:** Ist beim Qualitätsmesser sorgfältig geschliffen und glatt („entgratet“).
- **Kropf:** Die Verdickung zwischen Klinge und Griff zeigt, dass das Messer geschmiedet ist. Durch sein Gewicht sorgt er dafür, dass das Messer sicher in der Hand liegt (Balance).
- **Nieten:** Sie verbinden die Griffschalen sicher und dauerhaft mit dem Erl.
- **Schneide:** Sie ermöglicht saubere und präzise Schnitte.

(Quelle: Wüsthof)





IFFA

Halle 11.1
Stand C31/C41

Solutions that Work ■ www.tippertie.com

Flexibilität, hohe Arbeitsleistung.

Dank seinem modularen Design ist der automatische Doppelclipper KDCMA für verschiedene Anwendungsgebiete geeignet. Mit einfachwirkenden Clip-Zylindern lassen sich Höchstgeschwindigkeiten erreichen, via Touchscreen kann auf bis zu 50 gespeicherte Programme zugegriffen werden. Auf Vielseitigkeit ausgelegt, verpackt der KDCMA Natur-, Kunststoff- und Faserdärme in einem Kaliberbereich von 25-120 mm.

DCM 90 – ideal als Einsteigermodell für den Handwerksbetrieb – wächst mit der Produktion: Durch ein optionales Rollgestell und Ausstattungsoptionen, wie TEBE-H Schlaufen mit Bandbremse, Fadenspender, Spulenclip, u.v.m. wird daraus eine hochleistungs-fähige, mit jedem Füller kombinierbare Clipmaschine für die Produktion im Handwerk und Gewerbe.

Handhabung, Aufbau und Materialien sind für einen robusten Gebrauch geeignet. Hygiene war bei der Gestaltung oberstes Gebot. Der DCM 90 verarbeitet Natur-, Kunststoff- und Faserdärme in einem Kaliberbereich von 25-85 mm verarbeiten das Kaliber 25–85 mm.



Automatische Etikettier-, Schlaufen- und Fadensysteme sind erhältlich.



Benutzerfreundliches Design wie etwa beim werkzeuglosen Messerwechsel.



www.tippertie.com/KDCMA Das Video zum KDCMA finden Sie auf youtube.com/tippertiegroup

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

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

TIPPER TIE™
a **DOVER** company

TT1512/TT1815

Automatischer Doppelclipper



IFFFA

Halle 11.1
Stand C31/C41

Solutions that Work ■ www.tippertie.com

Vielseitig, leistungsfähig.

Vielseitigkeit und Produktion bei hohen Geschwindigkeiten sind die wichtigsten Merkmale der Familie TT1512 und TT1815 der Doppelclipper. Produkte mit einem Durchmesser von 20 – 140 mm werden in Kunststoff-, Faser- oder Kollagendärme bei Geschwindigkeiten von bis zu 200 Portionen pro Minute verpackt. Luftdichte Lockerfüllung mit Überspreizung am TT1815 sowie die vollständige Ansteuerung über den Clipdruck und -teilung erweitern Ihre Produktpalette und sorgen gleichzeitig für eine Maximierung der Produktivität und Qualität.

„Ganz gleich wie schnell wir wachsen, dieses Duo lässt sich nicht überbieten.“

~ Steve Lea, Blue Ridge Beef

www.tippertie.com/TT1815



Das Video zum TT1815 finden Sie auf youtube.com/tippertiegroup



Optionaler V-Revolverkopf oder Parallelrevolverkopf für einen raschen Darmwechsel.



Zugriff auf gespeicherte Rezepte und Betriebsgeschwindigkeiten via Touchscreen.

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

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

TIPPER TIE™

a **DOVER** company

GAREN PER FINGERZEIG

Smartphones sind nützliche Helfer im Alltag. Gezielt im richtigen Umfang eingesetzt, nehmen moderne Technologien auch Mitarbeitern in Küchen viel Arbeit ab. Auch die Küchentechnik ist stark im Wandel.

Ein britisches Unternehmen kündigte 2015 an, eine vollautomatisierte Küche zu konzipieren. Darin sollen zwei Roboterarme tausende Gerichte auf den Teller zaubern. In Küchen sucht man Roboter zwar noch vergeblich – doch der technologische Fortschritt ist auch hier angekommen.

Aktuellen Herausforderungen begegnen die Mitarbeiter dabei mit verfügbaren Geräten, z. B. einem Smartphone. „Das Smartphone hat in unserer Gesellschaft generell einen hohen Stellenwert eingenommen, dadurch hält es auch Einzug in Profiküchen“, erklärt Kathrin Foremny, Manager Marketing & PR bei *Küppersbusch*. Als Hersteller von Großküchentechnik dürfe man sich dieser Technik nicht verschließen. Daher bieten viele Unternehmen ihren Kunden via Smartphone, Tablet, Touch-Display oder PC mehr Übersicht und Flexibilität im Küchenalltag.

KOCHINTELLIGENZ

Neben der Einhaltung von Hygienevorschriften spielt dabei die Effizienz eine wichtige Rolle. Um die Mitarbeiter zu entlasten, bietet etwa das VarioCooking Center Multificiency von *Frima International* eine eingebaute Kochintelligenz. Sie erlaubt etwa

„Moderne Küchentechnik kann enorm helfen, Küchenabläufe effizient und strukturiert zu organisieren.“

*Michael Hoffmann,
Produktmanager Technik, Rational*

ein unbeaufsichtigtes Garen der Speisen, speichert HACCP-Daten oder hilft dabei, eigene Garprozesse zu kreieren. Über das KitchenManagement System sind die Geräte zudem vernetzt. So kann eine zentrale Küche eigene Garprozesse entwickeln. Temperaturverläufe und Kerntemperaturen werden automatisch aufgezeichnet und per Knopfdruck ausgegeben. Auch *Rieber* hilft, Speisen und deren Tempe-

ratur im Blick zu behalten: „Check heißt das System, das HACCP-relevante Daten digital registriert und sie an eine Datenbank weitergibt. Bei der mobilen Variante erfasst der Koch die Daten selbst mit einem Smartphone, einem QR-Code und einem Kerntemperaturfühler. Bei der automatischen Ausführung senden fest installierte Sensoren die Daten in vordefinierten Intervallen an die Datenbank. Auch die Naboo-Heißluftdämpfer von *Lainox*

und die Serie *Lainox Compact* by Naboo laden dazu ein, mit ihnen auf „Tuchföhlung“ zu gehen. Über eine Steuerung sind die Geräte der beiden Serien mit der Cloud verbunden. Alle Funktionen werden per digitalem Touch-Display bedient. Dessen anwählbare Kacheln lassen sich beliebig anordnen. In der Cloud können etwa Garprogramme, Rezepte, Arbeitsv-

gänge und Zubereitungsvarianten sowie bebilderte Vorschläge für ein stilvolles Anrichten hinterlegt werden. Zudem lassen sich alle technischen Daten und HACCP-Parameter für die ortsunabhängige Wartung und Temperaturüberwachung in der Cloud verwalten. Hilfsvideos erleichtern auch ungeschulten Mitarbeitern die Arbeit.

