

FH

FLEISCHER-HANDWERK

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

NUTZFAHRZEUGE

Fleischerei mobil

FLEISCHER MIT ERFOLG

**Bohnert Genusswerkstatt
Oberkirch**

GEWÜRZE

Zurück zur Natur





DER MOBILE HOCHDRUCKREINIGER

MC 40/100

KRAFTVOLL & ROBUST - IN NEUEM DESIGN



BIBKO® Umwelt- und Reinigungstechnik GmbH | Geschäftsbereich PLATZ®

Steinbeisstraße 1+2 | 71717 Beilstein | Telefon +49 7062 6793-30 | Telefax +49 7062 6793-59 | info@platz.eu | www.platz.eu



Marco Theimer
Chefredakteur

MISSION FLEISCH

Diese besondere Mission startete im Juni 2016 mit dem ersten Kurs zum Fleisch-Sommelier an der Fleischerschule Augsburg. Bis heute erfuhr dieses Weiterbildungsangebot eine, im Geheimen erhoffte, aber in dieser Form wohl kaum erwartete Nachfrage. Fast alle Kurse waren voll besetzt; es mussten sogar kurzfristig neue Termine umgesetzt werden. In den vergangenen beiden Jahren hat sich viel getan im Fleischerhandwerk. Wir erleben eine nie gekannte Dynamik der jungen Generation. Selbstbewusste Metzgermeister und -meisterinnen nehmen zu, entdecken ihren Beruf neu und erobern – wie im Fall der Fleisch-Sommeliers mehrfach passiert – die Medien landauf landab, was vor allem im lokalen Bereich nicht zu unterschätzen ist.

Eine regelrechte Initialzündung war der zweite Kurs zum Fleisch-Sommelier im Februar 2017.

Da wehte nämlich mit dem Verkaufs- und Motivationstrainer Sven Tholius – der „frischen Prise aus dem Norden“, wie er sich nun nennt, ein echter Sturm durch die Räume der Fleischerschule. Mit der ihm eigenen, positiv leicht verrückten Art polarisierte er, setzte kurzerhand ein Fotoshooting auf den „Lehrplan“ – nicht immer zum Wohlwollen der Augsburger Verantwortlichen – die Kursteilnehmer zogen mit. Aus dieser 24-köpfigen Gruppe kamen nicht nur Dozenten und Experten für weitere Kurse, sechs Fleisch-Sommeliers bilden zudem den Kern des elfköpfigen „Butcher Wolf Packs“, das Mitte März auf der World Butchers Challenge in Belfast um die Sieg kämpft. Das Team formierte sich im September 2017, bereitete sich in den vergangenen Wochen akribisch vor und ist seit seiner Gründung massiv auf allen Social-Media-Kanälen präsent – im Ge-

gensatz zur DFV-Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks, die im Oktober 2017 startete. Weiterbildung schafft Fleischkompetenz, ein Bewusstsein für Fleischqualität jenseits der Massentierhaltung zu schaffen und präsentiert den Kunden neue Fleischzuschnitte, die eine hohe Wertschöpfung mit sich bringen. Die „New Butcher“ sind authentisch, stehen gerne positiv im Mittelpunkt und wollen den Nachwuchs begeistern. Darauf hat das Fleischerhandwerk schon viel zu lange gewartet. Nun gibt es mehr als ein Licht am Ende des Tunnels. Drei weitere Augsburger Fleisch-Sommeliers stellen wir in dieser Ausgabe vor: den „Fleischpuristen“ Roman Hermle, den norddeutschen Bio-Fleischer Andreas Dreyman und den badischen Qualitätsverfechter Jochen Bohnert – und es werden noch lange nicht die letzten sein. Das Netzwerk wächst weiter!

Foto: Paul Bojba

Für die besten Feste!

Unentbehrlich für alle, die gerne Gäste verwöhnen wollen.



- Mehr als 300 Seiten mit Rezepten, Tipps, Ideen und Vorschlägen für Catering und Partyservice
- 270 Rezepte von einfach und schnell bis exotisch und ausgefallen
- Komplett in einem hochwertigen Ordner mit herausnehmbaren Innenseiten

138 €



- Über 600 Seiten Ideen, Anregungen und Vorschläge für außergewöhnliche Tischinszenierungen
- 16 Themen-Ideen für exklusive Events mit spezifischen Dekorationsvorschlägen auf großen Panorama-Aufklappseiten
- Zu jedem Thema drei eigens entwickelte Fünf-Gang-Menü-Vorschläge, die untereinander kombiniert werden können – bis hin zu exklusiven Buffets

149 €

Einfach ausfüllen und per Post oder Fax an: (02103) 204 204

Bestellung: _____ Exemplar(e) des Buches „Kleine Köstlichkeiten“ à 138 €* _____ 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 2/18

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



7

BRANCHENBLICK

Mission Fleisch 3
 Aktuelles aus der Branche 5
 World Butchers Challenge 7
 Live-Unterricht am Füller 8
 Homann Snack Star 2018..... 18

NACHWUCHS

Im Duo zum Sieg 10

BLÄTTER ZUR BERUFSKUNDE

Salz: Weißes Gold..... 11

INTERVIEW

Dr. Peter Stadelmann,
 Rational AG: Doppelt effizient 14

SERIE: MEIN BERUF

Vom Metzger zum Rockstar – Teil 4:
 Roman Hermle..... 15

MARKTFORSCHUNG

Regional statt global..... 16

GEWÜRZE

Zurück zur Natur 19

SPARGEL & CO.

Delikates(s) Duo 24

WURSTHÜLLEN

„Kleider machen Leute“ 38

SPÜLTECHNIK

Wartung statt warten 42

NUTZFAHRZEUGE

Fleischerei mobil 48

RUBRIKEN

Neu auf dem Markt 56
 Gesucht & gefunden..... 58
 Impressum 60

Titelbild:

Der Metzgermeister Jochen Bohnert
 in seinem neuen Laden in Oberkirch.
 Foto: Bohnert – Die Genusswerkstatt



8



15



34



38

FLEISCHER MIT ERFOLG

Oberkirch:
 Eine Genusswerkstatt
Jochen Bohnert.....30
 Bad Griesbach:
 Metzgerei ohne Laden
Anna Salzberger32
 Ahrensburg:
 Jedes Stück Fleisch
 ist premium
Andreas Drey mann34
 Michendorf:
 Küche ohne Kutter
Andrea Spehr36

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

Fotos: Christian Schrammer, Buchmann, Tobias Hipp/Digital Artist, Metzgerei Drey mann, Frutarom



Zentrag

5.000 € gespendet

Die Messe-Aktion der Zentrag eG auf der Süffa 2017 rund ums Thema „Einhorn“ folgte auch einer caritativen Absicht. Wer auf dem Messestand eines der diversen Einhorn-Produkte erwarb, z. B. pinke Einhorn-Bratwurst, konnte etwas für eine gute Sache tun. Aufgrund der großen Resonanz der Aktion beschloss der Vorstand, den kompletten Erlös an den Verein „Herzswünsche“ aus Münster zu spenden, der sich für schwer erkrankte Kinder und Jugendliche einsetzt. Die Gesamtsumme von 5.000 € wurde durch Beiträge der Mitarbeiter sowie der Zentrag auf den Endbetrag aufgestockt. www.zentrag.de

Schon bei Facebook geklickt?



auch auf
FACEBOOK!



Deutscher Fleischer-Verband

BBQ-Aktion für Innungen

Nach den positiven Erfahrungen der bisherigen Aktionen „Steaktage“, „Bratentage“ und „Wilde Wochen“ brachte der Deutsche Fleischer-Verband im Rahmen der Gemeinschaftswerbung 2018 eine neue Aktion für Innungen mit dem Titel „Barbecue – BBQ for you!“ auf den Weg. Komplett fertig ausgearbeitet, umfasst sie ein Werbemittelpaket mit einem Faltblatt, das in teilnehmenden Betrieben ausgelegt werden kann, Plakaten, Gewinnspielkarten, Rezepten und Zubereitungstipps. Je Innung gibt es einen Druckkostenzuschuss (200 €). Diese trägt die verbleibenden Kosten für den Druck, die ausgelobten Gewinne sowie Kosten rund um die Aktion vor Ort. www.fleischerhandwerk.de

Fleischerschule Augsburg

Fleisch-Sommelier Nr. 6

„Setzt das Wissen um und engagiert Euch für die Mission Fleisch“, unterstrich Werner Braun, Bayerns stv. Landesinnungsmeister und selbst Fleisch-Sommelier, bei der Übergabe der Zertifikate an die Teilnehmer des 6. Fleisch-Sommelier-Kurses. Nun gelte es, das erworbene Wissen und die Kontakte zu nutzen. Die hochwertigen Referenten und Kursteilnehmer seien ein perfektes Netzwerk, um das Thema Fleisch in der Öffentlichkeit noch wirksamer zu inszenieren. Dozenten wie Christoph Grabowski, Heiko Brath, Dirk Ludwig und Lucki Maurer bieten in diesem Kurs die Basis für einen Wissenszuwachs sowie den nötigen Mut, neue Wege zu beschreiten. Kursorganisator Stefan Ulbricht ehrte als Kursbeste Björn Lüdtkke, Philipp Kaiser und Fritz Kästel. www.fleischerschule.de



Moguntia

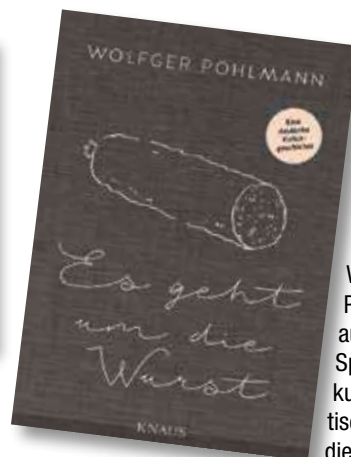
Aus der Praxis

Einige Kunden der Moguntia-Werke kamen vom 6. bis 8. Februar 2018 in den Genuss eines Premium-Seminars. Am ersten Tag stand die Herstellung von Kochpökelwaren, Brüh- und Halbdauer- sowie Rohwürsten im Fokus. Neben Tipps für die Praxis von Seminarleiter Alexander Thalhammer gab es viele Rezeptideen, die auch zur Verkostung bereit standen. Das Highlight des zweiten Tages bildete neben Ideen für die Snacktheke ein Vortrag des Ernährungswissenschaftlers Mag. Christian Putscher, der mit Ernährungsmythen aufräumte. Abgerundet wurde das Seminar durch das Ambiente des Seehotels in Niedernberg, das die Teilnehmer beim Eisstockschießen und Wintergrillen in der Blockhütte genießen konnten. www.moguntia.de

eppers

Kein Hefeextrakt mehr

Ab dem Frühjahr 2018 enthalten die Produkte des saarländischen Gewürzherstellers eppers kein mit Palmfett verkapseltes Salz sowie kein Hefeextrakt mehr. Hefeextrakt zählt zu den geschmacksverstärkenden Zutaten und löst bei vielen Verbrauchern Unsicherheit aus. Einige setzen es mit Glutamat gleich. Zudem setzt sich der Trend zu natürlicheren Produkten fort. Statt Hefeextrakt setzt der Hersteller auf den natürlichen Eigengeschmack hochwertiger Rohstoffe und die Kompositionen seiner Produktentwickler. www.eppers-gewuerze.de



Es geht um die Wurst

In diesem außergewöhnlichen Buch rückt der Kunsthistoriker und Wurst-Ethnologe Wolfger Pöhlmann dem Kunstwerk aus zerkleinertem Fleisch, Speck, Salz und Gewürzen kulturgeschichtlich, ästhetisch und geschmacklich auf die Pelle. Er besuchte Metzgereien in ganz Deutschland und schrieb seine Erlebnisse und Erkenntnisse auf, z. B. über Wurstzigarren, Männer- und Frauenwürste oder evangelische Bratwürste. *W. Pöhlmann: Es geht um die Wurst. München: Knaus Verlag, 464 Seiten, 26 €.*

MARKENSCHAUFENSTER

STILLER
VERSCHLIESS-TECHNIK
Telefon 07268 392

DV 800 **NEU**

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

WWW.STILLERGBH.DE

Fleisch Mastern® statt Klopfen!

D-84335 Mitterskirchen
Telefon +49 (0) 8725 9674-30
info@schnitzelmaster.de
www.schnitzelmaster.de

KRAMER
IDEEN BEWEGEN

www.kramer-freiburg.com

ASCA

ASCA AUTOKLAVEN

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

- sterilisieren
- pasteurisieren
- druckkochen

Tel.: 06052/9184402 • Fax: 06052/9278841
E-Mail auth@asca-consulting.com
www.asca-consulting.com
Bruchköbeler Landstr. 39 • 63452 Hanau

Beck Clip Systems Übernahme in Polen

Zum 1. Februar 2018 übernahm Beck Clip Systems den polnischen Maschinenproduzenten Maga. Damit erweitert das österreichische Unternehmen seine Kompetenz und das Portfolio im Bereich der Clip-Maschinen und wird zum Vollsortimenter.



Dieses reicht neben Alu-Clips vom manuellen Einzelclipper über vollautomatische Doppelclipper bis zur semi-automatischen Fleischpresse. Nach dem altersbedingten Ausscheiden von Maga-Inhaber und Gründer Włodzimierz Morawski übernimmt Piotr Pranczke die operative Geschäftsführung. Die Geräteproduktionsstätte in Kormorniki bleibt bestehen. Die Qualitätskontrolle der Produkte findet in Österreich statt. www.beck-clips.com



LIV des Fleischerhandwerks Mecklenburg-Vorpommern Verbandstag in Güstrow

Der diesjährige Verbandstag des Landesinnungsverbands des Fleischerhandwerks Mecklenburg-Vorpommern findet am 24./25. März 2018 im Hotel & Restaurant Kurhaus am Insee in Güstrow statt. Um 15 Uhr eröffnet LIM Hans-Christian Ockens den Verbandstag. Der erste Tag umfasst im Vortragsprogramm Präsentationen diverser Unternehmen: Bizerba SE/ Brunner Anliker (Salatzubereitung leicht gemacht), Rational Großküchentechnik/rogatec/Kahla/Thüringen Porzellan (Desserts im Partyservice in Szene setzen). Der Festabend ab 19.30 Uhr gibt die Chance zum intensiven Erfahrungsaustausch. Am Sonntag informiert web4business – Digitale Service Agentur über die Initiative Online Jobsuche (Azubis & Fachkräfte). Gero Jentzsch (Leiter Kommunikation und Pressesprecher, Deutscher Fleischer-Verband) stellt u. a. die Nachwuchskampagne vor. Danach berichtet DfV-Präsident Herbert Dohrmann über seine Arbeit. www.kreishandwerkerschaft-schwerin.de

Sasa

25 Jahre Partner

Die Sasa GmbH wurde im Januar 1993 gegründet und feiert daher in diesem Jahr ihren 25. Geburtstag. Mit biotechnologischen Fallensystemen zur Überwachung und Bekämpfung von Schadinsekten hat sich das Unternehmen im Laufe der Jahre zu einem zuverlässigen Partner für lebensmittelverarbeitende Betriebe entwickelt. Die Marke „Biofang“ ist branchenweit bekannt und hilft Fleischern, Bäckern, Konditoren und Gastronomen u. a. ihr verpflichtendes Schädlingsmonitoring in Eigenregie durchzuführen – gesetzeskonform und kostenoptimiert. www.biofang.com, www.sasagmbh.de

WORLD BUTCHERS CHALLENGE

Foto: Christian Schrammer



Mit dem elfköpfigen „Butcher Wolf Pack“ kämpft erstmals ein deutsches Team bei der World Butchers Challenge vom 15. bis 21. März 2018 in Belfast um den Titel.

Zwölf Mannschaften haben sich für den Wettbewerb angemeldet, darunter Teams aus Brasilien, Neuseeland, Südafrika und den USA. Auch Titelverteidiger Frankreich ist wieder dabei.

„Wir müssen uns nicht vor den anderen Teams verstecken. Das deutsche Metzgerhandwerk hat eine so kreative und vielfältige Tradition – wir rechnen uns auf jeden Fall Chancen aus“, sagt Teamcaptain Dirk Freyberger (Metzgerei Freyberger, Nürnberg). Zum praktischen und taktischen Training gab es einige Einheiten in der Augsburger Fleischerschule. Nun steht das Team fest: Philipp Sonntag (Metzgerei Sonntag, Kißleg) und Matthias Endraß (Metzgerei Endraß, Bad Hindelang) sorgen als Zerlegungsbollwerk für

eine solide Wettbewerbsbasis. Schweinespezialist und Zuschneider Michael Moser (Metzgerei Moser, Landsberg am Lech) fungiert als Vorbereiter für die Offensive. In der Dreier Spitze veredeln neben dem Teamcaptain die Hähnchen- und Schweinevirtuosin Karmen Walcher (Fleischfachlehrerin, Augsburg) und der Lamm- und Rinderkönner Steffen Schütze (Metzgerei Hack, Freising). Zudem dabei sind Team-Manager Werner Braun (stv. bayerischer Landesinnungsmeister) und Sven Tholius (Fleisch-Sommelier, Ellerbek) sowie die Jungmetzger Julian Reidinger, Andreas Simmel und Vinzenz Wied.

Gemetzger wird in vier Kategorien: halbes Schwein, halbes Rind, ganzes Lamm und fünf Hähnchen. 195 Minuten haben die Teams Zeit, die Tiere zu zerlegen, zuzuschneiden, zu sortieren und zu veredeln. Dann wählt der Teamcaptain jedes Teams ein Produkt eines anderen Teams, das gegart und bewertet wird.

Wertungskriterien sind die handwerkliche Leistung, Kreativität und der Geschmack des fertigen Produkts. Den deutschen Akteuren geht es auch um eine Botschaft an die eigenen Landsleute: „Das Metzgerhandwerk ist vom Aussterben bedroht“, so Steffen Schütze, „mit Leidenschaft, Kreativität und Power wollen wir ein Zeichen für unser Handwerk setzen und auch jungen Leuten zeigen, wie abwechslungsreich der Beruf des Metzgers ist.“ Einen Mannschaftssong hat das fleischige Fastdutzend auch aufgenommen: „Chop with me baby“ heißt der Hit, der in den sozialen Medien zum Geheimtipp der World Butchers' Challenge avanciert. www.butcherwolfpack.de

Einige der Sponsoren

Batania, Bizerba, Böhm.media, Enrico Wieland, Giesser Messer, Gilde, K+G Wetter, Krakau+Söhne, Mado, Mega, Posch, Thekenplan, Vakona

ALLES HAT EIN ENDE, NUR DIE WURST HAT KEINS ...



www.ehlert-gmbh.de/fh-kunst darm

... wir liefern mehr Kunst- und Naturdärme, damit Sie das Ende nur dann abbinden müssen, wenn Sie es möchten. Nicht vorher.

DAS EHLERT SYSTEM. GANZHEITLICH. FÜR IHRE PRODUKTION.

BEKLEIDUNG GEWÜRZE REINIGUNG VERPACKUNGEN MASCHINEN & WERKZEUGE AUSSTATTUNG & ZUBEHÖR DÄRME

LIVE-UNTERRICHT AM FÜLLER

Mit acht Schülerinnen produzierte Metzgermeister Claus Böbel im Rahmen des Projekts „Ernährungshandwerk erleben“ Bratwürste und vermittelte echtes Metzger-Know-how.



auch Fragen zum möglichen Monatslohn. Als Azubi könne man 600 bis 1.000 € erwarten, als Fachkraft das Doppelte oder mehr – je nach Leistung: „Wer sich engagiert und bemüht, verdient immer mehr als einer, dem alles egal ist“, sagt er. Wer mit Begeisterung dabei sei, dem stünden 1.000 Möglichkeiten offen.