GESPRÄCHIGE GARER

Die Kontrolle über Geräte und Prozesse hat *MKN* in eine App ausgelagert: Mit *MagicPilot to go* haben Anwender das Display ihres Kombidämpfers per Smartphone





Mit zeitgemäßen Technologien wie der App MagicPilot to go von MKN haben Küchenprofis ihre Arbeitsprozesse stets fest im Griff.

oder Smartwatch immer im Blick. Das schafft Freiräume für andere Tätigkeiten. Die App informiert über den Zustand der Geräte und meldet sich, sobald eine Aktion nötig ist, z. B. am Ende der automatischen Reinigung. Ziel von Convotherm ist es, Kunden ein Gesamtpaket zu bieten und die Zubereitung zu vereinfachen. „Dazu gehört für uns auch die App, mit der die Bedienung unserer Kombidämpfer simuliert werden kann“, erklärt Ralf Klein, Geschäftsführer Convotherm Elektrogeräte, die aktuelle Convotherm 4 App. Darin sind u. a. die Bedienoberflächen easyDial

„Auch die manuelle Bedienung ist und bleibt ein wichtiger Bestandteil unseres Portfolios.“

Ralf Klein, Geschäftsführer, Convotherm

für manuelle Bedienung und easyTouch mit automatischen Funktionen enthalten sowie zahlreiche Anwendungs- und Trainingsvideos. Auch Retigo verbindet Küchengeräte und externe Geräte. Der DeliMaster, eine Kombi-

nation aus Kombidämpfer und Backofen, sowie der Blue Vision Kombidämpfer verfügen standardmäßig über eine LAN-Funktion. Diese erlaubt es, mit jedem Computer, Smartphone oder Tablet auf das Gerät und dessen HACCP-Daten und Programme zuzugreifen. „Die Installation einer zusätzlichen Software oder App entfällt, da über jeden beliebigen Browser auf den Ofen zugegriffen werden kann“, erläutert Commercial Manager Dr. Janine Kühn. Der Anwender kann im Servicefall einem Techniker Zugriff auf das Gerät aus der Ferne ermöglichen. Sicherheit vor Fremdzugriffen bieten gesonderte Benutzerkonten mit Passwort. Kreativität befeuert die Lösungen von Küppersbusch. Alle ConvectAir Professional-Modelle dieses Herstellers sind mit einer Farb-Touch-Steue-



Mit dem System "Check ermöglicht Rieber die Temperaturmessung von Speisen via Smartphone.

rung ausgestattet, die auf Android basiert. Das große Entwicklungsumfeld des Betriebssystems ermöglicht eine schnelle Weiterentwicklung. In einer dazugehörigen App für Android-Tablets können Anwender eigene Garprogramme schreiben und sie mittels USB-Stick auf die Geräte aufspielen.

Bei Rational steht der Informationsgedanke im Fokus: Auf der Internetplattform ClubRational gibt es u. a. Tipps für die tägliche Arbeit. Alle Inhalte sind auch als App erhältlich. „Moderne

Küchentechnik kann enorm helfen, Küchenabläufe effizient und strukturiert zu organisieren“, betont Michael Hoffmann, Produktmanager Technik beim Landsberger Unterneh-

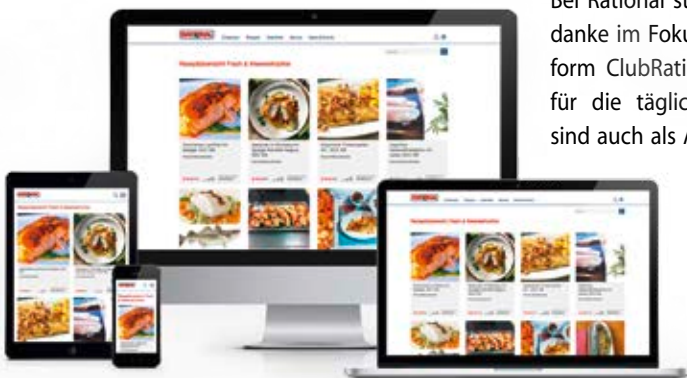
men. In Seminaren der Academy Rational erläutert das Unternehmen daher, wie etwa die Möglichkeiten von SelfCookingCentern gewinnbringend genutzt werden können. Auch andere Küchengeräte gehen mit der Zeit: Über die App Zoom von Miwe lassen sich z. B. Backstationen mit der Steuerung Miwe TC aus der Ferne bedienen. Dazu gibt sie über ein Tablet die Anzeige der Touch-Control-Steuerung der Backstation aus. So kann der Anwender vom einem anderen Raum aus das nächste Backprogramm anwählen. „Auch energetisch bringen Apps den Anwendern Vorteile“, sagt Charlotte Steinheuer, Marketing Kommunikation bei Miwe.

FLUCH ODER SEGEN?

Welche Rolle die Digitalisierung künftig in einer Küche spielt, hängt laut Ralf Klein auch stark vom Anwender selbst ab: „Wir überlassen diese Entscheidung dem Kunden. Natürlich werden wir Lösungen für stark digital orientierte Kunden anbieten, aber auch die manuelle Bedienung ist und bleibt ein wichtiger

Bestandteil unseres Portfolios“, erklärt der Convotherm-Geschäftsführer. Dennoch gibt es keinen Grund, neue Technologien für Küchen zu verteufeln.

Bedarf nach moderner Küchentechnik gibt es genug: „Wie in allen Berufen wandelt sich der des Kochs extrem, vom Speisenzubereiter zum Küchenmanager“, erklärt Michael Hoffmann. „Insbesondere jüngere Generationen, die mit Smartphones und Apps aufgewachsen sind, nutzen diese Technik auch im Berufsalltag“, resümiert Anja Halbauer. Die PR-Managerin bei MKN geht davon aus, dass der Stellenwert künftig wachsen wird. *squ*



Neben Apps und intelligenten Geräten bieten Hersteller wie Rational auch Plattformen im Internet, auf denen sie Tipps für mehr Effizienz geben.

Nützliche Links

- www.convotherm.de
- www.frima-online.com
- www.kueppersbusch.com
- www.miwe.de
- www.mkn.eu
- www.rational.com
- www.retigo.de
- www.riever.de

**Das werbewirksame Geschenk
für Ihre Kunden!**

**Besuchen Sie uns auf der
IFFA in Frankfurt**
vom 7. bis 12.5.2016
HALLE 4.1 / STAND C61
Wir freuen uns auf Sie!

Der Rezeptkalender 2017



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 30.6.2016 zum
FRÜHBESTELLERPREIS!
Sie sparen mehr
als 10%!

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

Ja, ich/wir bestelle(n)

hiermit zu den genannten
Preisen & Lieferbedingungen _____ Stück
des Fleischer-Rezeptkalenders 2017.

Kalender-Menge	Frühbestellerpreis/Stück bis 30.6.2016	Normalpreis/Stück ab 1.7.2016
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 €

Alle Preise zzgl. Versandkosten und MwSt.

Weitere Informationen: www.blmedien.de/fleischerkalender
Firmeneindruck: Zzgl. 26,- Euro für Ihren Firmeneindruck, einfarbig in Schwarz (Eindruckfläche: 17,5 x 5,5 cm). Nur bei Bestelleingang bis zum 14.10.2016 möglich!

Liefertermin: Bei Bestelleingang bis zum 02.09.2016 ist eine Lieferung bis zur 44. KW 2016 möglich. Bei späteren Bestellungen erfolgt eine Lieferung in der 48. KW 2016.

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 Produktneuheiten der B&L MedienGesellschaft informiert zu werden

Firma

Vorname/Name

Straße/Nr.

PLZ/Ort

Telefon/Fax

E-Mail

Datum/Unterschrift

INTERNATIONALE MEISTER

35 Metzger und drei Metzgerinnen beendeten den 429. Meisterkurs an der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut mit Erfolg.



Die zwölfwöchige Lerngemeinschaft vereinte neben Berufskollegen aus Bayern, Baden-Württemberg, Sachsen, Berlin oder Niedersachsen auch vier Teilnehmer aus Österreich. Mit Byung-Kwan Yu (36) aus Seoul war sogar ein Südkoreaner dabei; und Jungmeister Rajinikanthan Nagalingam (38) aus Nürnberg hat Wurzeln in Sri Lanka. Neben der internationalen Besetzung beeindruckte das Altersspektrum von 18 bis 52 Jahren. Kursbesten wurde Robert Brecka (24) aus Tittling in Niederbayern. Allen gratulierte bei der Freisprechungsfeier im Landshuter Michel-Hotel Barbara Zinkl. Die Schulgeschäftsführerin betonte, die Teilnehmer hätten sich in über 500 Unterrichtsstunden das nötige Rüstzeug geholt und seien in sieben Prüfungen über sich hinausgewachsen. Sie bat die Jungmeister, künftig

selbst auszubilden, um den Fachkräftemangel zu bekämpfen. Ihr Tipp für die Zukunft: „Bilden Sie sich weiter, denn auch die Fleischereibranche wird immer schnelllebig. Überleben wird nur, wer immer auf dem neuesten Stand ist.“ Der Lehrplan reichte von Zerlegung und Wurstproduktion im Praxisteil bis zu Betriebswirtschaft und Buchführung in der Fachtheorie. Als Ergebnis der drei Monate seien sie nun fähige „Allrounder“ und Meister ihres Fachs. Vor rund 150 Gästen bekräftigte Konrad Treitinger, Vizepräsident der HWK Niederbayern-Oberpfalz, die Entscheidung für den Meistertitel sei richtig gewesen. Er legte den Jungmeistern ans Herz, sich mit attraktiven Mittagsgerichten, kreativen Ideen und einem exklusiven Frischesortiment von Industrie-, TK- und Massenware abzusetzen. Immer mehr anspruchsvolle Verbraucher suchen hoch-

wertige, regionale Fleisch- und Wurstwaren. „Seien Sie stolz und selbstbewusst und pochen Sie auf Ihre Stärken. Qualität setzt sich auf Dauer durch“, appellierte er. Mit einem großformatigen Kursfoto, Blumensträußen und feinen Tropfen dankten die Jungmeister dem 1. BFS-Team für die Zeit, in der man „viel gelacht und viel gelernt“ habe, wie der Kursprecher Martin Ablinger (22) aus Oberndorf bei Salzburg betonte. Großen Respekt zollte er den fremdsprachigen Kollegen für ihre Leistungen sowie den Dozenten für die einfühlsame Betreuung. Zum Abschluss der Feier sprach Konrad Treitinger die Absolventen vom Gesellenstand frei und verlieh ihnen „Meisterehre, Meisterstand und Meistertitel“. Auf der Bühne erhielt jeder neben dem Meisterbrief ein silbernes „Meister-M“ sowie das Schuldiplom. www.fleischerschule-landshut.de
IFFA: Halle 4.1, Stand E 90

KOLLEGENBÖRSE: WER BIETET WAS?

Betrieb	Produkte	Betrieb	Produkte
Metzgerei Ammon Würzburger Str. 550 · 90768 Fürth Tel. (0911) 73 50 35	Die von uns hergestellten Produkte enthalten garantiert nur drei Zusatzstoffe. Putenwurst beinhaltet 100 % Putenfleisch.	Metzgerei Miller Pfaffenhofener Str. 6 · 86565 Weilach Tel. (08259) 10 21	verschiedene Schinken und Presssäcke, Cambo, Rinderrauchfleisch, Wacholderhüfte, Haxensülze, Rohwurst
Bischofs Fleischwaren GmbH Brabanter Str. 57 · 52525 Waldfeucht Tel. (02455) 17 16	z. B. Haussalami, Mailänder Salami, hausm. Rotwurst, Schlackwurst, Pfefferbeißer, Cranberryleberwurst, u.v.m.	Metzgerei Miller Memminger Str. 1 · 87727 Babenhausen Tel. (08333) 47 42	Allgäuer Bauernsalami, Hausmacherpresssack, Harzer Zungenblutwurst, Schwarzwurst, Hausmacherleberwurst
Metzgerei Brunner Holzhamer Str. 17 · 83128 Halfing Tel. (08055) 90 30 84	Lohnschlachtungen	Metzgerei Preußner Dr.-Enders-Str. 1 · 95030 Hof Tel. (09281) 70 98	Fleisch und Wurstprodukte
Metzger-Innung Dingolfing-Landau Kreuzstr. 12 · 84130 Dingolfing Tel. (08731) 735 75	Wurst	Metzgerei Rottenwallner Schießstattstr. 4 · 83646 Bad Tölz Tel. (08041) 60 61	Fleisch- und Wurstprodukte, Spezialitäten: Tölzer Bauernschinken, Bergschinken Toellentze
Landmetzgerei Gassner Wasserburger Str. 2 · 83556 Griesstätt Tel. (08636) 58 10	Fleisch und Wurstprodukte	Metzgerei Schiller Ringstr. 1 · 94234 Viechtach Tel. (09942) 83 06	Fleisch
Metzgerei Hartmann Seeäckerstr. 6a · 91233 Neunkirchen/Sand Tel. (09123) 99 95 19-0	fränkische Fleisch- und Wurstwaren, Konserven ohne Kühlung, Geschen- und Präsentkörbe auf Vorbestellung	Metzgerei Schuhbauer Bischof-Krautbauer-Str. 8 92436 Bruck i. d. Oberpfalz Tel. (09434) 6 83	Wurstspezialitäten, Bauernseufzer, Pfefferbeißer
Stadtmetzgerei Hoch Ludwig-Thoma-Sr. 25 · 95447 Bayreuth Tel. (0921) 560 67 39	19 Sorten Salami, Brühwurst, Kochwurst, roher Schinken, Rohpökelwaren, Fleisch- und Wurstwaren auf Anfrage	Metzgerei Schuster Marienbergstr. 5 · 87487 Wiggensbach Tel. (08370) 300	Hausgemachte, speziell italienische Salami, Kant- u. Edelsalami, Kaminwürzen, Allgäuer Landjäger, rohe Hausschinken, Chilibeißer
Metzgerei Kaffenberger Erbacher Str. 46 · 64395 Nieder-Kainsbach Tel. (06161) 23 00	eigene Schlachtung, Wurst- und Fleischwaren auf Anfrage	Metzgerei Ullrich Untere Waaggasse 6 · 91413 Neustadt Tel. (09161) 23 70	Fränkische Wurstwaren, Konserven
Metzgerei Kaindl Eichendorffstr. 2 · 86415 Mering Tel. (08233) 56 95	verschiedene scharfe Pfeffersalamis	Metzgerei Weber Johannisstr. 9 · 91207 Lauf Tel. (09123) 27 01	Fleisch- und Wurstwaren (auf Anfrage)
Metzgerei Kraus Strauer Str. 3 · 96317 Kronach Tel. (09261) 616 36	Kronacher Bierwürmer, (würzige hautfreie Salami im Knabberformat), Hochlandrinderzipfel	Metzgerei Wirth Hochsträßweg 1 · 88179 Oberreute Tel. (08387) 4 90	Schwarzgeräuchertes und Landjäger
Metzgerei Koch Bleicherstraße 49 · 88400 Biberach Tel. (07351) 47 49 40	Oberschwäbisch-regionale Fleisch- und Wurstspezialitäten aus eigener Schlachtung, verschiedene Brühwurst und -würstchen, sieben Kochschinken		
Metzgerei Koller Bad Oberdorfer Str. 22-24 87541 Bad Hindelang Tel. (08324) 20 79	z. B. Hirsch-, Gams- und Wildschwein-Salami naturgereift, Salami-Brezn, Bergwürzen, Wildschwein-Leberpastetchen im 110g-Glas, Gams-Wurzen u.v.m.		
Metzgerei und Imbiss Maisch Heinrich-Vogl-Str. 23-25 · 85560 Ebersberg Tel. (0 80 92) 2 23 70	Fleisch und Wurstprodukte		
Metzgerei Maischberger Angerstr. 1 · 86807 Buchloe Tel. (08241) 45 23	u. a. Allgäuer Kaminwürzen, Allgäuer Schüblinge, Allgäuer Rauchkochsalami, Allgäuerle (nach Art Brühpolnische)		
Metzgerei Makula Dornierstr. 2 · 82110 Germering Tel. (089) 80 08 45 21	Brühwurst, Kalbfleisch (auf Anfrage)		

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

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



GEWUSST WIE CATERING UND PARTYSERVICE

39€*

Sie wollen Ihr Geschäftsfeld um professionelle Caterings und Partyservice-Angebote erweitern? Dann holen Sie sich Tipps zu den Grundlagen 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 Caterings & 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 unsteuerert. Übersee zzgl. Versandkosten.