REGIONALITÄT ERLEBEN

„Es macht Spaß, solange ich nicht ein Tier schlachten muss“, umriss eine Schülerin ihre Eindrücke. Das sei bei ihm wie in den meisten Metzgereien nicht mehr üblich, erklärte Claus Böbel. Der 47-Jährige bezieht hochwertiges Fleisch aus der Region in Teilstücken, z. B. die Steigerwälder Schwarzerle, eine Freiland-Schweinerasse aus Scheinfeld. Mit seinem sieben Mitarbeiter zählenden Betrieb setzt er auf die Online-Vermarktung: Über 50 % seiner Produkte werden auf www.umdiewurst.de bestellt und dann per Post verschickt. Auch Live-Unterricht für Schulklassen und Betriebsführungen bietet er seit Jahren an – auch um Nachwuchs zu gewinnen. Die acht fleißigen Helferinnen unter der Führung ihrer Klassenlehrerin Andrea Lipinski sammelten auch kulinarische Erfahrungen: Nach dem Wolfen gab es das sehr schmackhafte rohe Bratwurstgehäck mit Zwiebeln auf frischem Bauernbrot, am Ende die Bratwürste braungebraten aus der Pfanne. Metzgersgattin Monika Böbel gab weitere Tipps: Für hohe Temperaturen lieber Schweineschmalz als Öl in die Pfanne geben, sehr heiß werden lassen und die Würste auf Stufe 7,5 gut zehn Minuten lang braten. Die Aktion „Ernährungshandwerk erleben – Ernährung macht Schule“ konzipierte das Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn) im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und soll Schüler für regionale Lebensmittel sensibilisieren. Gastgebende Handwerksbetriebe werden bayernweit gesucht und erhalten für ihre Teilnahme auch eine Aufwandsentschädigung.

HorstBuchmann

www.umdiewurst.de, www.Kern.bayern.de

Was ist drin in einer Original Fränkischen Bratwurst? Wie schmeckt sie, wenn man sie selbst herstellt? Im Rahmen dieses bayernweiten Projekts machten die Schülerinnen der Dr.-Mehler-Schule in der Metzgerei im mittelfränkischen Georgensgmünd-Rittersbach die Probe aufs Exempel. Beide Praxisstunden waren ein Erfolg: Zwei junge Damen kündigten sogar an, als Praktikantinnen wiederkommen zu wollen. Der Einblick in die handwerkliche Produktion beeindruckte die 13- bis 15-jährigen Mädchen, die in der 8. Klasse der Mittelschule im Schwerpunkt Hauswirtschaft lernen. Unter humorvoller An-

leitung des Meisters („Wir sind Metzger, keine Apotheker!“) durften sie Schweinebauchstücke entschwarten und in Würfel schneiden, Gewürzmengen berechnen (für 5 kg Fleisch: 90 g Salz, 7,5 g Pfeffer, 17,5 g Piment u. a., 10 g Majoran u. a.), abwiegen und untermischen, Fleisch wolfen, die Masse in den Füller geben und in Bändeldärme füllen. Hier zählt neben der Beherrschung der Maschinen und Kopfarbeit auch handwerkliches Können. Claus Böbel, bekannt als Dozent und Fachbuchautor, wies die Schülerinnen auf Hygienevorschriften hin (Arbeitskleidung, Hände waschen, keine lackierten Fingernägel) und beantwortete



Frankfurter Fachschule J.A. Heyne Weiterbildung in Weiterstadt

Nach Jahrzehnten der Partnerschaft schlossen die Frankfurter Fachschule J.A. Heyne und die Handwerkskammer Frankfurt-Rhein-Main eine Kooperationsvereinbarung. Ab Herbst 2018 findet der gesamte Unterricht im Berufsbildungs- und Technologiezentrum in Weiterstadt statt. Damit geht die Trägerschaft für die künftigen Lehrgänge auf die Handwerkskammer über. Die Vereinbarung betrifft alle praktischen und theoretischen Vorbereitungslehrgänge auf die Meisterprüfung im Fleischer- und Bäckerhandwerk, die Fortbildungsprüfung zum/zur Verkaufsleiter/in im Nahrungsmittelhandwerk und die Fortbildungsprüfung Betriebswirt des Handwerks. Diese finden dann rund ca. 25 km südlich von Frankfurt statt.

Das Wichtigste in Kürze

- Vertragspartner der Teilnehmer/-innen ab 1.4.2018 ist die Handwerkskammer Frankfurt-Rhein-Main.
- Unterbringung und Verpflegung der Schüler/-innen erfolgen im neuen Schulinternat und in der Kantine in Weiterstadt.
- Dozententeam der Fachschule J.A. Heyne bereitet die Absolventen weiterhin praxisnah und intensiv auf die Prüfungen vor.
- Bisherige Prüfungsausschüsse der Handwerkskammer Frankfurt-Rhein-Main sind auch künftig für die Prüfungsabnahme verantwortlich.
- Gebühren für Schulhonorar, Unterbringung und Verpflegung 2018 bleiben unverändert.

Als Gründe dafür nannte die Schule u. a. zunehmende Strukturveränderungen und veränderte Anforderungen an Bildungseinrichtungen. Die Handwerkskammer trägt 2017/2018 den neuen Anforderungen an technische und räumliche Gegebenheiten mit Modernisierungsmaßnahmen am Bildungszentrum in Weiterstadt Rechnung. Investiert wurde in den Neubau eines Schulinternats sowie in die komplette Erneuerung der Werkstätten für das Fleischer- und Bäckerhandwerk.

www.fachschule-heyne.de



Rekordverdächtig.

Heiße Theke befüllt in nur 60 Minuten.
Mit dem neuen SelfCookingCenter®
und VarioCookingCenter®.

Mehr unter:
rational-online.com

RATIONAL

Böhm.media

Netzwerk für junge Meatlover

Im Kollektiv über Erfahrungen berichten, sich vernetzen, Ideen entwickeln und darüber diskutieren, was die Metzgerbranche voranbringt: Das von Böhm.media neu gegründete Netzwerk „Beef for friends“ soll vor allem die junge Generation der Metzger/-innen ansprechen. Viermal im Jahr treffen sich die jungen Meatlover zum sogenannten „Next Generation Brain Trust“, um gemeinsam



ihre Zukunft in die Hand zu nehmen. Fachlich angeleitet und begleitet werden die Youngster-Meetings von deutschlandweiten Medien-Experten und Referenten. Mehr Infos dazu gibt es über cb@boehm.media oder Tel. (09123) 98 98 99-0. www.boehm.media



IM DUO ZUM SIEG

Zwei 19-Jährige mit gleichem Vornamen aus dem Osnabrücker Land sicherten sich beim „Homann Snack Star 2017“ den Sieg: Jacqueline Nüchter aus der Fleischerei Sostmann in Bramsche und ihre Mitschülerin Jacqueline Hötting.

Beide starteten ihre Ausbildung zur Fleischerei-Fachverkäuferin bzw. Fachverkäuferin im Lebensmittel-einzelhandel Ende August 2015. Während Jacqueline Hötting diese in der Filiale Laggenbeck der Klaas + Kock GmbH absolviert, arbeitet Jacqueline Nüchter in einer von zwei Filialen der Fleischerei in Ibbenbüren, die in einem Rewe-Markt angesiedelt ist. Die Zweite liegt in der Innenstadt. 13 Verkaufsstellen im Raum Osnabrück und Bramsche betreibt die 1838 gegründete Traditionsfleischerei. Nach einem Praktikum in einer anderen Fleischerei, in der

ihre Schwester ihre Ausbildung absolvierte, entschied sich auch Jacqueline Nüchter dafür. „Man lernt so viel in diesem Beruf, auch vieles, von dem man vorher noch nie etwas gehört hat. Am meisten Spaß macht es mir, die Kunden zu bedienen, sie zu beraten und mich auch mal mit ihnen zu unterhalten“, sagt sie. So könne man viel erfahren und die Kunden kämen gerne wieder. Außer dem Verkaufen ist sie u. a. für ausreichend Nachschub in der Theke zuständig oder Bestellungen zu tätigen. Bereut hat sie die Entscheidung, diesen Beruf zu erlernen noch nicht und würde ihn auch anderen jungen Leuten empfeh-



len. Und was sollte eine Fleischerei-Fachverkäuferin unbedingt sein? „Freundlich, vertrauenswürdig, durchsetzungsfähig und gut reden und zuhören können“, betont sie.

MEDITERRANER SNACK

Ihre Kreativität in kulinarischen Dingen stellten die beiden Jacqueline schließlich beim „Homann Snack Star 2017“ unter Beweis – und belegten zu ihrer Überraschung den 1. Platz. Im Berufskolleg Rheine des Kreises Steinfurt gehen sie montags zur Berufsschule. Ihre Praxislehrerin integrierte den Wettbewerb in den Unterricht. „Wir haben uns viele Gedanken gemacht, weil wir etwas Ungewöhnliches machen wollten. Im Internet haben wir dann eine Pide entdeckt. Schnell war klar, dass wir einen solchen Snack machen wollten“, berichtet Jaqueline Nüchter. Und so kam es, dass die „Gefüllte Hackfleisch-Pide“ auf der Basis von 15 cm langen, ovalen Hefeteigschiffchen Gestalt annahm. Belegt und gefüllt ist der mediterran angehauchte Snack mit Rinderhack, Zwiebeln, Tomate, Knoblauch, Kirschtomaten, Gurke, Frühlingszwiebeln und der Homann Snack Sauce Döner Kebab. Nach 25 Minuten bei etwa 175°C im Ofen ist die überbackene Teigtasche servierfertig.

Von der Einladung zum Finale in Potsdam und ihrem dortigen Sieg waren die beiden wirklich überrascht, da es beim Online-Voting zeitweilig gar nicht danach aussah. „Die Preisverleihung war sehr cool. Wir haben uns sehr wohlgefühlt. Vielleicht machen wir in diesem Jahr sogar noch einmal mit, mal sehen“, sagt Jacqueline Nüchter. In ihren jeweiligen Ausbildungsbetrieben sowie in der Schule sei die Freude über den Sieg natürlich auch groß gewesen.

Und was passiert nach der Ausbildung? „Ich möchte erst einmal in meinem Betrieb bleiben. Eine Zusage habe ich schon. Zudem besteht die Möglichkeit, mich weiterzubilden, z. B. zur Betriebswirtin im Handwerk oder noch eine Ausbildung zur Fleischerin zu machen“, sagt sie. Den dafür nötigen Rückenwind scheint sie also schon zu haben. *mth*
www.sostmann.de



WEISSES GOLD

„Ohne Gold kann man leben, ohne Salz nicht“, heißt es in einem Sprichwort. Salz ist nicht nur in jeder Körperzelle vorhanden, sondern erlebte auch auf dem Tisch und in der Küche einen Siegeszug. Doch es gibt weit mehr als übliches Kochsalz.

Salz ist vielfältig einsetzbar, aromatisch und verleiht Speisen – nicht nur der Wurst – das gewisse Etwas. Es war am Aufstieg und Niedergang von Städten beteiligt, Handelsrouten und Salzmonopole entstanden und verschwanden wieder. Zum Haltbarmachen von Lebensmitteln ist es seit jeher ein Muss. Es eignet sich als schützende Garhülle, lässt sich vielfältig mit Kräutern verfeinern und gibt selbst Desserts oder Süßspeisen den letzten kulinarischen Pfiff. Nachfolgend werden einige ausgewählte Salzarten und ihre Verwendung vorgestellt:



Bamboo Jade Sea Salt

Das grüne Salz, dem ein Extrakt von Bambusblättern zugesetzt wird, wird vor der hawaiianischen Insel Molokai aus dem Wasser des Pazifiks gewonnen. Es enthält 84 % Natriumchlorid, der Rest sind etwa 80 im Meerwasser vorkommende Spurenelemente und Mineralstoffe. Verfeinert werden können damit asiatische Speisen. Für Salzmillen oder -streuer ist es nicht geeignet.

Bleu de Perse

Die Farbe dieses iranischen Kristallsalzes stammt von der Einlagerung von Eisensulfat in den Salzst6cken. Es verf6gt 6ber eine trockene Struktur und ist daher ideal f6r Salzmillen geeignet.

Fleur de Sel

Auch Salzbl6te genannt, gilt Fleur de Sel vielen als das teuerste Salz der Welt und ist zum Kochen zu schade. Vor allem seine knusprige Beschaffenheit und der intensive Geschmack waren f6r seinen Siegeszug in der K6che hauptverantwortlich. Es ist nicht f6r Salzstreuer geeignet, da es immer eine Restfeuchte aufweist. Vor dem Gebrauch daher am besten in der Handfl6che zerreiben. Sehr gut schmeckt es in Suppen, Saucen, Marinaden sowie zu Fisch und Gem6se.

Hawaiian Black Sea Salt

Dieses Salz erh6lt seine schwarze Farbe durch den Zusatz von Aktivkohle. Es wirkt anti-oxidantisch und f6rdert die Verdauung. F6r Salzstreuer oder -millen ist es eher ungeeignet, daf6r aber zum Verfeinern von Brat- und Grillgerichten, Gem6se oder Jacobsmuscheln.

Himbeer-Gew6rzsatz

Mit dieser Salzcreation aus getrockneten Himbeeren und Meersalz k6nnen Kunden verw6hnt werden, die gerne helles Fleisch, Fisch, Krustentiere oder Fr6chte essen. Es ist einfach selbst herzustellen.

Murray River Salt Flakes

Diese rosa- bis orangefarbenen Solesalzflocken aus dem gleichnamigen australischen Fluss haben ihre Farbe von Algenpigmenten. Das Salz ist mild im Geschmack, eignet sich als Tischsatz oder zum Nachw6rzen. Es wertet Grillgerichte oder kurz gebratenes Fleisch auf.

Pyramidensatz

Auch als Schneeflocken-Satz bekannt, kommt dieses milde Salz nicht aus 6gypten, wie der Name vermuten l6sst, sondern aus Zypern. Die knusprigen Bl6ttchen sind ideal als „on-Top-Finish“ f6r Fleisch und andere Gerichte einsetzbar.

Rosensatz

Vor allem in der marokkanischen K6che ist dieses Salz sehr beliebt. Es wird aus feuchtem Meersatz und Rosenbl6ten hergestellt und schmeckt z. B. in Salaten, peppt Fischgerichte auf, ebenso Quarkspeisen und Gem6se. Dieses Salz l6sst sich auch leicht selbst herstellen.

Sel Gris de Gu6rande

Dieses Salz von leicht grauer F6rbung ist ein per Hand geerntetes Meersatz und l6sst sich als Tischsatz steingemahlen leicht dosieren.

mth



ZWEI ODER DREI JAHRE?

Bei der Obermeistertagung des DFV in Würzburg wurde das Thema Ausbildung kontrovers diskutiert.

Reichen zwei Jahre Ausbildung für eine(n) Metzgerei-Fachverkäufer(in) aus oder soll an der dreijährigen Lehrzeit festgehalten werden? Auch wenn auf der 13. Obermeistertagung des Deutschen Fleischer-Verbands (DFV) in Würzburg das Votum noch ziemlich deutlich in Richtung drei Jahre ausfiel, war die Diskussion dazu überraschend kontrovers. DFV-Vizepräsidentin Nora Seitz und Alicia Utrillas, Leiterin Personal, Finanzen und Verwaltung beim DFV, erklärten den versammelten Obermeistern zunächst den Status quo. Vor allem im Bäckerhandwerk erhoffte man sich von einer Verkürzung der Ausbildung auf zwei Jahre neue Attraktivität. Eine Statistik, die das bestätigt, gebe es nicht, sehr wohl aber eine, die den Verkäufer-Azubis eine höhere Arbeitslosigkeit wegen mangelnder Ausbildungstiefe bescheinigt.

So plädierte Obermeister Georg Greiff jun. von der Fleischer-Innung Allgäu dafür, „ganz klar an drei Jahren festzuhalten“. Vor allem Hauptschüler seien nicht auf zwei Jahre auszubilden; Verkürzungen bei entsprechenden Leistungen seien jedoch immer möglich. Thomas Reichert (Bild o. re.), Obermeis-

ter der Großinnung Frankfurt-Darmstadt-Offenbach, hielt dagegen: „Die Lebens- und Ausbildungsrealität wird eine andere werden, da glaube ich nicht, dass wir drei Jahre werden halten können.“ Er schlug eine Grundausbildung vor, gefolgt von individuellen Zusatzqualifikationen. Dafür bekam er deutlichen Gegenwind aus München. Andreas Gaßner, Obermeister der dortigen Innung: „Nach neun Jahren Schulzeit bekommen die Betriebe unfertige Jugendliche – da gehört es zu einer Ausbildung, dass sie darin reifen.“ DFV-Hauptgeschäftsführer Martin Fuchs meinte, man solle auch bedenken, „dass wir möglicherweise gar keine Azubis mehr kriegen, wenn wir an drei Jahren festhalten.“ Für Obermeister Holger Buss von der Innung Wetteraukreis sonnenklar: „Im Handel verdienen sie halt nach zwei Jahren Geld.“

ASP? SIE KOMMT

Vor der kontroversen Diskussion hatte DFV-Präsident Herbert Dohrmann den Obermeistern seinen Gram mit der Politik erläutert: „Der Koalitionsvertrag zwischen CDU/CSU und SPD ist eigentlich gut verhandelt“ – in dem Papier

seien viele Fleischer-Dauerbrenner enthalten – „aber ich bin es leid, wie lange das alles dauert.“

Illusionslos waren die Informationen, die von der DFV-Spitze zur Afrikanischen Schweinepest (ASP) vermittelt wurden. „Wir gehen davon aus, dass sie kommt“, meinte Dr. Wolfgang Lutz, DLV-Geschäftsleiter Qualitätssicherung, Lebensmittel- und Hygienerecht, lapidar. Was dann passiert? „Eine Vorbereitung darauf ist kaum möglich“, untermauerte DFV-Justiziar Thomas Trettwer, „wir können höchstens kommunikativ auftreten.“ Schwarz sieht angesichts der Bedrohung auch Konrad Ammon jun., Landesinnungsmeister in Bayern: „Werden ganze Tierbestände gekeult, würde das via Medien die Märkte zum Erliegen bringen.“ chb

Foto: C. Blümel

f AichingerFanpage @ aichingerofficial

TECHNOLOGISCHER VORREITER
DIE ERSTE RUNDE UMLUFTKÜHLTHEKE.

Erfolg braucht

INNOVATION.

Besuchen Sie uns!
Auf der Internorga 2018 in Hamburg
09.-13. März - Halle B2.EG; Stand 313



DOPPELT EFFIZIENT

Rational steht für Multifunktionalität. Das VarioCooking Center von Frima auch. Vorstandsvorsitzender Dr. Peter Stadelmann erklärt, warum dieses nun auch das Rational-Emblem trägt.

satzes entfallen auf Kombidämpfer, 10 % auf das VarioCooking Center. Die 10 % machen wir in rund zehn Ländern, und die 90 % in fast 100 Ländern. Wir sehen keinen Sinn mehr darin, in anderen Ländern eine Parallelstruktur mit einer dort unbekanntem Marke aufzubauen, eine Tochtergesellschaft zu gründen, dafür ein Büro zu suchen usw. Wir werden effizienter und schneller sein, wenn wir die bestehende Struktur und die bestehende Marke verwenden.

Rational wird so von einer Kombidämpfermarke zu einer für multifunktionale Gargeräte. Im Grunde war Rational das aber schon immer. Der Kombidämpfer hat vor 40 Jahren angefangen, Pfannen, Herde und weitere Gargeräte durch ein einziges Gerät zu ersetzen. Das VarioCooking Center macht genau dasselbe; es kombiniert den Kipper, den Kessel und auch noch die Fritteuse in einem Gerät.

„Der Anwender hat schon immer gewusst oder geahnt, dass das VarioCooking Center auch aus unserem Hause kommt.“

Dr. Peter Stadelmann



Warum wurde das VCC nicht von Anfang an unter der gleichen Marke geführt?

Man hat sich damals bewusst dazu entschieden, das zu trennen – da war dieser riesen-große Kombidämpfer, der ein kleines Schwesterchen bekam. Es war sehr wichtig, dass wir dieses an einem anderen Standort, mit einem anderen Team entwickelten. Am Anfang wusste man ja auch nicht so genau, ob dieses Gerät erfolgreich sein wird. Es hatte natürlich ein paar Kinderkrankheiten, ist nun über die Pubertät hinaus, volljährig und wir entlassen

es nun in die große weite Welt. Das weitere Wachstum geht schneller, wenn wir es gemeinsam tun. Positive Erfahrungen damit haben wir schon: Das VarioCooking Center wurde z. B. in Österreich, Spanien und Russland schon immer unter Rational vertrieben. In Österreich haben wir das von Anfang an gemacht, um zu testen, welchen Effekt es hat. Jetzt lösen wir auch in Deutschland Frima durch Rational ab.

Das Zusammenführen widerspricht etwas der engpasskonzentrierten Strategie von Rational. Müssen Sie sich neu aufstellen?

Das bedeutet natürlich Veränderungen. Unser Marketing-Prozess ist beispielsweise in der Anpassung. Wir sind nun ein Zwei-Produktfamilien-Unternehmen; eine Marke bleibt, aber mit zwei klaren Segmenten. Jedes mit einem Produktionsstandort: Landsberg für die Kombidämpfer und Wittenheim für das VarioCooking Center.

In der Montage verbildlichen Pinnwände mit Wettersymbolen die Stimmung im Unternehmen. Welches Resümee ziehen Sie aus Ihrer bisherigen Tätigkeit bei Rational?

In den vergangenen fünf Jahren habe ich mehrheitlich gutes Wetter erlebt. Wir hatten 2017 ein Gewitter eher im emotionalen Sinne, als Siegfried Meister gestorben ist. Er war und ist für uns alle sehr wichtig, das ist sehr vielen sehr nahe gegangen. Ich habe in meiner vorherigen Beratertätigkeit viele Unternehmen erlebt. Aber bei Rational zu sehen, wie gut die richtige Philosophie funktioniert und wie viel Gutes da ist, finde ich immer noch faszinierend, und es macht Spaß, hier zu arbeiten. Folglich ist meine Stimmung durchweg sonnig.

Herr Stadelmann, vielen Dank für das Gespräch!

Herr Dr. Stadelmann, ConnectedCooking, also die Vernetzung der Geräte, ist bei Ihnen aktuell ein großes Thema. Dabei spielt auch Frimas VarioCooking Center (VCC) eine wichtige Rolle. Welche Synergien sehen Sie darüber hinaus?

Wir sind überzeugt, dass ein großer Teil der Thermik in der Großküche durch ein SelfCookingCenter und ein VarioCooking Center abgedeckt wird. Das Duo kann 80 bis 90 % der Gar-Aufgaben lösen. Dahinter stehen dieselbe Bedienungsführung, dieselbe Gar-Intelligenz und dieselbe Vernetzungslösung.

Der Anwender hat schon immer gewusst oder geahnt, dass das VarioCooking Center auch aus unserem Haus kommt. Jetzt gehen wir einen Schritt weiter und führen die Marken zusammen. Wir werden das VarioCooking Center in Deutschland, der Schweiz und Frankreich schrittweise auf die Marke Rational überführen. Wir glauben, mit beiden Produkten nach wie vor technologisch sehr weit vorne zu sein.

Warum kommt gerade jetzt die Zusammenführung der Marken?

Wir wollen mit dem VarioCooking Center neue Märkte angehen. 90 % unseres Um-

Dem gelernten Metzgermeister wurde die Liebe zu richtig gutem Fleisch quasi in die Wiege gelegt. 1957 gründeten seine Eltern die „Metzgerei zur Hoffnung“ in Spaichingen, die er nun – trotz aktueller branchenbedingter Schwierigkeiten, erfolgreich in die Zukunft führen will. Und das klappt natürlich am besten, wenn man dem Zeitgeist nicht fernbleibt. Nach einem zweitägigen Marketingworkshop bei uns in der Agentur einigte man sich mit der Familie deshalb auf eine modernere Gangart, die sich nun allmählich durchsetzen soll. Allem voran steht dem Vorhaben ein neuer, trendiger Name, mit dem sich der junge Metzger und seine Generation viel besser identifizieren können: Die Fleischpuristen.

BEEF BRINGT'S

Beef steht von nun an also im Fokus und wird zur Speerspitze der Neukundengewinnung erkoren. Damit liegt Roman Hermle auch voll im Trend, denn nichts erfährt momentan so viel Aufwind wie der Hype um Fleischcuts und Co. Während so einige Metzgereien Nachwuchsprobleme haben und der modernen Medienkommunikation hinterherhinken, ergreift Roman Hermle die Gelegenheit beim Schopf und erklärt das Internet in Sachen Selbstvermarktung zu einem engen Verbündeten. Noch etwas zögerlich in der Ausführung, regt sich jedoch inzwischen so einiges hinter den Kulissen. Immer mehr Beef-Enthusiasten finden den Weg zum ganzjährigen Entertainment-Programm des jungen Metzgers. Was Kommunikationsexperten als Eventmarketing bezeichnen würden, heißt bei Roman „Burgermeister“ oder „Beefsky“-Kurse, in denen Meatlover einen gezielten Einblick in die Branche erhalten – und dabei auch noch richtig viel Spaß haben. Vom gemeinsamen Burgerbraten bis zum Beefasting mit Whisky lässt man sich einiges einfallen, um der manchmal etwas verstaubten Fleischerbranche wieder mehr Aufmerksamkeit zu verleihen. Dabei macht sich der Fleischpurist die Social Media-Netzwerke zu Nutze. Facebook, Instagram & Co. helfen ihm, die Kursangebote und Events schneller, kostengünstiger und mit viel größerer Reichweite zu verbreiten. Die Message kommt an. Rappelvoll sind die Workshops des Youngsters mit Potenzial zum waschechten Metzgerstar. Als nächstes steht die Optik auf dem Programm. Von der neuen Website mit Online-Buchungssystem für verschiedene Kurse (www.die-fleischpuristen.de), über eine erweiterte Eventplanung bis hin zu einer progressiveren Sprache wird sich 2018 noch so einiges tun, auf dem Weg von der Hoffnung zum Fleischpuristen.

DER MEATLOVER: ROMAN HERMLE

Jung, gut aussehend und ein Fleischsommelier der allerersten Stunde – Roman Hermle ist das, was man wohl als einen echten Meatlover bezeichnen würde.



DIE AUTOREN

Christian Böhm ist Geschäftsführer der auf die Metzgerbranche spezialisierten Agentur Böhm.media. **Nadine Zwingel** schafft dort mit starken Texten wertvolle Inhalte für die Kommunikation der Metzger mit ihren Kunden auf allen Kanälen. Die Agentur betreut im deutschsprachigen Raum über 100 Unternehmer/-innen im Metzgerhandwerk, die vorankommen wollen, mutig sind und auf die große Bühne wollen. www.metzgerstars.de

REGIONAL STATT GLOBAL



Zum dritten Mal beleuchtete das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) das Ernährungs-, Ess- und Einkaufsverhalten der Deutschen und stellte die Ergebnisse im „Ernährungsreport 2018“ vor.

Dafür befragte das Meinungsforschungsinstitut forsa rund 1.000 repräsentativ ausgewählte Bürger/-innen ab 14 Jahren. Im Folgenden sind einige Ergebnisse zu Aspekten der Studie zusammengefasst. Dies können auch für Inhaber von Fleischereien sowie deren Mitarbeiter interessant sein, die ihr Angebot dementsprechend gestalten können.

WAS WIRD TÄGLICH GEGESSEN?

Zunächst einmal: Fleisch und Wurst kommen bei etwa jedem Dritten (30 %) jeden Tag auf den Tisch. Allerdings gaben auch 14 % der Befragten an, täglich Nahrungsergänzungsmittel wie Vitamine, Mineralien oder Ballast-

stoffe zu sich zu nehmen. Mehr als drei Viertel (72 %) haben das hingegen nicht nötig, da sie täglich Obst und Gemüse essen. Außerdem erfreuen sich Milchprodukte wie Käse, Joghurt und Quark einer steigenden Beliebtheit – bei zwei von drei Deutschen (65 %) stehen sie tagtäglich auf dem Speisezettel.

WO KAUFEN DIE BÜRGER EIN?

Die Mehrheit der Befragten tätigt ihren Einkauf in der Nähe des Wohnortes: 49 % kaufen Lebensmittel in Fußnähe ein, 46 % fahren weniger als 15 Minuten. Zumindest einen Teil ihrer Besorgungen erledigen 92 % in einer Metzgerei, Bäckerei oder im Gemüseladen.

30 % suchen für ihre Lebensmitteleinkäufe ein Fachgeschäft auf. Der Einkauf im Supermarkt ist für fast zwei Drittel (64 %) das Nonplusultra: Sie kaufen dort fast alle oder einen großen Teil der Lebensmittel ein – 35 % beim Discounter. Rund zwei Drittel (68 %) gehen manchmal auf einem Wochenmarkt, über die Hälfte der Befragten geht mit dem Einkaufszettel zum Bauern direkt oder in einen Hofladen (54%). In einen Bioladen oder -supermarkt verschlägt es 53 % der Verbraucher. Die große Mehrheit (93 %) kauft bisher keine Lebensmittel im Internet – was sich aber angesichts der fortschreitenden Digitalisierung sicherlich künftig ändern wird. 42 % geben an, sich via Online-Recherche über Lebensmittel zu informieren, 21 % besuchen Internetforen mit Produktbewertungen, 14 % nutzen dazu soziale Medien. Diese nutzen 31 % der unter 30-Jährigen, bei den über 60-Jährigen sind es nur 4 %.

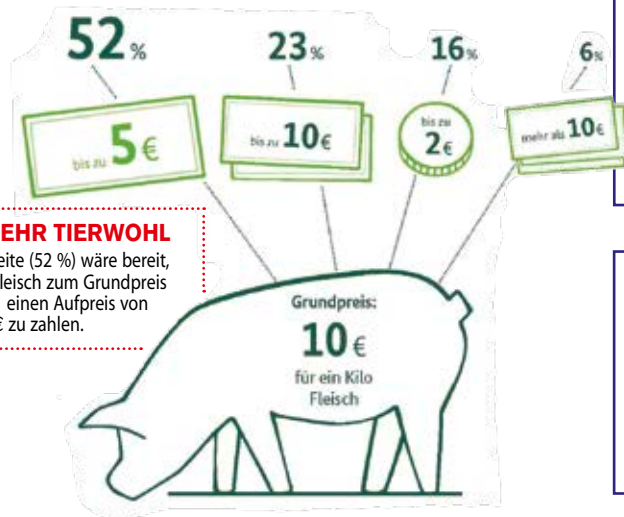
WORAN ORIENTIEREN SICH KÄUFER?

78 % der Verbraucher/-innen legen Wert darauf, dass ihre Lebensmittel aus ihrer eigenen Region stammen. Der Aspekt der Regionalität ist Frauen (85 %) wichtiger als Männern (70 %) – und Senioren wichtiger als Jüngeren. Bei den über 60-Jährigen spielt das Kriterium für 86 % eine Rolle, bei den 19- bis 29-Jährigen messen ihm nur 63 % Bedeutung zu. Über die Hälfte der Verbraucher (55 %) lässt sich im Geschäft vom Warenangebot inspirieren. Fast alle Menschen (97 %) kaufen, was ihnen schmeckt. 57 % der Befragten gaben an, auf den Preis zu achten. Ebenso viele achten auf Produktinformationen, etwa über Inhaltsstoffe oder den Nährwert. Die Bedeutung von Siegel nahm gegenüber den Vorjahren zu: Waren solche 2015 für jeden Dritten (33 %) ein Kriterium beim Einkauf, achten nun 41 % darauf.

DARF TIERWOHL MEHR KOSTEN?

Die Frage, ob die Befragten bereit wären einen höheren Preis für Lebensmittel zu bezahlen, wenn die Tiere besser gehalten werden, als es das geltende Recht vorschreibt, bejaht eine große Mehrheit – knapp die Hälfte (47 %), weitere 43 % stimmten eher zu, unabhängig von Alter oder Geschlecht. Hier klaffen Meinung und tatsächliches Einkaufsverhalten aber deutlich auseinander. Nur ein sehr kleiner Anteil

Wie viele Verbraucher wären beim Fleischeinkauf zu welchem Aufpreis bereit?



FÜR MEHR TIERWOHL

Jeder Zweite (52 %) wäre bereit, für 1 kg Fleisch zum Grundpreis von 10 € einen Aufpreis von bis zu 5 € zu zahlen.

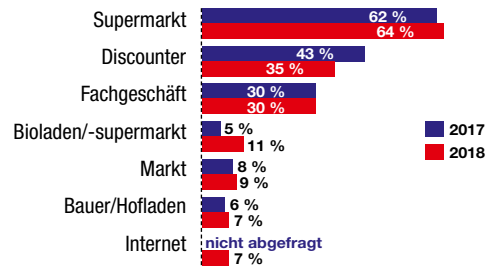
Grafiken/Quelle: BMEL

(2 %) ist nicht dazu bereit für mehr Tierwohl tiefer in die Tasche zu greifen. Ermittelt wurde auch, wie sich dies konkret in Euro und Cent beziffern ließe. Angenommen, 1 kg Fleisch kostet 10 €: Welchen Aufpreis würden alle, die

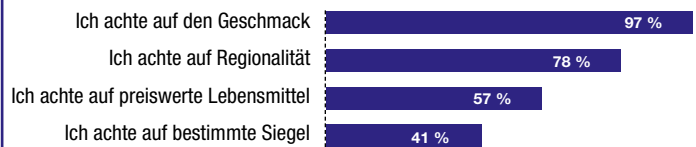
dazu grundsätzlich bereit sind, an der Fleischtheke oder beim Metzger tatsächlich zahlen können oder wollen? Die meisten Verbraucher/-innen (52 %) würden für bessere Haltungsverbedingungen einen Aufpreis von 2 bis 5 € zu

zahlen, insgesamt also 12 bis 15 €; fast ein Viertel (23 %) würde 5 bis 10 € mehr ausgeben (Gesamtpreis: bis zu 20 €). 6 % wäre mehr für Tierwohl sogar einen Aufpreis von mehr als 10 € wert. www.bmel.de

Wo kaufen Sie den Großteil Ihrer Lebensmittel ein?



Wichtige Kriterien beim Lebensmitteleinkauf



LEERDAMMER

Die LEERDAMMER® Initiative für Weidehaltung!



Unsere Initiative für Weidehaltung:
Die Milch für diesen LEERDAMMER® Käse stammt von Kühen, die zwischen Frühling und Herbst ein Minimum von 6 Stunden am Tag an mindestens 120 Tagen pro Jahr auf niederländischen Weiden grasen.
<http://leerdammer.de/wirnachhaltigkeitsinitiative-von-leerdammer>

- Unsere Kühe grasen von Frühling bis Herbst ein Minimum von 6 Stunden an mindestens 120 Tagen pro Jahr auf niederländischen Weiden.
- Die Bauernhöfe, die uns ihre Milch liefern, liegen in einem Radius von 50 km um unsere niederländischen Produktionsstandorte.
- 87% der Verbraucher wünschen sich eine bessere Tierhaltung und sind bereit dafür einen höheren Preis zu zahlen.*

Wir tun, was wir sagen!





Gleich
bewerben!

bestimmen. Um eine größere Transparenz dabei zu gewährleisten, wird 2018 erstmals die Jury-Bewertung der jeweiligen Kategorien offengelegt. Die drei Sieger werden zu 50 % aus dem Urteil der Jury und zu 50 % aus dem Ausgang des Votings ermittelt. Als Gewinne winken ein iPad, eine Fitbit Ionic-Fitnessuhr und ein Bose Bluetooth Speaker. Ein zusätzlicher Anreiz für die Teilnahme von Berufsschulen, ist es ein exklusives Tagesseminar mit einem Snack-Coach zu gewinnen. Die Schule mit den meisten qualifizierten Rezept-Einsendungen gewinnt. Beim Seminar erhalten die Schüler einen informativen Überblick über theoretische Grundlagen der Snack-Entwicklung sowie aktuelle Trends. Im Praxisteil lernen sie etwa, wie sich klassische Snacks neu interpretieren lassen oder wie man mit einfachen Mitteln neue Kaufanreize schafft. Neben umfangreichem Lehrmaterial zur Einbindung des Wettbewerbs in den Unterricht, finden Berufsschulen weiteres Informationsmaterial zum Download auf der Homepage des Wettbewerbs.

Die Preisverleihung findet im Rahmen des 128. Deutschen Fleischer-Verbandstages (14./15. Oktober 2018) in Hamburg statt, zu der Homann Foodservice die Sieger/-innen inkl. Anreise und einer Übernachtung einlädt. www.homann-snackstar.de



LOKALE ORIGINALE

Regionale Fleisch- und Wurstspezialitäten und deren kreative Abwandlungen stehen im Fokus des „Homann Snack Star 2018“. Der Nachwuchswettbewerb findet zum achten Mal statt.



Seit 2012 engagieren sich das Fachmagazin „Fleischer-Handwerk“ der B&L MedienGesellschaft, Homann Foodservice und der Deutsche Fleischer-Verband (DFV) mit diesem Wettbewerb für Auszubildende und Nachwuchskräfte im Fleischerhandwerk. 2018 lautet das Motto „Lokale Originale“. Gesucht sind Snack-Ideen mit einer typischen Köstlichkeit aus der jeweiligen Region der Teilnehmer, z. B. Weißwurst, Maultaschen, Ahle Wurst etc., oder neu interpretierte regionale Klassiker. Bei dem Ideen-Wettbewerb zum Trendthema Snacks mitmachen können Fleischerei-Nachwuchskräfte (Azubis und Junioren bis zehn Jahre nach Abschluss der Ausbildung). Diese entwickeln alleine oder im Duo Snack-Ideen, die eine Fachjury im Sommer nach den Kriterien Idee/Name, Optik/Geschmack, Zubereitung und Kalkulation bewertet. Eine Vorauswahl von rund zehn Snacks wird danach zusätzlich einem Praxistest in der Küche unterzogen. Über 150 Rezepteinsendungen 2017 zeigten erneut, wie viel kreatives Potenzial im Fleischernachwuchs steckt.

TRANSPARENTE WAHL

Wie 2016 und 2017 werden die Top-Rezepte auf www.homann-snackstar.de für ein Online-Voting bereitgestellt. Jeder kann dort für seinen Favoriten abstimmen und die Wahl mit-



Alle Details, Schulungsmaterialien sowie das Bewerbungsformular gibt es auch unter www.homann-snackstar.de

Einsendeschluss: 20. Juli 2018

ZURÜCK ZUR NATUR

Auch bei Gewürzen gewinnen natürliche Inhaltsstoffe und das Thema Clean Label an Bedeutung. Nicht nur aufgeklärte Verbraucher schätzen Lebensmittel, die ohne Zusatzstoffe auskommen. Das spiegelt sich auch in den Geschmackstrends 2018 wider.