Kaugummi, Kaffee und Kondome aus dem Automaten sind Alltag. Aber auch der 24-Stunden-Service beim Fleischer um die Ecke boomt weiter. Nachfolgend berichten einige Vending-Pioniere aus Metzgereien über ihre Erfahrungen.

WURST STATT SCHOKO




Metzgermeister Steffen Schütze von der Metzgerei Hack in Freising (Bild s. 63) wagte den Sprung ins kalte Wasser bereits 2012. Er sammelte reichlich Erfahrungen mit seiner Schlemmerbox, die direkt am Eingang der Metzgerei postiert ist. „Es ist ein komplett neuer Kundenkreis und es sind meist junge Leute, die spontan einkaufen“, sagt er. Rund 25.000 € Brutto-Umsatz macht er jährlich mit dem Automaten von Wurlitzer, den Löwenanteil davon zwischen Mai und August. „Die Befüllung läuft wetterabhängig; bei schönem Wetter müssen wir oft zwei- bis dreimal am Tag nachladen.“ Besonders gut gehen in den Sommermonaten Grillwurst und -fleisch. Für die Kundschaft, die den Rund-um-die-Uhr-Service offenbar für spontane Grillpartys nutzt, bietet Steffen Schütze auch Kartoffelsalat und Getränke an. Mit dem Automaten hat er es zu einer kleinen Berühmtheit in der Domstadt gebracht: „Wenn ich beim Einkaufen unterwegs bin, kommt es immer wieder vor, dass mich Leute ansprechen und fragen: Du bist doch der mit dem Automaten, oder?“ Genutzt wird die Schlemmerbox vor allem in den Abendstunden und an den Wochenenden. Das bringt es mit sich, dass die Metzgerei einen Dienst unterhalten muss, der den Automaten außerhalb der üblichen Geschäftszeiten im Bedarfsfall nachfüllt. „Strahlender

Foto: Koch, Illustration: Lopez-Ruiz



Juniorchefin Katharina Koch. Die Automaten wurden gebraucht gekauft und die Ware darin wird zum gleichen Preis wie im Laden angeboten. Dabei sei vor allem der Servicegedanke entscheidend gewesen und nicht der Preis. Aufgrund der großen Resonanz ist auch hier die Suche nach neuen Standorten nicht abgeschlossen.

JUNGE ZIELGRUPPE

Auch der Metzgermeister Walter Bosch bestätigt die positiven Erfahrungen. Bei seiner Metzgerei in Herrenberg stellte er im Frühjahr 2014 einen Vending-Automaten von Wurlitzer auf. Seine Bilanz: „Gut, sogar sehr gut.“ In Sachen Sortiment ist der Schwabe auf einer Linie mit seinem Freisinger Berufskollegen: „Man muss sich der Jahreszeit anpassen. Im Sommer befüllen wir den Automaten hauptsächlich mit abgepackter Grillware, sprich Schweinehals und -bauch, Pute und Grillwürstl.“ Junge Leute sind auch bei dieser Metzgerei die überwiegende Vending-Klientel. „Da kommen Fahrradfahrer und Fremde vorbei und lassen sich ihr Grillfleisch heraus; eine ganz andere Kundschaft als im Laden.“ Begeistert ist Walter Bosch von der Flexibilität des Automaten: „Man kann die Fächer größer und kleiner machen,

Sonnenschein bedeutet Arbeit für uns“, lautet die Erfolgsformel. Fast nur Gutes berichtet Steffen Schütze über die Zuverlässigkeit seines Extraservice.

Im dritten Jahr sind auch die Verkaufsautomaten der Landfleischerei Henry Koch im Einsatz. Sie stehen vor dem Geschäft in Calden, am Gleis 3 im ICE-Bahnhof Kassel-Wilhelmshöhe, an einer Tankstelle in Immenhausen sowie an einem Kiosk neben der Goethe-Anlage in Kassel. Auch diese Metzgerei wollte dem Bedürfnis der Kunden nach längeren Öffnungszeiten nachkommen und es hat sich gelohnt. „Unsere Kunden kommen aus einem Umkreis von bis zu 100 km. Da kam es bereits vor, dass die Ladentüre schon mal zu war. Die Automaten schließen diese Lücke. Die meisten Kunden äußern sich sehr positiv“, erklärt

Hier stehen Automaten

Online unter www.grillfleischautomaten.de gibt es eine Übersicht über die Anbieter von Grillfleischautomaten in Deutschland. Die meisten davon stehen laut dieser Liste in Nordrhein-Westfalen (15), gefolgt von Bayern (13) und Niedersachsen (8). Auf der Website sind Betreiber gelistet, die ihre Automaten von den Herstellern bzw. Vertriebsunternehmen Wurlitzer-Verkaufsautomat, SchlemmerBox, Regiomat Gilde Edition, Milch Concept Automaten, Engel Verpflegungs-Automaten oder Stüwer Spezialautomaten Regiomat bezogen haben. Vermarktet werden die Verkaufsautomaten unter verschiedenen Bezeichnungen wie Wurst-0-mat oder Regiomat. www.grillfleischautomaten.de

Foto: Metzgerei Hack

Professionelle Spültechnik für den Meister



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



www.meiko.de

je nachdem, welche Ware verkauft werden soll. Man muss kein Experte sein, um ihn zu bedienen.“ Seit Anfang 2014 ist ein Vendingautomat von Gilde Regiomat bei der Metzgerei Huber in Ingolstadt im Einsatz. „Wir wollten etwas Neues bieten und uns mit ständiger Verfügbarkeit gegen Trends bei den Discountern und in der Industrie

stellen“, berichtet Metzgermeister Richard Huber jun. von den Gründen für den Einstieg. Zu Sortiment und Preisgestaltung machte er sich im Vorfeld Gedanken. Herausgekommen sind ein Sommer-, Übergangs- und Wintersortiment sowie Preise, die fast identisch mit den Ladenpreisen sind. In der warmen Jahreszeit überwiegen auch hier

Grillwurst und -fleisch in Variationen. Im Winter befüllt Walter Huber den Automaten eher mit deftiger Ware, z. B. Räucherfleisch. Im Sommer läuft er auch bei ihm auf Hochtour, während er im Winter eher ein Mauerblümchendasein fristet. „Der Automatenumsatz wird uns nicht geschenkt. Das Verpacken, Auf- und Nachfüllen ist schon ein

Stück Arbeit und wenn es regnet, bleibt etwas übrig.“ Ob er Vending anderen Metzgereien empfehlen kann? „Es kommt darauf an“, überlegt Walter Huber. „Es ist ein sehr individuelles Geschäft, das bei uns funktioniert, denn unsere Metzgerei liegt am Ingolstädter Hauptbahnhof, einer Toplage, die täglich rund 30.000 Autos passieren.“ *chb/mth*

WAS IST WIRKLICH WICHTIG?

Das Geschäft mit Verpflegungssautomaten (Vending) ist für viele Fleischereien zu einer lukrativen Einnahmequelle geworden. Trotzdem ist dabei einiges zu beachten, vor allem hinsichtlich der Temperatur sowie der Etikettierung der eingebrachten Waren rät der Fleischerverband Bayern.

Temperatur

Die Kontrolle der Ware ist ein Muss. Daher sind die Temperaturen des Verpflegungsautomaten regelmäßig zu kontrollieren und zu dokumentieren. Für Frischfleisch, Fleischerzeugnisse und Fleischzubereitungen dürfen max. +7°C, für Geflügel max. +4°C nicht überschritten werden. Im Vorfeld ist es ratsam mit dem Automatenaufsteller/-hersteller zu klären sowie vertraglich zu vereinbaren, dass das Gerät die o. g. Werte tatsächlich erreicht und die Ware gekühlt abgeben kann. Bei um 40°C ist ein Verkauf aus Automaten gründlich zu überlegen.