Auf der Basis eines globalen Netzwerks sowie intensiver Markt- und Trend-Recherchen gibt Bell Flavors & Fragrances jährlich mit dem „Flavour und Trend Forecast“ einen Ausblick auf wichtige Geschmacksrichtungen sowie künftige Aromentrends, die das Jahr nachhaltig beeinflussen werden. Im Zuge des Health & Wellness-Megatrends spielt die Authentizität von Produkten für die Verbraucher eine immer zentralere Rolle, was dazu führt, dass Clean Label-Produkte gefragter sind als je zuvor. „Der zunehmende Fokus auf Transparenz und natürliche Auslobung unterstreicht den wachsenden Bedarf nach Zutaten, die einen echten Mehrwert bieten. Innovationen im Hinblick auf natürliche Inhaltsstoffe und Clean Label, etwa durch den Einsatz von Pflanzenextrakten, sind daher für uns ein zentrales Thema für das Jahr 2018“, erklärt Agneta Hoffmann, Marketing Specialist in Bells Flavor Division. Und Guido de Jager, Head of Group Marketing bei GNT, ergänzt: „Die Verbraucher sind skeptisch gegenüber künstlichen Zusatzstoffen mit E-Nummern. Sie meiden Produkte mit langen, schwer verständlichen Zutatenlisten und verlangen stattdessen nach natürlicheren Lebensmitteln“.

NATÜRLICHE AROMEN

Extrakte werden aus unterschiedlichen pflanzlichen Quellen wie Früchten, Blättern, Kräutern, Samen oder Blüten gewonnen. Sie finden in vielen Produkten, auch Gewürzmischungen





AVO-Werke



Frutarom Savory Solutions



Hagesüd

oder Marinaden, Anwendung, vor allem aufgrund ihrer geschmacksgebenden, organoleptischen Eigenschaften und eines natürlichen Aromas. Die Verwendung von Pflanzenextrakten wird 2018 und in den kommenden fünf Jahren deutlich steigen. Schon heute deklarieren rund 10 % aller globalen Produktneueinführungen in diesem Bereich Kräuterextrakte in ihrer Zutatenliste. Ein Trend, der sich weiterhin fortsetzen wird. Betrachtet man die Kategorie der Kräuter und Gewürze, sind es etwa Extrakte von Rosmarin, Krauseminze oder schwarzem Pfeffer, die als Highlights hervorstechen. Grund dafür ist ihre Vielseitigkeit. Ebenso faszinierend ist der Trend zu floralen Noten, z. B. Rosenblüte oder Lavendel. Auch der

Boom von Superfoods spielt beim Thema Extrakte eine wichtige Rolle. Das Extrakt der Ginsengwurzel etwa – seit Jahrhunderten fester Bestandteil der asiatischen Kultur und Küche – taucht immer öfter in europäischen Märkten auf und verbindet gesunde Attribute mit einem Hauch Exotik. Weitere Flavour-Trends bieten authentische Geschmacksreationen, wie die Kombination aus Trüffel und Käse, geräuchertem Trüffel oder geräucherten und karamellisierten Zwiebeln. Auch Fleisch-Aromen mit röstig-herzhaftem Profil werden an Bedeutung gewinnen ebenso wie innovative Aromen, z. B. Craft Beer in Verbindung mit rauchigen BBQ-Noten. Damit lässt es sich auch bei Kunden im Fleischereifachgeschäft punkten.

WAS GIBT'S NEUES?

Doch mit welchen geschmacklichen Überraschungen warten die Gewürzhersteller 2018 auf? Setzt sich der Trend zur Schärfe fort oder spielen die bereits genannten Trends eine Rolle? Nachfolgend werden einige ausgewählte Neuheiten vorgestellt:

Für Fleisch und Fisch eignet sich die neue Marinade auf Basis von fermentiertem Pfeffer, Lafiness Black Aged Pepper von AVO. In Sri Lanka und Kambodscha ist die Tradition dieser Fermentation beheimatet. Dort wächst der Pfeffer in natürlichen Berg- und Urwaldlandschaften, wird manuell geerntet, mit Meersalz vermenget und über Wochen unter kontinuierlicher Pflege in einen besonderen Reifegrad versetzt. Die Meer-salzfermentation verändert die ätherischen Öle des schwarzen Pfeffers völlig. Es entsteht ein nancenreiches Aroma. Eingebettet in kalt gepresstem Rapskernöl und mit Meersalz versehen, reiht sich die Marinade ins Lafiness Premium-Sortiment ein, zu dem Black Garlic, Trüffel, Roasted Jalapeno, mediterrane Kräuter und 4-Pfeffer zählen.

Einen köstlichen Start in die Grillsaison verspricht *Frutarom Savory Solutions* mit Produkten der Marken Gewürzmüller und Wiberg. Gewürzsalze verleihen Kurzgebr-

tenem vom Rind, Schwein oder Geflügel Pep. Zudem gibt es schmackhafte Dip-Saucen. Zur Gewürzmüller-Range zählen das Weinbauer OG Gewürzsalz mit herzhaftem Geschmack nach Paprika, Pfeffer und Koriander sowie die Zutatenmischung Chicken Grill Baltika, die für eine knusprige Haut sorgt und mit Kurkuma, Koriander und Paprika verführt. Im Wiberg-Sortiment kann das Schweins-Knuspri Gewürzsalz, das sich für Kurzbratstücke, Schweinebraten oder Schaschlik-Spieße eignet, Kunden überzeugen. Die Wiberg BBQ Sauce passt als Dip zu Fleisch bzw. Gemüse, als Zutat für Dressings oder für Pfannengerichte. Lammfilet mit Knoblauchkruste oder Pulled Turkey-Burger sind nur zwei Zubereitungsmöglichkeiten der Wiberg Knoblauch Sauce.

Einfach im Handling, tiefkühl- und taustabil sowie ohne zugesetztes Mononatriumglutamat – das kennzeichnet vier neue Würzsau-zen von *Hagesüd*, die ein sommerliches Grillfest ebenso bereichern können wie Fingerfood-Häppchen oder einen Salat. Zur Wahl stehen die klassisch rauchige DIP Raffinesse Honey BBQ, die temperamentvolle DIP Raffinesse Mexican Salsa, die indisch angehauchte DIP Raffinesse Indian Tandoori und die asiatische Variante Thai Green

Fotos: AVO, Frutarom, Hagesüd Interspic

Indasia
... dem Geschmack zuliebe

Entdecken Sie unsere würzigen Neuheiten zur Grillsaison 2018!

INDASIA GEWÜRZWERK GMBH
Malberger Straße 19 • D-49124 Georgsmarienhütte
Tel. +49 5401 3370 • Fax +49 5401 337 37
info@indasia.de • www.indasia.de



Lay Gewürze



Nubassa Gewürzwerk



Van Hees

Curry. Alle gibt es in einer praktischen 925-ml-Squeeze-Flasche mit speziellem Dosiersverschluss. Neu im MarnierSoft Marinaden- und Eldorado Gewürzsaucen-Sortiment sind die orientalisches inspirierte MarinierSoft Bosphorus und die Eldorado Gewürzsaucen Acapulco mit Jalapeno für das kreative Verfeinern von Fleisch, Geflügel, Fisch oder Gemüse.

EIN HAUCH VON RUSSLAND

Zur Grillsaison 2018 präsentiert das Indasia Gewürzwerk „Scharfmacher“ sowie internationale Rezepturen zur Fußball-WM in Russ-

land. Dazu zählt eine feurige Variante für Grill- und Bratengerichte – das Dekora-Hot Grill-Roll-Spießbraten-Gewürzsalz. Dazu bietet der Gewürzspezialist eine Aktion unter dem Titel „Die Welt zu Gast in Russland“ mit Rezepturen aus großen und kleinen Fußballnationen an. „Selbstverständlich fiebern wir mit unserem Team mit, kulinarisch werfen wir aber gerne einen Blick auf andere Länder. Immer mehr Verbraucher entdecken exotische Köstlichkeiten mit vielfältigen Aromen als willkommene Abwechslung zur typisch deutschen Küche“, verrät Fachberater Lukas Willmann.

Mit kreativen Würzungen wartet auch Lay Gewürze auf. Da Braten in Russland gerne in Kefir eingelegt wird, gibt es zur Fußball-WM die Marinaden Kefir „Kräuter“ und „Paprika“. Sie bestehen zu über 50 % aus Kefir und Buttermilch. Gewürztes Fleisch wird zart und durch die Milchprodukte angenehm braun. Neu sind zudem das grüne Gewürzöl Marinol Taiga mit würzigem Geschmack nach Meerrettich, das Pfannengerichte und Steaks verfeinert, sowie die schwarze Variante Marinol Blacky mit Sojasauce und den Würznoten Knoblauch und Ingwer. Eine spar-

same Anwendung wird empfohlen. Für küchenfertige Erzeugnisse, die roh verkauft werden, wurde die Zartessa®-Produktlinie um Zartessa® EU ergänzt. Das Ergebnis sind Bratenstücke, die auch beim Braten zart bleiben. Bei küchenfertig zubereitetem Fleisch eher Trockenwürzung oder Marinade? Dazu variieren die Meinungen. „Selbst in Verbindung mit Öl erreicht mit einer Streuwürzung mariniertes Fleisch nicht den Glanz einer Ölmarinade, da übliches Speiseöl schnell wieder vom Fleisch abläuft. Besser ist es spezielle Würzöle zu nutzen, die

Fotos: Lay Gewürze, Nubassa Gewürzwerk, Van Hees



Vielfalt im
Geschmack
und immer mit
Sicherheit
gereift.

Beck
Gewürze und Additive



Moguntia

auf einer optimalen Ölbasis basieren und mit Gewürzextrakten versetzt sind, die ein Vergrauen verzögern“, sagt Moguntia-Produktmanager Hubert Stumpf. Das Unternehmen hat mit den viskosen Ölmarinaden der Aromette-Reihe eine praktische Lösung im Angebot. Die Öle und Fette in den Aromette® Würzcremepasten bilden eine natürlich Barriere für das Salz, wodurch der Mariniervorgang zwar leicht verzögert wird, die Optik in der Theke aber sehr stabil ist. Das Marinieren kann einen Tag zuvor erfolgen, um in Stoßzeiten flexibel zu sein. Im Sortiment gibt es z. B. die dunkelrote Aromette® Spanischer Pfeffer, die gelbe Aromette® Curry sowie weitere Varianten von Thai Curry bis Brasil.

EXOTISCHE EINDRÜCKE

Im 85. Jahr seines Bestehens wartet das Nubassa Gewürzwerk mit raffinierten Ideen auf. Zwiebeln, fruchtiger Paprika und eine Gin-Note kennzeichnen die Marinade

Quicksoft Ginbury CL/AF, die Rumpsteaks, rustikale Spieße u. a. pffrige Barbecue-Variationen verfeinert. Neu ist außerdem die rote Grillmarinade Quicksoft Bloody-Mary CL mit Tomaten-Wodka-Aroma, Sellerie und schwarzem Pfeffer, die selbst einen Tomaten-Früchte-Spieß pikant aufpimpt. Süß-scharf hingegen ist die Quicksoft-Marinade Honig-Senf CL, die sich etwa für krosse Spare-ribs, saftige Thunfisch-Steaks oder Grillfackeln eignet. Herzhafte vegetarische Beilagen werden mit dem Quinoa-Mix Rote Bete CL/AF zum begehrten Grill-Hit. Ein geschmacklicher Clou sind die Quinoa-Bratlinge oder vegetarischen Burger-Patties. Die Kombination aus nussigem Quinoa, fein-süßlicher Roter Bete und Karotten setzt vegetarischen Gerichte in Szene. Bratwürstchen und Steaks sind gut, kreativ marinierte Fleischspezialitäten in unterschiedlichen Geschmacksrichtungen noch besser. Dafür präsentiert Van Hees zwei

neue Vantasia® Schlemmer-Öle: Sweet Paradise oGAF und Senfzauber oG. Die erste Variante ist eine rot-violette Marinade von kräftiger Farbe. Sie eignet sich für Geflügel- und Schweinefleisch und enthält kein Glutamat oder kennzeichnungspflichtige Allergene. Die zweite goldbraune Sorte weist grobe Kräuterbestandteile auf und passt gut zu saftigen Schweinesteaks. Zudem führt dieser Hersteller verschiedene Gewürzpräparate für grobe und feine Bratwürste im Sortiment, z. B. Van Hees® Bratwurst mit Zitrone oG oder Van Hees® Bratwurst excellent oGAF mit Muskatblüte und leicht pikantem Ingwer. Doch das ist längst noch nicht alles für 2018: Sicher gibt es in den kommenden Monaten sowie auf der Süffa im Oktober in Stuttgart auch noch das ein oder andere neue Geschmackserlebnis zu entdecken. Denn: Auch im Winter wird das Grillen bei den Deutschen immer beliebter. mth

Indasia Gewürzwerk



Nützliche Links

- www.avo.de
- www.bell-europe.com
- www.frutarom.eu
- www.hagesued.de
- www.indasia.de
- www.lay-gewuerze.de
- www.moguntia.de
- www.nubassa.de
- www.van-hees.com

GRILLEN SPEZIAL 2018



Das Kundenmagazin „Grillen Spezial 2018“ der B&L Medien-Gesellschaft ist inklusive zugehöriger Werbemittel und -vorlagen eine komplette Werbeaktion für die Grillsaison.

in f-Marken-Fleischereien konzipiert. Das 24-seitige Magazin ist das Kernelement der Aktion. Fleischer verteilen es als Service an ihre Kunden. Es bietet jede Menge Grillwissen und vermittelt Verbrauchern die hohe Kompetenz des Fleischerhandwerks hinsichtlich Grillen und BBQ. Es ist voll von heißen Grilltipps und -tricks. QR-Codes verlinken auf zusätzliche Rezepte und Infos auf www.meine-grillparty.de. Das adäquat dazu entwickelte Werbemittelpaket ist kostenlos und enthält Angebotsplakate, Thekenaufsteller, Gewinnspielkarten, Internetbanner, Handzettel und digitale Plakate für Theken-TV-Systeme zum

Download. Als Gewinn winken hochwertige BBQ-Thermometer mit APP-Funktion. Fleischereien, die ihre Homepage mit Grillrezepten aufwerten wollen, können per Hyperlink oder verlinktem Banner auf www.meine-grillparty.de verlinken. Ab 500 bestellten Heften, ist das ePaper kostenfrei. Dieses trägt ebenso das Logo der Fleischerei und ist via Smartphones oder Tablets lesbar. Das Magazin kann bei Bedarf auf der Vorder- sowie Rückseite individualisiert werden. Bei hohen Abnahmemengen, z. B. von Filialisten und Innungen, sind Innenseiten mit eigenen Inhalten möglich. www.blmedien.de/grillen

Ziel des Magazins ist es, den Fleischermeister als Grillspezialisten zu positionieren, beim Verbraucher den Bedarf

nach den Grillprodukten aus Fleischer-Fachgeschäften zu wecken und die Bindung zur f-Marke zu fördern. Es ist nur für den Einsatz



GRILLTERMINE 2018

Grillen wird bei den Deutschen immer beliebter. Dem Trend entsprechend gibt es das ganze Jahr über hinweg Grillevents. Hier ein kleiner Überblick auf ausgewählte Veranstaltungen:

- 27. bis 29. April:** Greek Fire Festival, Reichshof
- 29. Juni bis 01. Juli:** BBQ an der Burg, Bad Bederkesa
- 21./22. Juli:** Black Forest Smoke & Wine Festival, Bad Bellingen
- 04./05. August:** Deutsche Grill- & BBQ-Meisterschaft, Fulda
- 18./19. August:** EUregio-BBQ, Waldfeucht-Haaren
- 22./23. September:** Ruhrpott BBQ, Waltrop
- 14. Oktober:** Stadtgrillmeisterschaft, Leutkirch

Fotos: B&L MedienGesellschaft, Theimer

AVO

★★★★★
LAFINESS
PREMIUM

NEU!

Ausgereifte Würzidee!

Die neue **AVO Lafiness Black Aged Pepper** begeistert Genießer mit hochwertigem meersalzfermentiertem Pfeffer, eingebettet in kalt gepresstem Rapskernöl. Entdecken Sie komplett neue Pfefferaromen und genießen Sie die neue Lafiness Premium-Kreation zu edlen Steaks.

AVO-WERKE · August Beisse GmbH · Industriestraße 7 · D-49191 Belm
Tel. 0 54 06 / 5 08-0 · Fax 0 54 06 / 4 126 · info@avo.de · www.avo.de



DELIKATES(S) DUO

Von Mitte April bis zum Johannistag (24. Juni) heißt es wieder: Spargel satt. Der Klassiker ist die Kombination mit rohem oder gekochten Schinken. Regionaler Bezug und Vorlieben kennzeichnen den Geschmack der Kunden. Aber auch internationale Sorten werden immer wieder gerne nachgefragt.



Van Hees



Tannenhof



Bedford

Kirschen rot, Spargel tot“, beschreibt eine Bauernregel das Ende der Spargelzeit hierzulande. Doch bis dahin landen auch in diesem Jahr abertausende Stangen des einst königlichen Gemüses auf dem Teller. Ob weißer, grüner oder violetter Spargel – gekocht, gedünstet, gegrillt oder gebraten – mit der passenden Sauce, Fleisch oder Fisch ist das Gemüse ein Gaumenschmaus. Ob traditionell oder modern interpretiert, hier lässt sich mit einfachen Abwandlungen in der Küche eine große Wirkung erzielen. Erfahrungsgemäß steigern Spargelgerichte die Attraktivität jedes Speisenangebotes und steigern so den Umsatz.

REGIONALITÄT IST TRUMPF

Auch Fleischerfachgeschäfte können vom lukrativen Spargelgeschäft profitieren und die

Kombination mit eigenen Schinkenspezialitäten preisgerecht anbieten – ob zum Mittagstisch, beim Partyservice oder Catering. Der beste und frischeste Spargel stammt fast immer aus der benachbarten Spargelregion, z. B. Beelitzer Spargel in Brandenburg sowie Schrobenshausener oder fränkischer Spargel in Bayern. Die Regionalität spielt beim Spargel auch aus sensorischen Gründen eine entscheidende Rolle. Denn: Der Frischeste ist der Beste. Stangen die in den frühen Morgenstunden gestochen wurden, gehören im Idealfall mittags auf den Teller. Daher schwört nicht nur jede Region auf die Besonderheit ihres Spargels, sondern bietet auch individuelle Vorlieben hinsichtlich der Kombination mit weiteren Komponenten, z. B. Schinken, Fleisch oder Fisch. Auf einer westfälischen Spargelplatte

Fotos: Colourbox.de, Van Hees, Tannenhof Schwarzwälder Fleischwaren, Bedford

darf westfälischer Knochenschinken nicht fehlen, während entlang der Badischen Spargelstraße von Schwetzingen bis Scherzheim das Pendant aus dem Schwarzwald auf den Teller kommt. Gekochter Schinken wird in und um Beelitz bevorzugt, der Schrobenshausener Spargel von Weißbier, deftigem Schinken oder Nürnberger Würstchen begleitet. Im Nordwesten in Niedersachsen genießen die Gäste Nienburger Spargel mit Kräuterrührei. Neue Kartoffeln, zerlassene Butter sowie Sauce Hollandaise sind die klassischen Begleiter, die sich aber auch kreativ abwandeln lassen.