Kennzeichnung

Produkte aus Verkaufsautomaten sind wie Fertigpackungen im SB-Bereich zu behandeln. Fertigpackungen in Verkaufsautomaten sollten folgende Elemente enthalten:

- Verkehrsbezeichnung
- MHD oder Verbrauchsdatum inkl. Temperaturangabe
- Zutaten (inkl. QUID)
- Losnummer
- Gewicht
- Stückpreis
- Hersteller inkl. Adresse

Waren aus dem Automaten sind egalisiert, d. h. sie weisen ein gleiches Gewicht auf. Nur der Stückpreis, und nicht der Grundpreis, sind anzugeben. Die Ausnahme zur Angabe des Stückpreises regelt § 9 Abs. 4 Nr. 5 der Preisangabenverordnung (PAngV). Waren, die in Getränke- und Verpflegungsautomaten angeboten werden, sind von der Grundpreisangabe ausgenommen. Verpflegungsautomaten können bei ein und demselben Produkt nicht das jeweilige Einzelgewicht erfassen und so den Verkaufspreis unterscheiden. Aufgrund der Stückpreisangabe ist der Kauf für den Kunden vereinfacht. Jeder Verkaufsautomat muss eine Preisliste mit den jeweiligen Produkten enthalten. Die Preisangabe auf dem Etikett des Produkts allein genügt

nicht. Eine Alternative ist ein Preisschild direkt an der Ware bzw. am Warengestell, z. B. „Produkt Nr. 4 – 3 €“.

Aufgrund der Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) ist auch die Kennzeichnung von Allergenen ein Thema: Diese sollten im Zutatentext deklariert und optisch hervorgehoben sein. Eine am Automaten angebrachte Liste mit den Zutaten und Allergenen der jeweiligen Produkte reicht nicht aus. Das Etikett eines Produkts im Automaten muss von außen gut lesbar sein.

Herkunftskennzeichnung

Neben der Rindfleischetikettierung sind seit dem 1. April 2015 Schwein, Schaf, Ziege und Geflügel mit der Herkunft zu kennzeichnen. Diese Bestimmung der LMIV gilt nur für verpacktes, unverarbeitetes Fleisch, das in den Angebotszuständen „frisch, gekühlt, gefroren“ abgegeben wird. Falls ein Betrieb frische, verpackte Hähnchenbrust im Automat verkaufen möchte, sind Aufzucht- und Schlachtort sowie Partienummer zu etikettieren. Die Herkunft ist weder bei Fleischerzeugnissen, verarbeitetem Fleisch, noch bei sogenannten Fleischzubereitungen (mariniertes Fleisch) zu kennzeichnen.



MEISTERLICHES RUND UM DIE UHR

Das Fernsehen war schon da, die Zeitung auch. Und alles nur, weil Metzgermeister Michael Lust vor seinem Geschäft in Gaggenau-Michelbach im Landkreis Rastatt einen Wurstwaren-Automaten aufgestellt hat.

Der Automat soll ihm zusätzliche Umsätze beschermen und seine Kunden rund um die Uhr mit Aufschnitt, Grillwürsten sowie den selbstgemachten Fleischgerichten im Glas nach den Rezepten von Dr. Oetker Professional versorgen.

Im Juli 2001 eröffneten die Metzgermeister Michael Lust (37) und sein Vater Leo den Ver-



kaufsraum vor ihrem Wohnhaus. Anfangs als reiner Familienbetrieb ausgelegt, sind dort nun sechs Verkäuferinnen beschäftigt. In der Produktion arbeiten Leo und Michael Lust sowie ein Auszubildender. Die gute Qualität ihrer Wurstwaren hat sich herumgesprochen, auch wenn Michael Lust betont, „vom Dorf allein“ nicht leben zu können. Dafür hat er in den letzten Jahren viel Neues ausprobiert, um zusätzliche Kunden zu gewinnen. Er ist davon überzeugt, dass man immer am Ball bleiben und auch mal ein Risiko eingehen muss, um wirtschaftlich zu überleben und nicht im Abseits zu landen. Neben dem klassischen Metzgersortiment schätzen seine Kunden

vor allem Hausmacherwurst und seine Käseknacker. „Montagsmorgens um 2 Uhr holen wir das frische Fleisch vom Schlachthof ab. Wir sind einer der wenigen Betriebe im Umkreis, die ihre Hausmacher mit schlachtfischem Fleisch herstellen. Das schätzen die Kunden“, betont er. Neben seinem Betrieb beliefert er auch das nebenan gelegene Gasthaus „Zum Engel“, das sein Bruder Andreas führt und der die Produktion in der Metzgerei als gelernter Fleischer zusätzlich unterstützt.

Ebenso versorgt die Metzgerei umliegende Bäckereien mit abgepackten Wurstwaren und betreibt einen Partyservice. Das Angebot dort sei „rustikal-bodenständig“, wie er sagt, klassische Sachen wie Rollbraten, Gulasch oder Schweinshaxe. Einen Mittagstisch gibt es nicht.

WERTSCHÖPFUNG GESTEIGERT

Michael Lust setzt auf Qualität, vernünftige Preise und Werbung, etwa in Form eines Kundennewsletters oder in sozialen Netzwerken. Dazu kommt seit wenigen Monaten der Wurstwarenautomat, der etwa 12.000 € gekostet hat. Gut investiertes Geld, findet er. Die 33 Fächer sind mit Schnitzel, Dosenwurst oder auch mal mit einem Last-Minute-Guttschein gefüllt. „Wir haben einiges ausprobiert, bis wir wussten, was unsere Kunden wollen“, berichtet er. Saisonartikel oder Klassiker wie Fleischsalat seien der Renner – und Grillwürste.



„Sie glauben gar nicht, wie viele davon dank des guten Wetters an Weihnachten gezogen wurden.“ Dazu kommen künftig die Fleischgerichte im Glas. Diese stellt er im Konvektomaten selbst her. Das sind z. B. ausgefallene Produkte wie Saure Kutteln und Nieren, Ochsenbäckchen oder Tafelspitz mit Meerrettich – alles das, was kaum noch jemand selbst zubereitet. Die Etiketten entwirft der Metzgermeister selbst. Wegen der Kennzeichnungspflicht möchte er einen QR-Code darauf anbringen und die nötigen Angaben auf der Homepage hinterlegen. Das Gläser-Konzept bietet dem Metzger noch einen weiteren Vorteil: Er kann das übrig gebliebene Fleisch nach Feiertagen oder einem Wochenende sinnvoll verwerten. „Das ist gut für die Wertschöpfung“, resümiert er. www.fleischerei-lust.de, www.oetker-professional.de



JETZT AN MORGEN DENKEN

Viele Vorteile für Arbeitgeber und Arbeitnehmer bietet die „FleischerRente Bayern“, die der Münchener Verein als Partner des bayerischen Fleischerhandwerks im Rahmen einer betrieblichen Direktversicherung anbietet.

Die Grundlage dafür ist der „Tarifvertrag Altersvorsorge“. Ausführlich vorgestellt wurde diese attraktive Vorsorgemöglichkeit bereits an vielen Veranstaltungen im Fleischerhandwerk – auch auf der Innungsebene. Schon mehrfach informierten der Vorstandsbevollmächtigte Geschäftsbereich Handwerk, Peter Umkehr, und Klaus Himmel, Leiter Produktmanagement, über die Vorteile dieser Leistung.

VORTEILE: ARBEITNEHMER

Der Arbeitgeber unterstützt die Vorsorge mit monatlich 50 € zusätzlich zum Gehalt. Dieser Betrag gilt für Vollzeitbeschäftigte. Für Teilzeitbeschäftigte unterstützt der Arbeitgeber an-

teilig, und Auszubildende erhalten pro Monat 25 €. Zusätzlich zum Arbeitgeberanteil kann der Arbeitnehmer seine betriebliche Altersversorgung noch durch eigene Zuzahlungen

Nutzen Sie die Möglichkeit für eine unverbindliche Beratung durch einen Experten vom Münchener Verein, einem langjährigen Partner des Fleischerhandwerks.

Kontakt: Münchener Verein,
Pettenkoflerstraße 19,
80336 München,
Tel. 089/51 52 1000
info@muenchener-verein.de

aufstocken und auf diese Weise die Betriebsrente deutlich erhöhen. Da der Beitragsanteil des Arbeitnehmers für die Fleischerrente bei dieser Entgeltumwandlung direkt vom Bruttolohn abgezogen wird, fallen dafür auch keine Steuer- und Sozialversicherungsbeiträge an. Das Musterbeispiel rechts oben zeigt die Ersparnis in konkreten Zahlen. Für den dargestellten Monatsbeitrag von 170 € kann ein 30-jähriger Arbeitnehmer mit Rentenbeginn mit 67 Jahren mit einer Betriebsrente von etwa 420 € monatlich inklusive Überschussanteile rechnen. Die „FleischerRente Bayern“ wird garantiert und lebenslang gezahlt. Bei Fälligkeit der Rente kann der Arbeitnehmer dann frei entscheiden, ob er anstelle der monat-

lichen Rente das Kapital als Einmalbetrag oder aufgeteilt in 30 % Einmalleistung und den Rest als lebenslange Monatsrente ausbezahlt haben möchte. Als kostenloser Familienschutz wird beim Tod des Arbeitnehmers vor Rentenbeginn wahlweise eine Rente oder eine Kapitalabfindung an die Hinterbliebenen ausbezahlt. Wird bei dem Tod des Arbeitnehmers die Betriebsrente bereits bezogen, wird diese für die vertraglich vereinbarte Rentengarantiezeit weiter ausgezahlt. Nachfolgende weitere Vorteile der „FleischerRente Bayern“ im Überblick:

- ▶ Freie Entscheidung, wann der Vertrag fällig wird. Ab einem Alter von 62 Jahren kann jederzeit darauf zugegriffen werden.
- ▶ Der Vertrag gehört dem Arbeitnehmer. Bei einem Wechsel des Arbeitgebers kann der Vertrag einfach mitgenommen werden.
- ▶ Die Monatsbeiträge können jederzeit erhöht oder gesenkt werden.
- ▶ Mit dem RentenSchutzbrief kann bei Berufsunfähigkeit die Fortsetzung der Beitragszahlung abgesichert werden.
- ▶ Mit der zusätzlich vereinbarten PflegeOption verdoppelt sich die Rente im Pflegefall.

Die „FleischerRente Bayern“ ist ein attraktives Vorsorgeinstrument, das sich flexibel den sich ändernden beruflichen und persönlichen Rahmenbedingungen anpasst. Die Leistung ist garantiert, die Gestaltung sehr flexibel.

Aus 51,98 Euro werden 170 Euro für die Altersversorgung!

Beitragsbeispiel	Ohne betriebliche Altersversorgung	FleischerRente Bayern	FleischerRente Bayern + Entgeltumwandlung
Brutto-Monateinkommen	2.500,00 Euro	2.500,00 Euro	2.500,00 Euro
+ Arbeitgeberleistung		50,00 Euro	50,00 Euro
- Entgeltumwandlung			100,00 Euro
+ 20 % Arbeitgeberzuschuss zur Entgeltumwandlung			20,00 Euro
Zu versteuerndes Einkommen	2.500,00 Euro	2.500,00 Euro	2.400,00 Euro
Für meine Altersversorgung		50,00 Euro	170,00 Euro
Nettoeinkommen monatlich	1.627,69 Euro	1.627,69 Euro	1.575,71 Euro

Annahmen: Jahr 2016; Lohnsteuerklasse 1, kirchensteuerpflichtig, gesetzlich

Fazit: Kein Cent weniger Gehalt, aber 50 Euro Beitrag für Ihre Altersversorgung. Oder mit nur 51,98 Euro eigenem Aufwand und 50 Euro Arbeitgeberleistung erhalten Sie 170 Euro für Ihre Altersversorgung.

VORTEILE: ARBEITGEBER

Arbeitgeber zeigen mit dem finanziellen Anteil für die „FleischerRente Bayern“ ihr soziales Engagement für ihre Mitarbeiter. Eine betriebliche Altersversorgung steht bei den finanziellen Anreizen an vorderer Stelle und ist somit ein ideales Instrument, um Mitarbeiter an den Betrieb zu binden. Der Münchener Verein als Partner übernimmt nahezu die komplette Information und Abwicklung dieser betrieblichen Altersversorgung beim Arbeitgeber. Als

bisher einziges Versicherungsunternehmen bietet der Münchener Verein einen zertifizierten Beratungsprozess in der betrieblichen Altersversorgung.

Fazit: Die „FleischerRente Bayern“ schafft sowohl für den Arbeitgeber als auch den Arbeitnehmer eine Situation, von der beide Seiten profitieren. Damit die Rente nicht nur sicher, sondern auch in der Höhe ausreichend ist, schafft die FleischerRente Bayern ideale Voraussetzungen. www.muenchener-verein.de

Tabelle: Münchener Verein Versicherungsgruppe

Achtung Allergene

Alles Wissenswerte rund um das Allergenmanagement

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)

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG • Ridlerstr. 37 • 80339 München • muc@blmedien.de • www.gastroinfoportal.de

Gleich bestellen!





Rauchiger Hauch von Westen

Neu im MarinierSoft-Sortiment von Hagesüd ist die rot-transparente Marinade Kansas. Die Kombination aus scharfem Pfeffer, fruchtiger Paprika und mediterranem Basilikum, wird durch eine leicht rauchige Note abgerundet und lässt sich durch ihre Viskosität gleichmäßig auftragen. Danach ist die Fleischstruktur des Marinierguts gut erkennbar. Sie eignet sich für Grillgerichte wie Steaks und Spieße vom Schwein oder Geflügel, passt aber auch zu Gemüse, Kartoffeln, Käse, Pfannengerichten, Ragouts oder Geschmaltzeln. Das Unternehmen empfiehlt eine Zugabe von 40-50 g/kg. Sie ist deklarationsfreundlich und enthält kein zugesetztes Glutamat. www.hagesued.de

Abgesenkt laden

Mit der Einführung der Coolly®- und der Runner®-Baureihe vereinte Kiesling Fahrzeugbau die Vorteile von Kühlkastenwagen und Kühlkofferaufbauten: Dank eines speziellen Chassis wird der Laderaum um bis zu 30 cm abgesenkt. So entsteht eine komfortable Ladehöhe. Trotz der Radkästen passen Patent ange-Laderaum. Die Radkästen sind so platziert, dass sie sich optimal in ein Eurokisten-Beladungsschema integrieren lassen. Mit dem Easy Load System® werden die Kästen bei Bedarf überbaut. Eurokisten können so darüber aufgestapelt werden. Das alles führt zu besserer Straßenlage, senkt den Kraftstoffverbrauch dank geringerer Gesamthöhe und vereinfacht das Laden. www.kiesling.de



Euro-Kisten, aufgrund des zum meldeten Radkastensystems, in den Radkästen sind so platziert, dass sie sich optimal in ein Eurokisten-Beladungsschema integrieren lassen. Mit dem Easy Load System® werden die Kästen bei Bedarf überbaut. Eurokisten können so darüber aufgestapelt werden. Das alles führt zu besserer Straßenlage, senkt den Kraftstoffverbrauch dank geringerer Gesamthöhe und vereinfacht das Laden. www.kiesling.de