FÜR DIE SPARGELZEIT

Nachfolgend wird eine Auswahl an Spargel-Freunden vorgestellt, die in der Bedientheke punkten können. Die *Wurst- und Schinkenmanufaktur Bedford* bietet zur Spargelzeit Klassiker an. Der Spargelschinken aus magerer Schweineoberschale wurde mit grünen Spargelstücken bedeckt und schonend gebacken. Er ist nur von März bis einschließlich Juni erhältlich. Der handgeschürte Kernrauch-

schinken wird über Buchenholzspänen und Wacholderbeeren dunkel geräuchert. Für den Rindersaftschinken verwendet die Manufaktur magere Keulen junger Rinder, die mild gepökelt und im Netz dunkel geräuchert werden.

Die neue *Tannenhof-Kochschinkenspezialität*, aus dem Kernstück des Schweineschlegels, wird schonend im eigenen Saft gegart und dann im Schwarzwälder Naturrauch über Nadelhölzern dunkel geräuchert. Die kräftige Räucherung und die Pökellung mit einer speziellen Beize aus schwarzwaldtypischen Gewürzen wie Lorbeer, Koriander und Wacholder verleihen ihm seinen herzhaft-würzigen Geschmack. Er zeichnet sich durch sein typisches Aroma und seine Zartheit aus. Durch die dunkle Räucherung erhält der Schinken eine attraktive Optik und fällt aufgeschnitten im Thekenbild positiv auf. Zur Spargelzeit bietet das Unternehmen zudem attraktive Aktionen rund ums Thema Spargel und Schinken. Durch den Einsatz der braunen Würze Rental® BB oGAF von *Van Hees* erhalten Kochpökelnwaren ein ansprechendes dunkelbraunes bis



Spargel ist ertefrisch wenn...

- ...Schnittflächen hell, glatt und saftig sind
- ...pralle Stangen glänzen
- ...die Schuppenblätter möglichst geschlossen sind
- ...er angenehm duftet
- ...die Stangen beim Aneinanderreiben quietschen

Foto: Colourbox.de



Vielfalt für jeden Geschmack!



schwarzes Äußeres mit Premium-Charakter und werden so schnell zum Blickfang in der Theke. Sie ist geschmacksneutral und frei von E-Nummern, zugesetztem Glutamat sowie kennzeichnungspflichtigen Allergenen. Die Anwendung ist einfach: Den Kochschinken nach dem Tumbeln in Netze einziehen, danach mit der Würze homogen einreiben und in die Kammer hängen. Nach Beendigung des Räucherprogramms auf einer Kerntemperatur von 70 bis 72°C brühen und kurz abducken. Doch welcher Schinken – ob aus eigener Herstellung oder nicht – im eigenen Geschäft am besten ankommt, entscheiden die Geschmacksvorlieben der Kundschaft vor Ort – und der Kunde ist schließlich König. *mth*



Spargelanbaugebiete in Deutschland (Auswahl)

- **Baden-Württemberg:** Rhein-Neckar-Kreis bei Schwetzingen, Oftersheim, Reilingen;
- **Nordbaden:** Spargelmarkt in Bruchsal, Hügelsheim (LK Rastatt)
- **Bayern: Niederbayern:** Abensberg, **Oberbayern:** Schrobenuhnen; **Franken:** zwischen Erlangen und Nürnberg, Bamberger Umland, fränkisches Maindreieck
- **Brandenburg:** die Zauche rund um Beelitz; Beetz/Sommerfeld
- **Hessen:** Kreis Groß-Gerau; südhessische Sandbodenregion westlich von Darmstadt
- **Niedersachsen:** Landkreis Nienburg/Weser; südliches Osnabrücker Land
- **Nordrhein-Westfalen:** die Senne bei Paderborn; Münsterland; Niederrhein: Spargeldorf Kessel
- **Sachsen-Anhalt:** Altmark rund um Osterburg; Hohenseesen und Parchen im Jerichower Land
- **Thüringen:** gesamtes Thüringer Becken

Nützliche Links

www.bedford.de
www.friedensschinken.de
www.tannenhof.schinken.de
www.van-hees.com

EUROPÄISCHE SCHINKENSORTEN

Am Stück gewachsen, mit seiner Herkunft verwachsen: Schinken ist mehr als ein Stück Fleisch. Ob getrocknet oder geräuchert, aus Parma oder aus der Steiermark – nachfolgend einige bekannte Vertreter europäischer Schinkenkultur.

BAYONNER-SCHINKEN

Dieser Schinken stammt aus dem Adour-Becken im Südwesten Frankreichs und wird seit 1.000 Jahren in einem klar abgesteckten Gebiet hergestellt. Die dazu verwendeten Schweine stammen nur aus Zucht- und Mastbetrieben der Regionen Aquitaine, Midi-Pyrénées und Poitou-Charentes. Bei der Herstellung wird der frische, ganze Schinken mit Salz aus den Salinen des Adour-Beckens eingerieben und dann unter einer dicken Salzschiicht im Salzfass gelagert. Die Herstellung dauert neun bis zwölf Monate. Fertige Schinken tragen das Bayonne-Siegel mit dem baskischen Wappen Lauburu.

JAMÓN IBÉRICO

Dieser Schinken wird aus dem Fleisch von Ibérico-Schweinen sowie von Kreuzungen mit der Rasse Duroc-Jersey hergestellt. Nach der Schlachtung wird die Keule im Ganzen mit dem Eisbeinstück und der Klaue zugeschnitten. Dabei wird die Schwarte oberhalb der Klaue in V-Form dressiert und ein Teil der vorhandenen Speckschicht entfernt. Nach einer kurzen Trocknungszeit wird der Schinken rundherum mit Salz eingerieben und dieser Vorgang mehrfach wiederholt. Je nach Güteklasse beträgt die Reife- und Trocknungszeit zwischen zwölf und 38 Monaten.

PARMASCHINKEN

Der italienische Prosciutto di Parma, ist ein leicht gepökelter luftgetrockneter Schinken aus der Provinz Parma nordwestlich von Bologna. Eine frische Schweinekeule, Meersalz, die klimatischen Gegebenheiten der Region rund um Parma und eine ausgiebige Reifezeit sind sein Geheimnis. Der Parmaschinken steht seit 1996 unter dem Schutz der EU. Der Reifeprozess eines Prosciutto di Parma dauert mindestens zwölf Monate. Erst nach einer Prüfung durch ein unabhängiges Kontrollorgan erhält der Schinken sein Markenzeichen, die Krone der Herzöge, eingebrannt.



PRESENTO

Presunto ist eine luftgetrocknete Schinkenspezialität aus Portugal. Die beiden bekanntesten Sorten sind Presunto de Barrancos aus dem Distrikt Beja im Süden und Presunto de Chaves aus den Städten Chaves, Boticas, Montalegre sowie Macau im Distrikt Vila Real im Norden Portugals. Der Presunto de Barrancos wird ausschließlich aus den Hinterkeulen von Schweinen hergestellt, die mit Eicheln gefüttert werden. Das Aroma ist mild, leicht salzig und hat manchmal einen leicht würzigen Geschmack. Die Textur des Presunto de Barrancos ist faserig und nicht sehr weich.



SERRANO-SCHINKEN

Charakteristisch für den spanischen Serrano-Schinken ist sein mageres, kaum faseriges Fleisch mit mild-aromatischer Note. Ursprünglich reifte dieser Schinken an der frischen Bergluft. Für seine Herstellung wird das Fleisch hellhäutiger Hausschweine verwendet. Der Vorderschinken wird Paleta Serrana genannt, während der Hinterschinken Jamón Serrano heißt. Dieser weist einen Knochenanteil von etwa 30 % auf, beim Vorderschinken sind es 40 %.

Die Reifezeit dieses Schinkens an der frischen Bergluft. Für seine Herstellung wird das Fleisch hellhäutiger Hausschweine verwendet. Der Vorderschinken wird Paleta Serrana genannt, während der Hinterschinken Jamón Serrano heißt. Dieser weist einen Knochenanteil von etwa 30 % auf, beim Vorderschinken sind es 40 %.

VULCANO-SCHINKEN

Ein besonderer Genuss aus der österreichischen Steiermark ist der Vulcanoschinken. Dieser wird von drei Landwirten produziert, die sowohl für die Haltung der Schweine als auch für die Herstellung des Schinkens zuständig sind. Das Fleisch für den Rohschinken stammt von Vulcano-Schweinen, einer deutschen Edelrasse. Der Schinken reift mindestens 15 Monate, um sein typisches Aroma zu entwickeln. Zugesetzt werden dem Schinken nur etwas Meersalz und Gewürze. Die Schinkenkeulen werden entweder entbeint oder mit Knochen angeboten.

**ANUGA
FOOD
TEC**

Besuchen Sie uns
20. - 23.03.2018
Halle 9.1, Stand C010

VEMAG

IHR MATCH – MIT GENAUIGKEIT INS ZIEL

Für Höchstleistungen gibt es ein einfaches Rezept: maximale Genauigkeit in der Ausführung und souveräne Gelassenheit unter komplexesten Erfordernissen. Präziseste Längen und exakteste Gewichte auch unter hohen Geschwindigkeiten, bei allen Darmsorten. Dabei extrem sparsam im Verbrauch von Naturdarm durch optimale Ausnutzung vom ersten bis zum letzten Würstchen – bei rasanten Darmwechselzeiten und vollkommener Darmschonung sowie mit modularer Erweiterung zum Trennen und/oder Aufhängen. Akkurateste Reproduzierbarkeit im Handhaben der Därme durch servo-gesteuerte Darmschieber garantieren Siege in Qualität und Prozesssicherheit mit Kunst- und Kollagendarm. Solide Fitness steht für kürzeste Pausen, schnellste Wechsel und mehr Robustheit als der Gegner.

Wenn Darm- und Rohstoffeffizienz,
dann Vemag.

Wir VEMAG Team



Längenportioniergerät LPG208
Trennmaschine TM203





Wir sind für Sie da:

DAS TEAM – GEWINNEN ALS EINHEIT



Das Team steht über dem Gerät. Und das Gerät muss perfekt zum Team passen. Als Teamkollegen und Sparringspartner halten wir uns bereit, mit Ihnen Ihren Weg zur Spitzenleistung zu finden: bessere Produkte, effizientere Prozesse, neue Märkte, ganzheitliche Beratung und Diskussion und am Ende Spaß und Leidenschaft für große aber machbare Ideen. Gemeinsam und auf Augenhöhe, ehrlich und loyal und immer mit dem sportlichen Lächeln, gemeinsam etwas Schönes erlebt und erreicht zu haben.

Wenn erfolgreich Formen, Füllen, Portionieren, dann VEMAG.

Sprechen Sie mit uns über Ihre vielfältigen Möglichkeiten:

+49 (0) 4231 777-0 | e-mail@vemag.de



Flexibel & wirtschaftlich CLIPPEN

Die Tischclipper der Serie TCV von TIPPER TIE werden überall dort eingesetzt, wo es auf einen absolut sicheren Verschluss ankommt. Wurst, Geflügel, Wild, Muscheln, Frischfleisch- und Käsepackungen sind mit diesen Geräten zu verschließen.

Die Geräte der TCV Serie eignen sich sehr gut für die Vorkonfektionierung von Därmen, das Verpacken von Chemikalien und allen anderen Produkten, die im Netz, einem Beutel oder in verschiedenen Därmen verpackt werden. Die Maschinenserien TCV und TCNV werden sowohl in großen als auch in kleineren Unternehmen eingesetzt. Je nach Erfordernis können die robusten Helfer in verschiedenen Bereichen genutzt werden. Es gibt vielfältigste Anwendungen.

Die folgenden Einsatzbeispiele zeigen, wie universell der Clipverschluss vor, in oder nach dem Prozess einsetzbar ist.

Prozessverpackung

- ◆ Ein Produkt wird nach dem Verclippen gekocht oder eingefroren. Es kann danach weiter verarbeitet oder verschickt werden.
- ◆ Ein verclipptes Netz ermöglicht das Räuchern des Produkts in gewünschter Form und Oberflächenstruktur.

Schutzverpackung

- ◆ Ein Produkt wird aus Hygienegründen mit einer Schutzhülle versehen.
- ◆ Produkte werden in dicken Schutzbeuteln versandt.
- ◆ Produkte werden vor Staub geschützt zwischengelagert.

Endverpackung

Das verschlossene Produkt ermöglicht eine vorteilhafte Kundenpräsentation. Etiketten, Produktformen, Farben des Verpackungs- und Verschlussmaterials lassen viel Spielraum bei der Gestaltung von Produkten.

Standby-Maschine

- ◆ Hochflexibel kann mit diesen Maschinen auf

Kapazitätsspitzen, Nacharbeiten, Ausfall anderer Linien oder überraschende Tagesproduktionen reagiert werden.

- ◆ Auch die Verpackung von Spezialprodukten ist damit kostengünstig.

Verpackungsmaterial

- ◆ Die TCVx06 Serie ist einsetzbar für Beutel, Netze und kleine Kunststoffdärme.
- ◆ Die TCVx07 und die TCNV-Serie sind einsetzbar für Beutel, Netze, kleine Kunststoffdärme und alle anderen handelsüblichen Därme.
- ◆ Die TCNV-Serie ist einsetzbar für Natur-, Collagen-, Faser- und Kunststoffdärme.

Vorzüge

- ◆ Geringe Lebenszykluskosten durch robuste Konstruktion
- ◆ Der Instandhaltungs- und Wartungsaufwand ist minimal
 - ◆ Die Maschine erreicht die höchsten Standards bei Hygiene und Sicherheit
 - ◆ Hohe Standfestigkeit des Gerätes bei gleichzeitiger Beanspruchung einer sehr geringen Produktionsfläche
 - ◆ Maschine übersteht die härtesten zugelassenen Reinigungs-routinen
 - ◆ Hygienisches Design, glatte Oberflächen, rostfreie Materialien helfen beim Einhalten der gewünschten Betriebs-sauberkeit sowie einer schnellen und leichten Reinigung.

- ◆ Der TCNV Flachclip eignet sich sehr gut zum Verschließen empfindlicher Naturdärme.

Design

Tischclipper der TCV-Serie bestehen aus Chrom-Nickel-Stahl und Kunststoff, sie entsprechen den neuesten Anforderungen an Sicherheit und Hygiene, die in den verschiedensten Normen definiert sind, z. B. Europäische Maschinenrichtlinie und Clipmaschinennorm EN13885.

Ausstattungsvarianten

- ◆ Soll die Wurst hängend verarbeitet oder präsentiert werden, kommt der Schlaufeneinleger zum Einsatz
- ◆ Ein Messer sorgt für gerade und gut aussehende Zipfel
- ◆ Eine Wartungseinheit sorgt für saubere Arbeitsluft mit dem richtigen Druck; das mindert die Wartungskosten
- ◆ Einige Geräte der TCV Serie gibt es mit einer schwenkbaren Luft-Absaugvorrichtung. Damit werden die zu verschließenden Beutel luftleer gesaugt und dann in den Clipper geschwenkt und verschlossen.
- ◆ Für Sonderanwendungen und flüssiges Füllgut sind einige TCV Geräte in horizontaler Bauweise lieferbar.
- ◆ Die Maschine TCV106 ist in der Sonderausstattung mit Etiketteneinleger lieferbar. Hier wird ein Etikett während des Verschließens bedruckt und fälschungssicher unter dem Clip befestigt.



In den Adern der Familie Bohnert aus Oberkirch im Ortenaukreis fließt badisches Metzgerblut.

1937 von Georg und Anna Bohnert gegründet, von deren Sohn Günter und Ehefrau Christel weitergeführt, erstrahlt die Metzgerei als „Genusswerkstatt“ unter Jochen Bohnert in dritter Generation seit Herbst 2017 in neuem Glanz.

Helle und dunkle warme Holztöne, eine gerade Theke, ein Dry-Ager-Reifeschrank dahinter, schlichte Regale, helle Fliesen, Granitplatten, ein goldener Stierkopf des Künstlers Otmar Hörl sowie typische Köstlichkeiten Schwarzwälder Metzgerskunst bestimmen hier das Bild. Seine neue „Genusswerkstatt“ am Rand der Fußgängerzone am Platz neben der katholischen Kirche eröffnete Jochen Bohnert am 15. November 2017. Es war der dritte Umbau des Ladens seit dem Kauf einer ehemaligen Bäckerei durch seinen Großvater 1955. 1986 erhielt der Laden letztmals

vor dem aktuellen Umbau ein neues Gesicht. Der Betrieb ist einer von vier handwerklichen Metzgereien in dem 20.000-Einwohner-Ort nahe Offenburg, der durch seinen Rotwein und den Obstanbau bekannt ist. „Aber die Einzige in der Altstadt, und daher ein fixer Einkaufsort für viele in Sachen Fleisch und Wurst. Wir haben viele Stammkunden, rund 90 % des Umsatzes kommen über die Ladentheke“, berichtet Jochen Bohnert, der seit 2006 Inhaber ist. Etwa zehn Mitarbeiter beschäftigt er, darunter einen Metzgermeister und einen Koch – er selbst ist fast nur im Laden präsent.

Eine Genusswerkstatt



KONZEPT

BOHNERT: DIE GENUSSWERKSTATT – OBERKIRCH

In dritter Generation geführte Familienmetzgerei im Ortenaukreis. Fleischbezug von der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall, zuvor Partner von Qualivo-Fleisch.

Bis zum Umbau halfen auch die Eltern noch täglich mit. Seit dem Umbau gibt es zudem zwei statt nur einem Mittagsgeschäft aus der Heißen Theke – davon eines ohne Fleisch. Die Mittagskarte lockt etwa mit Königsberger Klopsen, Saccotini Couscous mit Merguez und Gemüse, Ravioli mit frischen Pilzen und Salat oder überbackenem Schweinesteak mit Waldpilzen und Spätzle. „Mit warmem Mittagessen beliefern wir zudem einige Senioren sowie drei Kindergärten und eine Schule“, ergänzt der Metzgermeister. Dazu kommt ein Hofladen, der auf seinen Schwarzwälder Schinken schwört.

HANDWERK MIT HALTUNG

Der Entschluss für den Umbau fiel im Herbst 2016. „Der Laden sollte ruhiger werden und wir wollten die Handwerkstradition wieder in den Vordergrund rücken. Daher auch der Stierkopf, die Naturmaterialien und die zwei Porzellan Schweinchen auf dem Regal, die schon im Geschäft des Großvaters standen“, beschreibt er seinen Ansatz: Auch wenn die „Genusswerkstatt“ nun 2 m weniger Theke hat als zuvor (6,25 m, vorher 8 m), dafür aber rund zehn Hocker an einem Hochtisch. Weitere rustikale Sitzplätze vor dem Laden sollen folgen.

Im Gegensatz zu vorher steht die Kühltheke nun genau spiegelverkehrt im Raum. Auch der Durchgang zur Küche ist zu. „Die Ware soll für den Kunden wieder im Fokus stehen“, betont Jochen Bohnert. Partner beim Umbau war bfm Ladenbau. „Am 22. Oktober rissen wir alles raus, am 15. November war alles über die Bühne“, sagt der Metzgermeister. Spontan entschied er sich, einen in die Thekenfront integrierten Kassensautomat umzusetzen. Auch dies nahmen die Kunden positiv an und der Warendurchlauf stieg seitdem.

Zum Weihnachtsgeschäft 2016 stellte der Metzgermeister das viele Jahre bezogene Qualivo-Fleisch auf Fleisch der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall (BESH) um – die Kunden trugen die höheren Preise aufgrund der höheren Qualität problemlos mit. „Ich habe mich immer mehr mit Massentierhaltung, alten Rassen und Fleischqualität beschäftigt. Meine Kunden sollen Fleisch mit gutem Gewissen genießen, und kein Industriefleisch“, betont er. Und so bekommt er Schweine-, Rind-, Kalb- und Lammfleisch zweimal pro Woche zugeschnitten geliefert. Daraus entstehen nicht nur Schwarzwälder Schinken, sondern z. B. Trüffel- oder französische Salami,

PROFI-PARTNER

- **Autoklav:** Korimat
- **Bargeldloses Bezahlssystem:** Diebold Systeme (Software), Glory (Hardware)
- **Füller:** Handtmann
- **Gewürze:** Beck Gewürze & Additive, AVO-Werke, Frutarom Savory Solutions
- **Kutter:** K+G Wetter
- **Ladenbau:** bfm Ladenbau
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Pökelinjektor:** Günther Maschinenbau
- **Räuchertechnik:** Fessmann
- **Spültechnik:** Winterhalter

ERFOLGSFAKTOREN

- **Handwerkstradition aktiv mit Leben füllen**
- **Eigenes hohes Qualitätsbewusstsein**
- **Intensiver kollegialer Austausch und Netzwerken**
- **Langjährige Mitarbeiter**
- **Verbundenheit mit Stadt und Region**

Eichelmastschinken sowie -leberwurst im Glas oder Maultaschen in Strudelform. Filets im Blätterteig, Merguez-Bratwürste u.v.m. warten tiefgekühlt im Schrank vor der Theke auf Abnehmer – und finden sie auch.

Schon immer war es ihm wichtig, sich mit Kollegen auszutauschen, sonst „kocht man im eigenen Saft“. Daher zählte er auch im Oktober 2016 zu den ersten deutschen Butchers Manifesto-Metzgern, nahm an drei „Trüffeljagd“-Events der Adalbert-Raps-Stiftung teil und ist auf Social-Media-Kanälen präsent. Im Sommer 2017 belegte er den dritten Kurs zum Fleisch-Sommelier an der Fleischerschule Augsburg. „Heute muss man Trends früh erkennen und mit Leben füllen“, betont er. Vier Grillkurse mit der BESH-Grill-Akademie mit Outdoor-Küche stehen im Sommer an.

mth

www.metzgerei-bohnert.de



Fotos: Metzgerei Bohnert, Theimer



Zwei Fleischermeisterinnen und eine Fleischerin – das ist das Führungstrio der Metzgerei Salzberger aus Bad Griesbach in Niederbayern. Mutter Michaela und ihre Töchter Anna (30) und Lea (19) verkaufen ihre Fleisch- und Wurstspezialitäten ausschließlich mobil.



Metzgerei ohne Laden

Freitags 10 Uhr auf dem Wochenmarkt in Gröbenzell, einem Vorort westlich von München. Ein fixer Termin für viele Einheimische, die jede Woche hier u. a. typisch bayerische Fleisch- und Wurstspezialitäten einkaufen. Man kennt sich, auch am reichhaltig bestückten Verkaufswagen der Metzgerei Salzberger.

„Wir haben zu 80 % Stammkunden. Gerne schneiden wir Koteletts vom Stück ab und so viele Scheiben Wurst oder Schinken, wie der Kunde möchte“, betont Anna Salzberger. 7 m lang ist die Theke, davon rund 3 m, in denen frisches Fleisch liegt.

Anna und Lea kennen die Verkaufswagen, von denen vier von mittwochs bis samstags von 7 bis 18 Uhr an 14 Standorten im Großraum München sowie in Passau und Regensburg im Einsatz sind, seit ihrer Kindheit. Zuerst erkannte ihr Großvater Anton (79) das Potenzial des mobilen Verkaufs in den 70er-Jahren, später baute Michaela Salzberger diesen Vertriebsweg nach und nach aus.

Anton Salzberger gründete die Metzgerei 1972, zunächst noch mit einem Laden in Aunkirchen in der Nähe von Vilshofen an der Donau, der aber einige Jahre später aufgegeben wurde. Dafür entschied er sich aber im Jahr 2000, einen eigenen Bauernhof inkl. Schweinezucht zu betreiben, um die Fleischqualität in eigenen Händen zu haben. Bewirtschaftet wird dieser seit Jahren von einem rumänischen Ehepaar. Das ist auch für Anna Salzberger ein entscheidender Faktor: „Wir bauen unser Futter für die Schweine selbst an. Auf dem Hof gibt es etwa 350 Schweine

der Rasse Deutsches Landschwein“, erklärt sie. Ihren Meister machte sie – ebenso wie ihre Mutter – 2009 an der Fleischerschule in Landshut, setzte 2010 dort den Betriebswirt des Handwerks drauf und bildete sich 2012 an der Fleischerschule in Augsburg zur Ernährungsberaterin weiter.

Für ihre Schwester Lea steht der Meisterkurs in diesem Jahr auf den Plan.



BASIS IM UMLAND

Während die Schweine aus eigener Aufzucht stammen, kommt das Fleisch der Rinder von einer Reihe kleinerer Bauern aus dem Bayerischen Wald.

„Durch die lange Zeit auf der Weide haben wir auch hier eine hohe Fleischqualität und das Fleisch ist schön marmoriert. Wir verarbeiten und verkaufen vor allem Färsenfleisch und die Tiere werden nicht mit Mais gefüttert“, betont Anna Salzberger. Geschlachtet werden Schweine und Rinder nicht in der 2007 von einer anderen Metzgerei erworbenen Produktion in Bad Griesbach, sondern im Schlachthof in Passau. Dort waren die beiden Schwestern in ihrer Lehrzeit auch einmal pro Woche, um sich das Rüstzeug in punkto Schlachten und Zerlegen anzueignen. Heute beschäftigt das Damen-Trio sechs Mitarbeiter in ihrer Produktion, davon einen weiteren Meister. Dort wird zweimal pro Woche das komplette Sortiment an Wurstwaren (ca. 500 bis 900 kg) hergestellt und das Frischfleisch vorbereitet. Pro Woche verkauft die Metzgerei neben Wurstwaren etwa Fleisch von 4½ Rindern.

Und wie gelangen die niederbayerischen Spezialitäten auf die Wochenmärkte nach München, Bad Tölz, Dachau oder Unterpfaffenhofen? „Ganz einfach: Wir haben ein Haus in Hallbergmoos in der Nähe des Münchner Flughafens gemietet, in dem wir – und auch einige Mitarbeiter – an den Verkaufstagen wohnen. Dort liefern wir die Waren per 7,5-t-LKW an und lagern sie in Kühlräumen“, erklärt Anna Salzberger. Um 4 Uhr morgens werden die Verkaufswagen bestückt und machen sich

gegen 6 Uhr auf den Weg zu ihren Einsatzorten. „Der Verkauf startet um 7 Uhr. Manchmal haben wir an einem Tag auch zwei Standorte mit einem Wagen“, sagt sie. Seit mindestens zehn Jahren setzen die Salzbergers auf Verkaufswagen von Borco-Höhns. „Ein Wagen hielt sogar mal 23 Jahre durch. Bald ist sogar vielleicht wieder ein neuer fällig“, schmunzelt sie. Und noch eine Besonderheit gibt es in der Metzgerei ohne Laden: Der Verkauf in den Wagen wird mit einer Ausnahme und drei Salzberger-Damen nur von Männern erledigt. Zwei bis vier Mitarbeiter sind dafür pro Wagen im Einsatz. „Einer davon kommt aus Afghanistan und hat sich sehr gut eingearbeitet. Er isst zwar kein Schweinefleisch, kann aber sehr gut verkaufen und ist freundlich zu den Kunden“, sagt Anna Salzberger. Und so ist es auch an diesem Vormittag in Gröbenzell. Die Kunden greifen fleißig zu Weißwürsten, Presssack, Honigschinken oder zur luftgetrockneten Valle rosso-Salami, die es u. a. in den Geschmacksrichtungen Fenchel und Knoblauch gibt. Und so mancher überlegt sich sicher schon, was er in der nächsten Woche kaufen wird. *mth*

www.metzgerei-salzberger.de

ERFOLGSFAKTOREN

- **Transparente Erzeugung (Schweine) und Produktion**
- **Persönliche Präsenz und Kundenpflege**
- **Bodenständig und krisenfest sein**
- **Wertvolle Lebensmittel erzeugen und verkaufen**
- **Zusammenhalt und Ehrlichkeit untereinander und gegenüber Mitarbeitern**

PROFI-PARTNER

- **Bandsäge:** Kolbe Foodtec
- **Clipper:** Poly-clip System
- **Füller:** Vemag Maschinenbau
- **Kochkessel:** Germos/Ness
- **Kutter:** Seydelmann
- **Räuchertechnik:** Germos/Ness
- **Speckschneider:** Treif Maschinenbau
- **Spülmaschine:** Jeros
- **Tumbler:** Rühle
- **Verkaufsmobile:** Borco-Höhns
- **Wolf:** Seydelmann

KONZEPT

METZGEREI SALZBERGER – BAD GRIESBACH

Familiengeführte Metzgerei aus Niederbayern mit vier Verkaufswagen, die ihre Waren an 16 Standorten mobil verkauft. Eigene Schweinezucht und zentrale Produktionsstätte. Lokale Basis im Großraum München.



Jedes Stück Fleisch ist premium

Handwerker sind die Zahnärzte der Zukunft: Davon ist der Bio-Metzger Andreas Dreymann überzeugt. Die Metzger werden laut dem Augsburger Fleisch-Sommelier die Köche bald als Rockstars der Branche ablösen.

Viel schöner kann ein Arbeitsplatz kaum sein: Die Produktionsstätte der Bio-Metzgerei Dreymann liegt auf dem idyllischen Gut Wulfsdorf in Ahrensburg direkt hinter der Stadtgrenze Hamburgs. Inmitten von Feldern und Wiesen bietet der Demeter-Betrieb Landwirtschaft pur mit Rindern, Schweinen, Schafen und Gänsen sowie Hofladen, Café und Bäckerei.

2002 startete Andreas Dreymann auf dem Gut mit seiner Demeter-Metzgerei. Gebürtig kommt er aus dem Harz, wo sein Vater eine Fleischerei hat. Nach seiner Ausbildung wollte er erst einmal weg in die Großstadt und landete als Zerleger auf dem Fleischgroßmarkt. „Das war eine interessante Zeit mit netten Kollegen, doch körperlich gesehen auf Dauer eher sub-optimal“, erzählt er. Er suchte nach etwas Neuem und fand 1994 die Bioland-Fleischerei Fricke. Dort war er in einem Verkaufswagen auf Öko-Wochenmärkten eingesetzt. „Das war ein Crash-Kurs in Sachen Verkauf, total chaotisch und auch noch mitten im Weihnachtsgeschäft.“ Doch er merkte schnell, dass ihm das Verkaufen liegt.

Innerhalb von zwei Jahren verdoppelten sich die Umsätze und er baute weitere Wochenmärkte für die Fleischerei Fricke auf. Bis 2002 blieb er bei der Bio-Fleischerei und absolvierte nebenbei die Meisterschule. Gut Wulfsdorf kannte er, da dort auch einmal pro Woche ein Fricke-Verkaufsladen stand. Als hier ein neuerer, mit einer unabhängigen Bio-Metzgerei größerer Hofladen geplant wurde, nutzten Andreas Dreymann und seine Frau die Chance zu Selbstständigkeit.



Statt einem Vakuumbbeutel taucht der Fleisch-Sommelier das Fleisch ins Fett von Wagyu-Rindern. Auch diese Spezialität gibt es in der Hofmetzgerei.

Fotos: Metzgerei Dreymann, H6B

ERFOLGSFAKTOREN

- Verarbeitung von Demeter- und Bioland-Fleisch nach den hohen Standards der Verbände
- Moderne Produktionsstätte; 250 m² mit speziellen Klimäräumen
- Belieferung von 18 Wochenmärkten in kaufkräftigen Hamburger Stadtteilen mit drei Verkaufsfahrzeugen und einem mobilen Imbiss
- Angebot exklusiver Spezialitäten wie vier Wochen gereiftes Dry-Aged-Beef mit speziellen Cuts, Dry-Aged-Stielkoteletts vom Schwein oder hochwertige Wurstsorten wie luftgetrocknete Salami vom Wagyu-Rind oder Lardo vom Mangalitz-Wollschwein
- Weiterbildung zum Fleisch-Sommelier an der Fleischer-Akademie Augsburg

KONZEPT

METZGEREI DREYMANN – AHRENSBURG

Zertifizierte Demeter-Metzgerei, betrieben nach biologisch-dynamischen Grundsätzen, mit Verkauf auf dem Hofladen von Gut Wulfsdorf in Ahrensburg sowie auf 18 Wochenmärkten in Hamburg.

DRY-AGE & „TOMAPORK“

Seitdem ist das Unternehmen ständig gewachsen, neben dem Verkauf auf dem Hofladen werden heute 18 Hamburger Wochenmärkte mit drei Verkaufsfahrzeugen und einem mobilen Imbiss (als „Fast Food vom Feinsten“ prämiert vom Magazin „Der Feinschmecker“) angefahren. „Wo wir sind, muss Kaufkraft sein“, so der Fleischermeister, daher finden sich seine Wägen u. a. in edlen Elbvororten sowie in guten Innenstadtlagen wie Eppendorf oder Harvestehude.

In den vergangenen drei Jahren wurde auch die Produktionsstätte erweitert – von 170 auf 250 m². Das Herzstück dort sind die Dry-Aged-Räume, die Andreas Dreymann für ca. 150.000 € bauen ließ. So wurde ein Kühlraum zu einem speziellen Klimaraum umgebaut. Das Rindfleisch reift hier vier Wochen bei perfekten Klimabedingungen vor einer Wand aus Himalaya-Salzsteinen; auf dem Boden liegen Buchenholzspäne. Weitere drei Klimäräume folgen, damit das Rind chargenweise ohne Klimaveränderungen durch dauerndes Öffnen der Tür reifen kann.

Verarbeitet wird Fleisch von Angus- und Galloway-Rindern, ein paar davon stehen auf dem Hof,

der größere Teil kommt von Bioland- und Demeter-Betrieben aus dem Umland. Hinzu kommen zwölf Wagyu-Rinder aus Bayern.

Das Fleisch wird für Steaks sowie bestimmte Wurstsorten wie eine luftgetrocknete Wagyu-Salami verwendet. „Das Fett der Wagyu-Rinder heben wir auf und tauchen die Steaks vor dem Reifen hinein; dadurch sparen wir uns später den Vakuumbutel“, erklärt der Fleisch-Sommelier eine seiner Innovationen. Eine weitere seiner Spezialitäten ist „Tomapork“ (abgewandelt vom Tomahawk beim Rind). Die Dry-Aged-Stielkoteletts vom Schwein seien ein neuer Stern am Barbecue-Himmel. Den Begriff ließ er sich schützen. Das Fleisch stammt zumeist vom Wulfsdorfer Landschwein, ist stark marmoriert und hat einen breiten Fettrand. „Früher galt das E-Schwein als das Beste, mit viel Muskulatur und wenig Fett, doch das ist geschmacklos wie eine Tomate im Winter“, sagt er.

FLEISCH-KNOW-HOW LEBEN

Zudem ist Andreas Dreymann ein Verfechter des From-nose-to-tail-Ansatzes: „Jedes Stück Fleisch hat seine Wertigkeit, alles ist premium, auch das Bein, es muss nur anders zubereitet werden.“ In Frankreich

oder der Schweiz sei es Tradition, aus allen möglichen Stücken des Tieres noch Fleischbratstücke herauszuschneiden. Durch die Barbecue-Szene und Zeitschriften wie „Beef“ hätten neuartige Cuts auch hierzulande Aufwind bekommen. „Da kommen Rechtsanwälte oder Ärzte an den Stand und fragen nach Brisket (Rinderbrust), Skirt-Steak (Zwerchfell) oder Hanging Tender (Nierenzapfen). Da musste ich mich teilweise selbst erst einmal schlau machen“, gibt er zu. Heute forciert er solche Trends via Facebook, seine Webseite oder mit Mails an Stammkunden (etwa 4.000 haben seine Kundenkarte). „Früher haben sich Fleischer immer weggeduckt, doch wer heute erfolgreich sein will, muss seine Außendarstellung verbessern“, betont er. Das wurde Andreas Dreymann auch noch einmal beim Fleisch-Sommelier-Kurs

PROFI-PARTNER

- **Fahrzeuge:** SKT-Sonderfahrzeuge, Hamburg
- **Fleischereibedarf:** Luckfiel & Mann, Kiel
- **Gewürze:** Beck Gewürze & Additive, Frutarom Savory Solutions
- **Grilltechnik:** Beefer Grillgeräte, Big Green Egg
- **Kassensystem:** Mettler-Toledo
- **Kutter:** Rex Technologie
- **Ladenbau:** Isoliertechnik G. Mimietz, Hamburg

bestätigt, den er 2017 im Sommer in Augsburg absolvierte. „Wir haben gerade eine unheimliche Dynamik in der Fleischerei; wir sind die Rockstars der Zukunft“, davon ist er überzeugt. Nachwuchssorgen kennt er übrigens auch nicht: Er hat vier sehr gute Azubis, drei davon haben sogar Abitur.

Alexandra Höß

www.metzgerei-dreymann.de

KLEINE DETAILS, GROSSE WIRKUNG.

Unser Erfolgsrezept. Für Sie.

Sortiereinrichtung:
schnell montiert,
leicht gereinigt.



ANUGA
FOODTEC 2018
HALLE 6.1,
STAND
A018/B019



Küche ohne Kutter



Morgens halb 10 in Brandenburg: Alle Sitzplätze in der Fleischerei & Feinkost Spehr sind belegt. Hinter der Theke wuseln routinierte Hände: Spiegelei-Brötchen und Buletten werden angerichtet, Brötchenhälften mit Hackepeter bestrichen...

Die Inhaberin Andrea Spehr lacht, während sie Kaffee für einen Kunden einschenkt: „Wenn es jetzt nicht voll wäre, würde ich mir Gedanken machen.“ Das Geschäft Fleischerei & Feinkost Spehr befindet sich in einer Nebenstraße, im brandenburgischen Wilhelmshorst, etwa 30 km südöstlich von Potsdam. Andrea Spehr schätzt den Anteil ihrer Stammkunden auf fast 100 %. Die Fleischerei gibt es in der dritten Generation. 1921 legte der Großvater von Andrea Spehr seine Meisterprüfung im Fleischerhandwerk ab und eröffnete 1930 einen Fleischhandel in Wilhelmshorst, ein Geschäft folgte. Sein Sohn trat in seine Fußstapfen. 1977 übernahm er als Filialleiter das zu DDR-Zeiten verstaatlichte Geschäft seiner Eltern. 1990 entschied sich der damals 57-jährige Alfred Spehr für die Selbstständigkeit. Fünf Jahre später fiel

das Geschäftshaus an den Alteigentümer und wurde abgerissen. Tochter Andrea, die damals schon mitarbeitete, baute ein neues Haus und gründete 1996 die Fleischerei & Feinkost Andrea Spehr GmbH. Gleichzeitig ging ihr Vater in Rente.

Im Mittelpunkt der Fleischerei habe immer der Handel gestanden, sagt Andrea Spehr. Sie selbst sehe sich weder als Fleischerin noch als Gastronomin: „Ich bin mittendrin.“ Ihr Geschäft bietet Fleisch- und Wurstverkauf, Bistro/Imbiss und Partyservice/Catering. Nebenbei erwähnt sie, dass sie im Oktober 2016 ein Restaurant eröffnete hat. „Die neue Truhe“ im 2 km entfernten Langerwisch war eine bekannte Location, aber bis zur Übernahme durch sie zwei Jahre geschlossen. Das Restaurant ist ein eigenständiges Unternehmen – mit ihr als Geschäftsführerin. Ein kleines Plus:

KONZEPT

FLEISCHEREI & FEINKOST SPEHR – MICHENDORF

Fleischerei und Bistro mit Fokus auf Handel, Feinkost und Partyservice. Ländliche Lage. Bezug von Neuland-Fleisch und teilweise -Wurst sowie von ausgewählten Berliner Fleischern.