Flexibel clippen

Der Doppel-Clip-Halbautomat SK4-90 von Lorenzo Barroso im Vertrieb von Clip-XL wird mit Druckluft angetrieben. Er kann mechanisch und elektrisch mit einem Füller verbunden werden. Das Oberteil ist schwenkbar, sodass das Füllrohr sichtbar ist und ein neuer Darm eingelegt werden kann. Dieser wird durch einen Bremsring gezogen. Der erste Clip schließt durch das Herunterdrücken des Rafferhebels. Alle weiteren Portionen werden automatisch durch den Füller geführt, sobald sich dieser Hebel wieder in oberster Position befindet. Der Clipdruck ist manuell einstellbar. Das pneumatische Standardmesser kann nach Bedarf für die Wurst- oder Kettenportionierung aktiviert werden. www.clip-xl.de

Sammeln und gewinnen

Homann Foodservice lockt seine Kunden mit einem Angebot: Bis 31. Juli 2016 können Codes der 4-l-Salatdressing-Eimer auf der Webseite eingegeben werden. Die Anwender bekommen dann eine 1-l-Karaffe als Mix- oder Vorratsbehälter zugeschickt. Die Dressings gibt es in den Sorten Balsamico, French, Honig-Senf, Joghurt, Sylter Genuss und Thousand Island. Sie haften laut Unternehmen an Blattsalaten aller Art und eignen sich aber auch für weitere Einsatzmöglichkeiten. Vier der Sorten gibt es auch in einer 875-ml-Tube. www.homann-foodservice.de



UNTERNEHMEN IM NETZ

clippy GmbH www.clippy.de

CLIPPY® Classic · CLIPPY® Stabil · CLIPPY® Country

Kunststoff-Bodenrost-OBGM mit Clipverbindung, der ideale Bodenbelag für:

- Camping
- Hobby
- Freizeit
- Ausstellung
- Büros
- Messe
- Industrie

Clippy hat viele herausragende Eigenschaften:

- Format ca. 900 x 500 x 25 mm
- fußwarm und fußbocken
- rutschhemmend
- druckfest
- einwandfreier Wasserablauf
- hygienisch und elastisch
- verhindert Ermüdungserscheinungen
- leicht verlegt- und wiederaufnehmbar
- Zuschnitt auf jeden Zwischenmaß möglich

Modular und praxisnah

Ergonomisches Arbeiten, keine schmutzanfälligen Ritzen und offene PC-Technologie kennzeichnen die Touchscreen-Waagenfamilie Fresh Way von Mettler Toledo. Eher klassisch gehalten, passt das Modell FreshWay T in unterschiedliche Verkaufsumgebungen – ob Servicetheke, Vorverpackung oder Heiße Theke. Die modulare konzipierte Variante FreshWay V bietet einen großen Spielraum für eine individuelle und serviceoptimierte Thekengestaltung. Touchscreen-Bedienerdisplay, Kundenbildschirm, Druckereinheit und Wägeplatte sind einzeln frei platzierbar. Die Wägeplatte benötigt keine Aussparungen im Thekenmöbel. Seitlich drehbare Kundendisplays in LED-Backlight-Technologie sorgen für eine gute Sicht- und Lesbarkeit. www.mt.com/freshway





Räuchern im Dämpfer

Das Räuchermodul Retigo Vision Smoker, mit dessen Hilfe ein Räuchern im Kombidämpfer möglich ist, ergänzt das Produktportfolio von Retigo. Der Smoker ist in allen Kombidämpfern und DeliMaster-Modellen des Unternehmens einsetzbar. Er besteht aus einer Kammer, in die das Räuchermaterial (Holzchips) eingefüllt wird sowie einem Netzteil mit Bedienfeld, das außen am Gerät angebracht wird. Drei verschiedene Räucherprogramme, darunter Kalt-, Warm- und Heißräuchern, können über das Bedienfeld angewählt werden. So ist auch eine Kontrolle der Rauchintensität möglich. Ein Räuchervorgang von bis zu sieben Stunden ermöglicht die Raucherzeugung mittels zweier Heizsektionen, die zeitversetzt und per Mikroprozessor werden. www.retigo.de

Antipasti für den Anpiff

„Der Ball ist rund und ein Spiel dauert 90 Minuten“: Zum Anpiff der Fußball-Europameisterschaft in Frankreich serviert Grossmann Feinkost unter der Antipasti-Marke L'Aubergine eine Kombination von roter Peppadew, goldgelbem Minikürbis und schwarzer Olive, die mit cremigem Frischkäse gefüllt sind. Der Feinkostspezialist bietet diese drei feinen



Köstlichkeiten einzeln sowie GN-verpackt zu je 1,5 kg an (Abtropfgewicht: 1 kg). www.grossmann-feinkost.de

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

WÖRMANN
world of trailers

* Für alle Einsatzbereiche

- Beratung
- Bedarfsanalyse
- individueller Ausbau
- An- und Verkauf
- Service und Reparatur
- Finanzierung & Leasing
- Anhängervermietung rentway

Viele günstige Gebrauchtfahrzeuge



Verkaufsanhänger



Kühlanhänger



Viehanhänger

WÖRMANN GmbH Öffnungszeiten: www.woermann.eu
 Torstraße 29 Mo-Fr 9.00 - 18.00 h
 85241 Hebertshausen b. Dachau Sa 9.00 - 14.00 h **0 81 31 / 29 27 80**

Prozesse überwachen

Für die Umsetzung der LMIV-Vorgaben führt Bizerba das Auszeichnungsgerät XC 300. Es arbeitet mit allen gängigen Papierarten.

Anwender nutzen 3"-Rollen (Papierbreite: bis 80 mm) und können im Etiketten- oder Linerless-Betrieb arbeiten. Mit der Software RetailPowerScale wird aus einer PC-Waage ein Multifunktionsgerät, mit dem Betriebe alle Waagen im Filialnetz automatisiert installieren, überwachen und warten können. Zudem lassen sich mit der



RetailApp ShelfTag Thekenschilder direkt über die Waage auf dem externen Kartendrucker drucken. www.bizerba.com

Abwechslung auf dem Grill

Die neuen Würzöle naturell Algarve und España mit Meersalz des Hela Gewürzwerks Hermann Laue ermöglichen Würzen und Marinieren in einem Arbeitsgang. Die orange-rot „portugiesische“ Variante passt zu hellem Fleisch und schmeckt würzig nach Tomaten und Limette. Die zweite Sorte verleiht Fleisch eine rot-braune Farbe und einen kräftigen Geschmack mit exotischer Fruchtnote.

Ebenfalls neu sind die Hela Grillmarinade Wirtshaus Bier ProFit sowie das Bratwurstgewürz Hela Traditionelle Bratwurst ProFit. www.hela.eu



135 JAHRE

Seeger

1881 - 2016

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

DVG-gelistet



Export SR 20 Desinfektions-Schaumreiniger



Renti V Desinfektions-Reiniger



Export 405 Hand- & Händedesinfektionsmittel

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

FleischNet.de

Online-Magazin rund um Fleisch und Wurst
Wir liefern IHNEN Inhalte, die SIE brauchen.