ERFOLGSFAKTOREN

- Hoher Anspruch an Qualität
- Zuverlässigkeit: „Wir versprechen nur, was wir auch halten können.“
- Bekannter Name als Verpflichtung
- Ausgewogenheit der Standbeine
- Immer am Ball bleiben („Augen und Ohren offen halten“)



Die Partyservice-Kunden ihrer Fleischerei profitieren von den Räumlichkeiten.

Seit fünf Jahren setzt Andrea Spehr auf Fleisch von Neuland: „Ich habe bemerkt, wie sich meine Einstellung zum Fleisch, insbesondere zu den Haltungsbedingungen der Tiere, änderte. Vier Jahre habe ich überlegt, mit Fleischern gesprochen, dann folgte noch ein Jahr, in dem ich mich intensiver mit Neuland auseinandersetzte. Schließlich ist diese Entscheidung ein echter Schritt, auch was die Kosten betrifft.“ Rückblickend ist sie froh. Die Kunden schätzen die Qualität und auch sie selbst steht voll hinter den Produkten. Dreimal pro Woche erhält sie Neuland-Fleisch. Auch Wurst bekommt sie von diesem Anbieter, außerdem von einigen anderen produzierenden Fleischern aus Berlin.

NICHT OHNE CATERING

Catering und Partyservice sind „Standbeine, die ich nicht missen möchte“, betont Andrea Spehr. Vielleicht gibt es ein Wochenende im Jahr, an dem nicht geliefert werden muss. Das komme ihr dann aber schon komisch vor. Wie sie das schafft? Sie habe eine tolle und motivierte Mannschaft, sagt sie stolz. Bei Andrea Spehr arbeiten fünf Festangestellte. Für große Veranstaltungen hat sie Aushilfen, die auf Rechnung arbeiten könnten. „Wer am Wochenende arbeitet, hat meist in der Woche einen freien Tag“, erklärt sie. „Ich versuche auf die Bedürfnisse meiner Mitarbeiter einzugehen. Denn jeder hat ja doch sein ‚Päckchen‘ zu tragen“, sagt sie. Das gute Arbeitsklima bleibt auch den Kunden nicht verborgen, ein

nettes und freundliches Miteinander, gepaart mit einer angenehmen und ruhigen Atmosphäre. „Ich arbeite natürlich auch mit. Bei uns macht eigentlich jeder alles, d. h. wenn mal vorne weniger Kundschaft ist, dann schneiden die Verkäuferinnen das Gemüse für die Küche. Hinter der Theke ist ausreichend Platz für solche Vorbereitungen“, erklärt Andrea Spehr. Frühstücksangebote wie belegte Brötchen werden immer frisch zubereitet. „Ich mag das nicht, wenn das vor sich hin welken würde“, betont sie. Zum Mittag gibt es neben Klassikern wie Hähnchenschenkel, Buletten oder Schnitzel ein oder zwei Tagesgerichte. Die Planung läuft kurzfristig. „Wir hatten mal Wochenpläne“, sagt Andrea Spehr, „aber das engt uns zu sehr ein.“ Mittags werden im Schnitt 80 Essen verkauft, davon 20 bis 25 aus dem Tagesangebot.

Immer am Ball zu bleiben, das gilt auch für die Werbung. „Wir präsentieren gerne die Vorzüge des Neuland-Fleisches. Postwurfsendungen finde ich am effektivsten“, meint Andrea Spehr. „Zeitungen sind preisintensiv. Das Beste ist aber noch immer die Mundpropaganda.“ Bietet sich beim Partyservice wörtlich an. *Heike Sievers*

www.feinkost-spehr.de

PROFI-PARTNER

- **Händler:** Rasch Berlin
- **Heiße Theke:** Beer Grill
- **Herd:** Bartscher
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Vakuumentchnik:** Webomatic
- **Wägetechnik:** Bizerba



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

Wenn es um die Wursthülle geht, stehen meist die produktionstechnischen Eigenschaften im Fokus. Doch sie kann weitaus mehr.

„KLEIDER MACHEN LEUTE“



Der Textildarm ist eine der ältesten künstlich hergestellten Wursthüllen. Er wurde zu einem handwerklich hochwertigen Produkt weiterentwickelt. Thomas Heinrich, Fachberatung & Verkauf *Kalle-Gruppe*, betont die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten von Textildärmen: „Textildärme von *Oskutex* lassen sich leicht und schnell verarbeiten. Speziell beschichtete Stoffe werden für Koch- und Brühwürste eingesetzt, die räucherfähig sind und das Produkt trotzdem lange frisch halten. Für Rohwurst gibt es eine Vielzahl von Textilien, die den entsprechenden Charakter der Rohwurst unterstreichen.“ Ferner erläutert er: „Das Handwerk liegt unserem Unternehmen besonders am Herzen. Die Chancen, die Textildärme bieten, unterstützen vor allem die Individualität jedes einzelnen Betriebs. Im Trend liegt ja der Aspekt der Regionalität. Individuelle Produkte sind absoluter Zeitgeist: Unser klares Statement dazu lautet: ‚Kleider machen Leute‘. Auf die Wursthülle übertragen: Setzen Sie als Handwerker auf aufmerksamkeitsstarke Produkte mit hohem Wiedererkennungswert, wir helfen dabei.“ Dazu nennt er Beispiele: Würste in Form des Stadttors, einer Bierflasche, eines Maiskolbens, als Spazierstock – was auch immer zum Geschäft passt, zusätzlich bedruckt mit individuellen Logos oder Schriftzügen. „Die Möglichkeiten des Zuschnitts und des Drucks besprechen wir persönlich mit dem Metzger und es wird ein Prototyp gefertigt“, sagt er.

TRADITION VERPFLICHTET

Bei der *Landfleischerei Neumeier* in Hesisch-Lichtenau steht die Ahle Wurst in vielen Varianten im Mittelpunkt – im Geschäft ebenso wie im Online-Shop. „Und die geht nur mit Naturdarm“, sagt Fleischermeister Carsten Neumeier. Den Anteil von Naturdärmen an seinen Gesamtwurstumhüllungen beziffert er mit 95 %. Denn schließlich ist sein Wurstsortiment um einiges reicher als nur die Ahle Wurst.

Foto: Landfleischerei Neumeier

Er verwendet vor allem Rinder-Kranzdärme, frische und geklebte Schweinedärme sowie frische Saitlinge. „Im Normalfall bin ich recht lieferantenverbunden. Ich werde bei den Därmen und Hüllen von drei Unternehmen beliefert. Aber wenn ich mit einem Produkt nicht mehr zurechtkomme, schaue ich mich schon nach Alternativen um. Schließlich muss ich gut damit arbeiten können. Für die meisten meiner Kunden ist die Hülle ein entscheidendes Kriterium. Sie interessieren sich für das selbst geschlachtete, verwendete Fleisch, seine Herkunft und natürlich Naturdärme von guter Qualität.“

Am Ende ein köstliches Produkt in Händen zu halten – das zählt auch für die Kunden von *Wiberg*. Anton Loidl vom Team der *Wiberg-Fachberater* ist Spezialist in Sachen Wursthüllen: „Es gibt keine *Wiberg-Wursthülle*, die nur dem Handwerkskunden vorbehalten ist. Der Metzger kann aus demselben Sortiment schöpfen, wie der Industriekunde. Wir sind sehr flexibel, was die Mindestabnahmemenge betrifft. Wursthüllen werden schon ab zehn Bund individualisiert angeboten. Ab 500 m Darm kann der Kunde sogar einen individualisierten Druck haben, mit Bild im Hintergrund, farbigem Logo etc.“ Beliebt beim Handwerk sei der Safe-Faser-Darm, sagt Anton Loidl: „Diese innenbeschichtete Wursthülle weist ausgezeichnete Barrierewerte auf, lässt sich schön füllen und hat sehr gute Rückschrumpfeigenschaften. Außen wirkt sie edel und steht sinnbildlich für handwerkliches Design. Zudem lässt sich dieser Darm kontrolliert spiral-

förmig schälen und ist daher für die Theke besonders geeignet. Auch das Stückdruck-Sortiment ist sehr beliebt, vor allem wegen des eigenen Logos auf der Wursthülle. Gerne gekauft werden auch der neue Faserdarm mit 3D-Schimmeldruck für



Oskutex

Oskutex-Ostern 2018

Frühlingsfrische und farbenfrohe Wursthüllen präsentiert Oskutex mit vielen Neuheiten, z. B. der Henne mit dem Küken, eine Wursthülle in zwei verschiedenen Farben für Rohwurst oder das Überraschungsei, ein Beutel im Kal. 55/25. Insgesamt gibt es acht neue Kreationen sowie viele weitere beliebte Osterwursthüllen.



deshalb Naturdarm. „Und damit sie dann außen herum so richtig schön gelb aussieht, wird sie in Pflanzenfarbe getaucht“, sagt er. Auch Würste wie Regensburger und Lyoner werden hier in Naturdärme, also Kranzdärme, gefüllt, abgebunden und geräuchert.

Der Metzgermeister erinnert daran, dass europäische Rinderdärme, wie sie es noch vor der BSE-Krise gab, strapazierfähiger und fleischiger als die heutigen aus Südamerika gewesen sind: „Ich kann das beurteilen, bin schon lange genug im Geschäft“, meint er. Schweinebutte, -mägen und Fettenden würde man aufgrund der eigenen Schlachtung selbst putzen und verwenden.“

Dass Naturdarm mehr kann als „gewachsen“, beweisen Innovationen der Lieferanten. So wie *CDS Hackner* mit dem „Silber-Pfeil Pipe“. Es soll das Sichern des Naturdarms durch Gummi- oder Plastikringe komplett überflüssig machen – dank des knickbaren Endes des Silber-Pfeils. Der Naturdarm sitzt während des Transportes in Salzlake sicher auf dem Pipe.

die Rohwurst sowie Deco Quick® für Rohwurst und Schinken.“ Für die 3D-Schimmeldruck-Hülle für Rohwurst verband *Wiberg* das traditionelle Erscheinungsbild mit den Vorteilen vom Faser-Darm und entwickelte ein 3D-Druckverfahren, bei dem mehrere Schichten Farbe übereinander gedruckt werden.

NATURDARM UND INNOVATION

Die *Metzgerei & Landgasthof Gschwendtner* aus dem bayerischen Langenpettenbach ist ein traditioneller Betrieb mit eigener Schlachtung. „Wir setzen Natur- und Kunstdärme ein, etwa im Verhältnis 50:50“, berichtet *Josef Gschwendtner*. Klassische Produkte bräuchten ihre klassische Hülle. Für Gelbwurst gibt’s

Fotos: Oskutex



by World Pac



SPM *Sun Products Vertriebs GmbH · Parkstraße 21 · 76131 Karlsruhe

JETZT MUSTER ANFORDERN: ☎ 0721 - 62811-21

DRY AGING – THE EASY WAY.

DRY AGE BAGS

FLEISCHREIFUNG – THE EASY WAY.





Ein vielfältiges Repertoire an Wursthüllen bietet auch SPM*Sun Products seinen Kunden an.



Die Wiberg-Fachberater sind auch bezüglich des Know-hows bei Wursthüllen für das Fleischerhandwerk eine sichere Bank.



Neu bei Frutarom: ein Faserdarm mit 3D-Schimmeldruck.

Mit Carsten Nicolaisen, Nicolaisen Casing & Packaging, sprachen wir über Kunstdärme und die Anforderungen des Handwerks.

Wie wichtig ist für Ihr international erfolgreiches Unternehmen das hiesige Fleischerhandwerk als Kundschaft?

Als deutsches Familienunternehmen fühlen wir uns durch unsere jahrzehntelange Tätigkeit im Bereich Kunstdarm der Tradition verpflichtet. Wir wollen unsere Innovationen im Bereich Kunstdärme, auch aus natürlichen Rohstoffen, die bereits industriell eingesetzt werden, dem Handwerk zur Verfügung stellen. Die Wurzeln unseres Unternehmens liegen im Fleischerhandwerk und so ist es uns eine Herzensangelegenheit, die Entwicklungen und Vorteile auch dem Handwerk anzubieten, um Wettbewerbsfähigkeit, Kostenersparnis und Haltbarkeit gegenüber Naturdärmen zu erhöhen.

Warum entscheiden sich handwerkliche Metzger dafür, Ihre Produkte zu verwenden?

Durch die Veränderungen im Markt, die seitens des Lebensmittelhandels vorgegeben werden, indem sich Verbrauchererwartungen verändern und Kunden sensibilisiert werden, ist es für den Fleischer wichtig, seine Produkte zu verändern, zu verbessern und optisch innovativer zu vermarkten. Bei dieser



Aufgabe möchten wir sehr gerne unterstützen.

Gibt es Produkte, die sich besonders im Handwerk bewährt haben?

Wir haben für das Handwerk – nicht nur im Kunstdarbereich – mehrschichtige Därme für Koch- und Brühwürste entwickelt, die nach Kundenwünschen und Anforderungen bezüglich Kaliber und Bedruckung produziert werden können. Im Bereich Frischfleisch haben wir mit MB7 einen Spezialschrumpfbeutel für das Handwerk, der den Austritt von Fleischsaft während der Reifezeit erheblich reduziert.

Beim Verwenden werden nur die Enden wieder zurückgeklappt, Pipe aufgeschoben und fertig. Die Wurstproduktion sei so einfach und sicher. Die hohe Effizienz der Silber-Pfeil Pipes bleibe erhalten, meinen die Hackners.

Mit einem außergewöhnlichen Naturdarm macht SPM Sun Products Vertriebs GmbH von sich reden. Das Portfolio des Karlsruher Unternehmens beinhaltet neben den Sun Spice-Gewürzdärmen, die für die einfache, sichere Herstellung von Dekorwürzung in großer Vielfalt stehen, im Naturdarbereich den Sun Nature Twister-Darm. Ingmar Kuttler, Vertriebsleiter, beschreibt den Darm: „Dieser getrocknete Schweinedarm muss nicht gekühlt gelagert werden. Er ist geklebt und deshalb ein standardisiertes Produkt, was im Gegensatz zu naturbelassenen Därmen klare Vorteile bringt. Die dreidimensionale Optik des Twisters macht ihn zum Hingucker in der Theke. Metzger können so unkompliziert ihre Produkte neu präsentieren, z. B. einfach grünen Pfeffer in die Salami geben, einen neuen Namen kreieren und schon hat man ein neues Highlight in der Theke“, meint Ingmar Kuttler. Der Darm eignet sich für Brühwürste ebenso wie für Halbdauer- und Dauerwürste. Seine gute Transparenz sorgt z. B. dafür, dass eine schöne Körnung bei Salami sichtbar ist. Der Darm ist als Abschnitt oder geraffte Ware in den Kalibern 40, 58 und 80 mm lieferbar.

MODERN GEDACHT

Als Alternative zu Naturdarm präsentiert Nicolaisen Casing & Packaging den Collagendarm ProNature für frische und gebrühte Bratwürste,



Eine typisch bayrische Spezialität: die Gelbwurst der Metzgerei Gschwendtner.



„Wir setzen Natur- und Kunstdärme ein, etwa im Verhältnis 50:50“

Josef Gschwendtner,
Fleischermeister

geräucherte Brühwürste, Rohwürste, Landjäger und Snackprodukte. Er besteht vorwiegend aus pflanzlichen Rohstoffen. Bei der natürlichen und glatten Außenschicht dieses Darms ist das gute Bissverhalten hervorzuheben. Obwohl er extrem dünnwandig ist, verfügt er in der Verarbeitung über eine gute Festigkeit. Bei Hans Schütt Kunst Darmhandel und Konfektionierung legt man aktuell den Fokus auf essbare Eiweißsaitlinge – auch im Hinblick auf immer teurere Naturdärme. Essbare Eiweißsaitlinge aus Collagen seien eine leicht zu verarbeitende Alternative, mit denen Kunden sehr gute Erfahrungen machen, so das Unternehmen. Diese Därme gibt es z. B. für gebrühte und frische Bratwürste, Rohwürstchen (Sticks, Salami) und Brühwürstchen. „Das Allerwichtigste ist, dass die Qualität des Produktes passt. Ohne Wursthülle gäbe es am Ende des Produktionsvorganges keine Wurst, daran sollte man immer denken. Damit wäre der Stellenwert, der einer Wursthülle zukommt, schon mal geklärt. Als nächstes zählt selbstverständlich auch die Optik, denn das Auge isst mit. Schlussendlich sollte man nicht unterschätzen, dass eine Wursthülle zusätzlich eine Marketingfläche darstellt, die einem Betrieb die Möglichkeit gibt, sich zu präsentieren,“ fasst Anton Loidl vom Team-Wiberg die Wichtigkeit der Hülle zusammen.

Heike Sievers

Nützliche Links

- www.ahle-wurst.de, www.cds-hackner.de, www.frutarom.eu,
- www.kalle.de, www.metzgerei-gschwendtner.de,
- www.nicolaisen-casing.de, www.oskutex.com,
- www.sun-products.de, www.texda.com

Fotos: Metzgerei & Landgasthof Gschwendtner



Nichts für halbe Sachen

Besuchen Sie uns!
Messe Köln,
20-23. März 2018
Halle: 9.1
Stand: B60/C79

F-Line F103

- ▶ Neue Dimension bei der Produktion von Rohwurst und groben Produkten
- ▶ Ideal für Metzgereien mit Filialen
- ▶ Höchste Qualität und Produktionsgenauigkeit
- ▶ Modularer Aufbau ermöglicht problemlose Erweiterung bis zur Komplettlinie
- ▶ Reduzierung der Erwärmung und Kontamination während der Standzeiten



Heinrich Frey
Maschinenbau GmbH
Fischerstraße 20
D-89542 Herbrechtingen
info@frey-maschinenbau.de
Telefon: +49 7324 1720



www.frey-maschinenbau.de

DIE NEUE KUTTER-GENERATION

Ideal für das Fleischerhandwerk.

Wagner, Amberg – 17.03. - 19.03.

Anuga Foodtec, Köln – 20.03. - 23.03.



Unsere Blizzard 50 L und 70 L: für die spezifischen Anforderungen des Fleischerhandwerks. Effizientes Antriebssystem, komplett geschlossener Edelstahlkorpus, einzigartiges Hygiene-System.

www.dueker-rex.de



WARTUNG STATT WARTEN

Freitag, 10.30 Uhr: Der Laden der Hofmetzgerei Stirner ist voll, die Kunden wollen für das Wochenende einkaufen oder sich eine Brotzeit holen.

Nur: Im Display der Spülmaschine blinkt eine Fehlermeldung, das Handbuch hilft nicht weiter und das Geschirr stapelt sich.



Mitarbeiter, die an anderer Stelle benötigt werden, müssen mit der Hand spülen. Temperaturen von 60°C und mehr, die aus hygienischen Gründen geboten wären, sind unter diesen Bedingungen unrealistisch. Ein Fachmann ist aber nicht im-

mer verfügbar und ob die Reparatur auf Anhieb klappt, steht auf einem anderen Blatt. In solchen Momenten zeigt sich: Die Zuverlässigkeit einer Spülmaschine ist nur in Kombination mit einem verlässlichen Service gegeben. Daher ist etwa der Hersteller Colged

mit 60 Fachhändlern bundesweit eine enge Partnerschaft eingegangen. Das Konzept aus guter regionaler Abdeckung, optimierter Ersatzteil-Logistik und regelmäßigen Schulungen in örtlicher Nähe der Servicepartner geht auf.