Autoklaven

KORIMAT
Kessel + Autoklav
– von 120 bis 5.000 Liter
Kesselinhalt
– mit Mikroprozessorsteuerung
– geprüft nach Druckgeräterichtlinie
– 97/23/EG, CE-Zertifikat
KORIMAT Metallwarenfabrik GmbH
Zum Neuland 12, 35708 Haiger-Weidelsbach
Tel. 0 27 74/92 39 93, Fax 0 27 74/9 23 01 91
www.korimat.de, info@korimat.de

www.krenn-autoklaven.de
Tel.: +49 (0)7264 206263

Halle 8.0 | Stand F95
IFFFA
07. – 12.05.2016
Autoklaven • Kessel • Anlagen
VOSSCHOTT
www.vos-schott.com

Ihr Einsatz ist unbezahlbar.
Deshalb braucht sie Ihre Spende.
www.seenotretter.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.
www.boyensbackservice.de

Cliptechnik

beck CLIPSYSTEMS
www.beck-clips.com
Raimund Beck KG
Raimund-Beck-Straße 1
5270 Mauerkirchen | Österreich
Tel. +43 (0)7724 / 2111-0
Fax +43 (0)7724 / 2111-20
sales@beck-clips.com

Darmaufziehergeräte

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
Geniner Str. 249 · D-23501 Lübeck · Germany
Tel.+49/451-53020 · Fax +49/451-5302492
separation@baader.com · www.baader.com

Fleischbearbeitung

Fleisch Mastern®
statt Klopfen!
D-84335 Mitterskirchen
Telefon +49 (0) 8725 9674-30
info@schnitzelmaster.de
www.schnitzelmaster.de

Fleischereimaschinen

K+G WEITER
WÖLFE · KUTTER MISCHER
Tel. +49 (0) 64 61 / 98 40 - 0
info@kgwetter.de · www.kgwetter.de
LASKA
KUTTER · MISCHMASCHINEN
WÖLFE · PRODUKTIONSLINIEN
GEFRIERFLEISCHSCHNEIDER
FEINSTZERKLEINERER
T (DE) 0171 31 383 07
T (A) +43 7228 606-0
F (A) +43 7228 606-400
www.laska.at · laska@laska.at

Unvergessen bleibt ...
ein Lied, eine Feier,
eine gute Tat.
Unterstützen Sie uns mit einer Spendenaktion:
0800 / 200 400 1
Alzheimer Forschung Initiative e.V.
www.alzheimer-forschung.de

▲ Füllen
▲ Küttern
▲ Wolfen
dueker REX
FLEISCHEREIMASCHINEN
Telefon: +49 (0)60 93 99 32-190
Mail: info@dueker-rex.de
Internet: www.dueker-rex.de

Fußbodensanierung

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

gastroinfo portal
www.gastroinfoportal.de

Geräteausstattung

www.superverkauft.de

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

Gewürze

Beck
Gewürze und Additive
Gewürzmischungen
Pökelpräparate
Funktions- und Zusatzstoffe
Starterkulturen
Grill- und SoftFix Marinaden
Bio-Produkte
beck-gewuerze.de
91220 Schnaittach · Tel. + 49 9153 9229-0

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

Hygienetechnik

WALTER
cleaningsystems

- **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

Kühltheken

HAGOLA®

THEKENTECHNIK
für Metzgereien

- verschiedene Kältesysteme
- Produktion der akf-Kühltheken



www.hagola.de

HAGOLA
Gastronomie-Technik GmbH & Co. KG
Hagolastraße 2 | 49424 Goldenstedt
Tel.: 04444 201-0 | info@hagola.de

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

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

Messer für Lebensmittelverarbeitungsanlagen

ASTOR
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 | Entschwartzungsklingen | Gefriergutschneider
Slicermesser | Kreismesser | Steakermesser | Injektormadeln
Schneidwerkzeuge für Großwölfe | Messer mit Verzahnungen

Die ganze Welt des Würzens

HAGESÜD

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 AICL Group

info@autotherm.de

AUTOTHERM
Klima- und Räucher-
technik

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

www.kaeseweb.de

KAESEWEB.DE
immer ein Genuss!

Kochkammern und -schränke

info@autotherm.de

AUTOTHERM
Klima- und Räucher-
technik

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

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 **LANDIG**

www.FleischNet.de

Kunstdärme

HansSchütt

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



Gütezusätze

VAN HEES
We know how!

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

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



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

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

gastroinfo
portal
www.gastroinfoportal.de

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

www.FleischNet.de

Schlachthofeinrichtungen

Rohrbahnanlagen Schlachttechnik
Stefan Ochs
36381 Schlüchtern-Hutten
Tel.: 0 66 61/69 73, Hy: 01 72/8 03 21 61
www.stefan-ochs.de

RENNER
Systems for the red meat industry
Fachsenfelder Straße 33
D-73453 Abtsgmünd
Telefon 073 66/92096-0
Telefax 073 66/92096-99
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

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

Aktion Deutschland Hilft
Bündnis deutscher Hilfsorganisationen



Vakuumverpackung

lava Professionelle Vakuumpackung
Produkte jeder Größe vakuumieren & bis zu 3 Schweißnähte möglich
Sonderaktion online!
ab EUR **259,-** Frei Haus!
Valentinstr. 35-1 · 88348 Bad Saulgau
Telefon 0 75 81-48 959-0
www.la-va.com

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
aprocon
Warenwirtschaft mit System
Im Vertrieb der
SYNER.CON
DIE SYSTEMLÖSER
☎ 0441/93925787 · aprocon.de



Impressum 5. 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
(089) 370 60-0
(089) 370 60-111
Internet: www.blmedien.de
E-Mail: muc@blmedien.de

Verlagsleitung München:

Annemarie Heinrichsdobler (089) 370 60-100
Paula Pommer (Stv.) -110
Frank Wunderlich (Stv.) -101

Redaktion:

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

Ständige Autoren:

Heike Sievers, Astrid Schmitt, Alexandra Höß

Anzeigen:

Paula Pommer (verantwortlich) -110
Gerhard Burchardt -205
Fritz Fischbacher -230
Rosi Höger -210
Sebastian Lindner -215
Rocco Mischok -220
Bernd Moeser -200

Gültige Anzeigenpreisliste:

Nr. 19 vom 1.1.2016

Anzeigenabwicklung:

Stefanie Wagner -260
Felix Hesse -261

Layout:

Michael Kohler -255
Liane Rosch -258
Rita Wildenauer -254
Lifesens e.V.; Melina Lopez Ruiz

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 Mitgliedsbeitrags-
enthalten. Kündigungsfrist: Nur
schriftlich drei Monate vor Ende des
berechneten Bezugsjahres.

Anschrift aller Verantwortlichen:

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG,
Verlagsniederlassung München,
Ridlerstraße 37, D-80339 München

Repro und Druck:

Alpha-Teamdruck GmbH,
Haager Str. 9, 81671 München

Bankverbindung:

Commerzbank AG, Hilden
IBAN: DE 58 3004 0000 0652 2007 00
BIC: COBADEFFXXX
Gläubiger-ID: DE 13ZZZ00000326043
Für unaufgefordert eingesandte
Manuskripte übernimmt der Verlag
keine Gewähr. Namentlich gekennzeichnete
Beiträge geben nicht immer die
Meinung der Redaktion wieder. Nach-
druck und Übersetzung veröffentlichter
Beiträge dürfen, auch auszugsweise,
nur mit vorheriger Genehmigung des
Verlages erfolgen. Im Falle von Her-
stellungs- 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 Verbrei-
tung von Werbeträgern
angeschlossen.



JETZT Prämie sichern!

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



Zur Begrüßung erhalten Sie ein exklusives Geschenk:

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



30-€-Gutschein BestChoice

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



Besuchen
Sie uns auf der

IFFA
IN FRANKFURT
07.05. - 12.05.2016
HALLE 8.0 | STAND E80

und entdecken Sie die
Weltneuheit von
FESSMANN in Sachen
Räuchern!

Entdecken Sie die Weltneuheit.

**Die FESSMANN-Technologie die das Würstchen
beim Räuchern in den Mittelpunkt stellt.**

Räuchern Sie Ihr Würstchen so wie Ihr Kunde das
von Ihnen erwartet. Zarter Darm, guter Geschmack
und intensive Farbe. Kombinieren Sie Glimmrauch
mit Dampfrauch oder mit Reiberauch und das alles
mit dem System der FESSMANN-Ratio-Familie.

**FESSMANN**

Leading in Smoking Technologies

www.fessmann.de