Gut doppelt so lang dauert das manuelle Spülen, wenn in der Metzgerei Stirner im oberbayerischen Perach die Spülmaschine ausfällt, schätzt Inhaber Florian Stirner. Passiert das, wenn die Kunden Schlange stehen, bedeutet das zusätzlichen Stress für die Mitarbeiter, unter Umständen muss kurzfristig Verstärkung geholt werden. Im schlechtesten Fall verzögert sich der gesamte Ablauf, die Hygiene leidet und Kunden müssen auf später vertröstet werden. Entscheidend ist dann, wie schnell ein Techniker die Störung beheben kann.

GUTE KOMBINATION

Mittlerweile kümmert sich Raab Gastrotechnik – der Fachhändler, der dem Metzger auch die drei installierten NeoTech-Spülmaschinen von Colged empfohlen hat – um deren Wartung. „Wir können jederzeit dort anrufen und wenn es dringend ist, steht nach zwei Stunden jemand vor der Tür. Meist handelt es sich nur um kleinere Störungen, bei denen es ausreicht, wenn der Techniker am nächsten Morgen kommt“, schildert Florian Stirner seine Erfahrungen. Und Christine Raab, zuständig für die Vertriebsleitung im Innendienst bei Raab, sieht sich in der Ausrichtung ihres Unternehmens bestätigt: „Als Fachhändler sind wir nicht nur schnell vor Ort, wir kennen auch die Kunden und ihre Ausstattung. Deshalb haben wir uns ganz bewusst dafür entschie-



KERRES

anlagensysteme

Größte Leistung auf kleinstem Platz! ✓

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

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
ANUGA FOOD TEC
Halle 6/Stand C 039

The fine art of smoking



bis 17 Uhr über GEV, einen Großhändler für Gastronomie-Ersatzteile bestellen, so dass es am nächsten Tag um 10 Uhr da ist“, schildert Christine Raab. Im Garantiefall erfolgt die Lieferung – sofern das Kaufdatum nachgewiesen werden kann – binnen 24 Stunden ohne Berechnung. So kann Raab seinen Kunden im Umkreis von 70 bis 80 km in 95 % der Fälle auch kurzfristig und beim Erstbesuch mit dem richtigen Teil weiterhelfen.

SCHULUNGEN & NETZWERK

Dass selbst kurzfristige Einsätze erfolgreich verlaufen, hängt mit den umfangreichen Schulungen des italienischen Spültechnik-

herstellers zusammen. Diese finden regelmäßig in der Nähe der Fachhändler statt. Bis zu 25 Personen, hauptsächlich Techniker, aber auch Vertriebsmitarbeiter, können dabei direkt an der Maschine nachvollziehen, wie Inbetriebnahme und Fehlersuche an den Spülmaschinen durchgeführt werden. Neben der Technik wird auch über die Bestimmung der Wasserqualität, die passende Aufbereitung und adäquate Reinigungschemie gesprochen. „Wenn unsere Mitarbeiter Fragen haben oder von komplizierten Fällen berichten, werden diese Anliegen von Colged aufgegriffen und besprochen. Dadurch fühlen wir uns als Partner ernst genommen und

den, Premiumpartner von Colged zu werden.“ Zugleich bietet ein Serviceauftrag dem Fachhändler die Möglichkeit, Ersatzteile zu verkaufen und ggfs. neue Kunden zu gewinnen, die das Modell ansprechend finden. „Wir haben selbst ein großes Ersatzteillager speziell für Colged-Maschinen im Haus. Was nicht vorrätig ist, können wir



Frische Ideen für die Spülwelt



Eine richtig gute Idee erkennen Sie sofort. Zum Beispiel unsere grüne Idee für den gewinnbringenden Umgang mit Speiseresten. Unsere Ergonomie-Idee für schnelleres, kräfteschonenderes Arbeiten. Oder unsere Qualitäts-Idee, mit der die Entscheidung für bessere Spültechnik wirklich einfach wird. Diese und viele weitere MEIKO-Einfälle mit spürbaren Vorteilen können Sie jetzt für sich entdecken. Neugierig? Dann geht's hier weiter: www.meiko.de/de/frische-ideen



MEIKO auf der INTERNORGA:
Hauptstand Halle/Stand A4.315



sind in der Folge noch besser in der Lage, unseren Kunden weiterzuhelfen“, betont Christine Raab. Die Seminare sowie die verwendeten technischen Unterlagen sind auf Deutsch. Im Anschluss an die Schulung können die Teilnehmer über einen Online-Zugang tagesaktuell auf die Service-Webseite von Colged zugreifen. Ein wesentliches Element des Netzwerkgedankens ist, dass sich die Partner verpflichtet haben, den Service auch dann zu leisten, wenn sie die Maschine nicht verkauft haben. So steigt für die Fachhändler der Anreiz, überregionale Projektgeschäfte anzubieten. „Wir haben etwa einen Kunden im Raum Augsburg, der mit einer Serviceanfrage auf uns zukam. Um ihm zeitnah weiterzuhelfen, stellten wir den Kontakt zu einem anderen Premium-Partner in der Nähe her – sehr zur Zufriedenheit des Kunden“, sagt Christine Raab. Um die Abdeckung in Deutschland künftig weiter zu verbessern, ist für die nächste Zeit eine Erweiterung des Netzwerks um weitere Partner geplant.
www.metzgerei-stirner.de,
www.raab-gastrotechnik.de,
www.colged.de

Spülen ohne Investition

Wer das Pay per Wash-System von Winterhalter nutzt, muss z. B. eine Durchschubspülmaschine nicht mehr kaufen, mieten oder leasen. Die Abrechnung erfolgt nach tatsächlicher Nutzung mit einem exakt kalkulierten Preis/Spülgang. Diese Ausgaben sind



als Betriebskosten steuerlich absetzbar. Im Fixpreis inkludiert: Spülmaschine, Körbe, Wasseraufbereitung und Spülchemie. Bei Durchschubspülmaschinen sind auch Standardtische

mit Spülbecken und Schlauchpendelbrause eingerechnet. Eventuelle Reparaturen und Wartungskosten sind auch inbegriffen. Ein Spülgang bei einer Durchschubspülmaschine kostet zwischen 33,37 und 54,30 ct. In der Pay per Wash-App oder auf der Website wählen Kunden die gewünschte Anzahl an Spülgängen und zahlen per Kreditkarte. Der generierte Code wird am Display der Maschinen eingegeben, danach kann gespült werden. Für großes Spülgut führt der Hersteller die Gerätespülmaschinen der UF-Serie: Die UF-M spült Material bis zu einer Größe von 530 x 650 mm (GN 2/1). Die UF-XL (Korbgröße: 1.305 x 672 mm, Einfahrtshöhe: 800 mm) reinigt bis zu drei EN-Transportkörbe nebeneinander. Zum Einsammeln des Spülguts gibt es einen Korbwagen, dessen Korb direkt in die Maschine passt.
www.winterhalter.de

Foto: Winterhalter

ANZEIGE

COLGED MADE IN ITALY

Die als sparsame, umweltschonende und zuverlässig bekannten Spülmaschinen aus Italien sind nun auch für Bleche in der Metzgerei verfügbar.

DIE NEUEN 50x60er-Spülmaschinen des italienischen Herstellers Colged verfügen über das aus der 3.0-Serie bekannte optimierte Energie-Management. Eine intuitive Bedienung ist bei beiden Modellreihen gegeben. Insbesondere legt Colged Wert auf die Proportionen im neu entwickelten Spülraum, damit das komplette Spülgut beim Spülen direkt mit Waschwasser versorgt wird. Für den Thekenbereich bedeutet dies, dass diese Maschinen in der Tiefe 7 cm mehr Platz benötigen als übliche Gastronomie-Spülmaschinen.

BEDINGT DURCH ein größeres Gehäuse wurde ein neues Wascharmkonzept entwickelt, dass die bekannte UltraRinse3 Technologie von Colged nutzt. Die 50x60er-Modelle aus der TopTech- und IsyTech-Serie sind mit einem

neuen Spül- und Nachspülsystem ausgestattet. So wurde die Wasserverteilung im Spülraum durch einen neu entwickelten, sternförmigen



Wascharm dem größeren Innenraum angepasst. Eine auf 700 W erhöhte Pumpenleistung, selbstverständlich in der von Colged patentierten Duo-Flow-Technologie, sorgt für eine kraftvolle Wasserumwälzung.

WÄHREND BEI den TopTech Modellen das Grafikdisplay dem Bediener zusätzliche und somit ausführliche Informationen zur Verfügung stellt, konzentriert sich die Bedieneroberfläche der IsyTech Modelle auf die Hauptfunktionen des Spülvorgangs. Die neuen Spülmaschinen werden von Colged in der TopTech-Ausführung wahlweise als Untertischmodell oder als Standgerät und die IsyTech-Ausführung als Untertischmodell angeboten.

Raffinierte Haubenautomatik

Im Februar präsentierte Meiko einer Erweiterung der 2017 eingeführten Haubenspülmaschine M-iClean H: Statt einem sorgen nun zwei Körbe für hygienisch einwandfreies Geschirr und Küchenequipment. Der Spülprozess geht jetzt noch schneller vonstatten und ergonomische Aspekte fallen noch mehr ins Gewicht als zuvor. Denn: Die XL-Haube bewegt sich federleicht durch sanftes Antippen. Die neu konzipierte Haubenautomatik führt in Kombination mit technischen und ergonomischen Raffinessen zu einem intelligenten Spülprozess: leichteres Arbeiten, kürzere Spülzeiten, besseres Raumklima sowie Top-Spül- und Trocknungsergebnisse. Und diese rechnen sich laut Hersteller durch geringe Verbrauchswerte, geschonte Mitarbeiter und bis zu 30 Minuten eingesparte Arbeitszeit täglich. Die Automatik erleichtert auch die Inklusion von Mitarbeitern mit körperlichen Einschränkungen, wodurch mit Blick auf die Ausgleichsabgabe Betreiber und Anwender gleichermaßen profitieren können. www.meiko.de

Kisten reinigen

Zum Portfolio der Kerres Anlagensysteme gehört neben Anlagen für die Rauch-, Koch- und Klimatechnik auch die Entwicklung und Herstellung von Waschsyste-men, z. B. eine kompakte Durchlaufwaschanlage für kleinere Betriebe. Die cleanline S reinigt leicht bis mittel verschmutzte Kisten schnell und effizient. Die Anlage ist in eine Hauptwaschzone und eine Nachspülzone eingeteilt. Die Maschine erzielt trotz minimalem Wasser-, Energie- und Chemikalienverbrauch ein gutes Reinigungsergebnis. Sie ist in zwei Varianten erhältlich: für 100 oder 200 Kisten pro Stunde. www.kerres-group.de

Spülen und sparen

Ecolab hat sein Geschirrspülsystem Apex um neue Produkte erweitert. Neben drei Klarspülern gehören dazu die Maschinenspülmittel Apex Power Xtra für stark verschmutztes Geschirr sowie Apex Power Xtreme, das Stärke- und Proteinaufbau verhindert. Das System steigert die Effizienz beim Geschirrspülen, indem es Wiederholungswaschgänge reduziert. Der Einsatz von Blockreinigungskonzentrat reduziert zudem den Verpackungsmüll um mehr als 95 %. Ein Controller ermöglicht die Echtzeit-Überwachung des Spülprozesses und zeichnet wichtige Spülprozessparameter auf, die dabei helfen, die Effizienz zu beurteilen. www.ecolab.com



Spülen 4.0

Das Offenburger Unternehmen Hobart versteht sich als branchenübergreifender Partner, u. a. in puncto Spültechnik. So bieten die weiterentwickelten Geschirrspülmaschinen viel Neues: Display mit Touchscreen, Top-Dry-Trocknung sowie Spülen 4.0 via App. Sie erkennen leere Abschnitte oder verschiedenartiges Spülgut und passen sich unterschiedlichen Gegebenheiten an. Das Feature Vapostop² eliminiert beim Spül- und Trocknungsprozess sowie beim Öffnen der Maschine herausströmenden Dampf und sorgt für ein angenehmes Raumklima. Die Steuerung Visiotronic-Touch mit farbigem Touch-Display setzt auf die bewährte Ein-Knopf-Bedienung. Die App Washsmart liefert umfassende Informationen über den Status der Maschine, z. B. über bevorstehende Wartungsintervalle oder Chemieverbrauch. Auf Basis dieser Daten kann der Nutzer Stillstände vermeiden, per App Verbrauchsmittel bestellen oder dem Servicetechniker vorab erste Informationen liefern. Kleinere Störungen sind damit sogar selbst zu beheben. www.hobart.de

Fotos: Meiko, Hobart, Kerres Anlagensysteme



Hochleistungskutter K 120 AC-8



Automatenwolf AE 130

Seydelmann Gegr. 1843

Kutter ■ Mischer ■ Wölfe
Feinstzerkleinerer ■ Produktionslinien

Anuga FoodTec 2018

Köln: 20.-23. März 2018
Halle 6.1, Stand E10, F10, F18, F19
Besuchen Sie uns!

Maschinenfabrik Seydelmann KG

info@seydelmann.com Tel. +49 (0)711 / 49 00 90-0
www.seydelmann.com Fax +49 (0)711 / 49 00 90-90
Hölderlinstraße 9 | 70174 Stuttgart | Germany



Fleisch satt,
Mittagstisch und
Feinkost made in Germany –
so das Konzept der im hessischen
Bensheim gelegenen Metzgerei
Fleischeslust. Damit Fleisch und Wurstwaren
ihre hohe Qualität behalten, ist eine gleichbleibend
temperierte Lagerung besonders wichtig

IM RICHTIGEN KLIMA



Der Name ist Programm: Fleischeslust. Schon von außen ist zu erkennen, dass Qualität und purer Fleischgenuss hier im Fokus stehen. Wo früher am Schaufenster eines Schuhgeschäfts entlangflaniert wurde, ist seit dem Umbau und der Eröffnung Mitte Dezember 2016 Dry Aged Beef bester Qualität zu begutachten. Diese Transparenz sowie die hohe Beratungskompetenz der angestellten Fachkräfte zeichnen die Metzgerei aus. 15 Jahre kehrte der Inhaber und gelernte Metzgermeister Andreas Vick der Branche den Rücken. In dieser Zeit als Kunde auf der anderen Seite der Theke störte ihn vor allem die fehlende Beratungsqualität im Verkaufs-

Seit Mitte Dezember 2016 überzeugt Andreas Vick (li.) seine Kunden nicht nur mit erlesenen Dry-Age-Spezialitäten.

Fotos: Daikin



Im Verkaufsraum sowie in den Klima- und Reiferäumen kommt die Kälte aus einer Verbundanlage.

gespräch. So entstand der Traum einer eigenen Metzgerei mit solider, echter Handwerkskunst und respektvollem Umgang mit den Tieren. „Ich biete meinen Kunden Produkte aus kontrollierter Herkunft an. Nur so kann ich die hohe Qualität garantieren. So ist alles, was wir mittags als kreative deutsche Küche servieren, frisch gekocht“, betont Andreas Vick.

Um die hohen Qualitätsanforderungen zu erfüllen, muss auch die in seinen Räumen zum Einsatz kommende Kälte- und Klimatechnik beste Leistung erbringen. Dafür sorgt die Daikin Mini-ZEAS, die speziell für kleine Anwendungen in der Gewerbekälte konzipiert ist. Der 96 m² große Verkaufsraum ist großzügig geschnitten und bietet Platz für die Verkaufstheke sowie einen Essbereich für eine

gehobene Mittagsküche. Zur Komfortklimatisierung ist hier eine Daikin Mini VRV im Einsatz. Die Kühlung der Produktionsfläche, Kühl- und Lagerräume mit weiteren 154 m² übernimmt eine Mini-ZEAS mit 3 PS. Die Systeme empfahl dem Fleischermeister die Helmut Herbert GmbH, Spezialist für Gebäudetechnik aus Bensheim. „Ich habe mir Klimatisierung und Kühlung aus einer Hand gewünscht. Vor allem bei der Kühlung ist eine gleichbleibende Lufttemperatur wichtig, um die beste Qualität bei den Fleisch- und Wurstprodukten zu erhalten. Die Anlagen von Daikin erfüllen diese Anforderung und ich bin damit rundum zufrieden,“ resümiert der findige Metzgermeister.

ANLAGE IM VERBUND

Eine Lücke in der Gewerbekälte schließt die Mini-ZEAS: Kleinere Gastronomiebetriebe, Nahversorger oder Metzgereien wie die Fleischeslust mit geringerem Kältebedarf profitieren so von den Vorteilen der VRV-Technologie. Die invertergeregelte Verbundkälteanlage ist mit dem Kältemittel R-410A befüllt und damit konform mit der F-Gas-Verordnung. Sie steht in zwei Modellen zur Verfügung und ist laut Unternehmen eine zukunftsfähige Alternative zum Kälteverbund üblicher Gewerbekältemaschinen. Ein weiterer Vorteil der industriell gefertigten und getesteten Mini-ZEAS ist die klemmenfertige Anlieferung, wodurch sie schnell und kostengünstig installiert werden kann. Aufgrund der Integration aller Komponenten wie Maschinensatz und Verflüssiger zeichnen sich die ZEAS-Verflüssigereinheiten durch eine kompakte und standardisierte Bauweise aus. Die energieeffiziente Inverterregelung passt die eingesetzte Energie an den tatsächlichen Bedarf an, lässt das System im Teillastbereich besonders wirtschaftlich

arbeiten (SEPR 4,17) und deckt dabei auch Leistungsspitzen ab. Damit wird diese Technologie den steigenden Anforderungen der Betreiber an die Energieeffizienz der Gebäudetechnik gerecht und spart (Energie-)Kosten im laufenden Betrieb ein. „Ein großer Vorteil für uns ist, dass beide an der Außenfassade aufgestellten

Geräte sehr leise arbeiten. Wir mussten trotz darüber liegender Wohneinheiten keinen Schallschutz einsetzen. Mit so einer guten Ausgangsposition stand der Verwirklichung meines Traums nichts mehr im Wege“, fasst es der Fleischermeister zusammen.
www.daikin.de,
www.die-fleischeslust.com

DOSTMANN electronic GmbH

Besuchen Sie uns auf der
ANUGA FOOD TEC Köln
 Halle 05, Ebene 2, Gang C Nr. 048

Waldenbergweg 3b
 D-97877 Wertheim
 Tel.: 0 93 42 / 3 08 90

Ihr Partner für die Temperaturmessung

info@dostmann-electronic.de · www.dostmann-electronic.de

PERFEKTES BRATEN

Internorga Hamburg
 09.03. - 13.03.2018
 Halle A3 | Stand 313

Doppel-Kontakt-Braten mit der S-Tronic (S-161 GR OV)

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

Schnell & zeitsparend – wie z.B. 6 Lachssteaks und 6 Schnitzel in 1 1/2 Minuten fertig
www.silex-de.com

silex
 Grill-Machines
 Waffle-Bakers
 Snack-Concepts



FLEISCHEREI MOBIL

Ob mobiles Verkaufsfahrzeug oder Kühltransporter – Nutzfahrzeuge in der Metzgerei müssen zuverlässig und für den Lebensmitteltransport hygienisch sicher sein. Nachfolgend eine Bestandsaufnahme.

Rund 6.000 Verkaufsanhänger oder -fahrzeuge waren 2016 nach Angaben des Deutschen Fleischer-Verbands im Einsatz. Davon bedienten etwa 4.000 regelmäßig Wochenmärkte, ca. 1.000 waren im Tourenendienst – vor allem in ländlichen Regionen – unterwegs. Etwa 7 % aller Fleischereifachgeschäfte nutzen ein oder mehrere Verkaufsfahrzeuge. Die im mobilen Verkauf erzielten Umsätze trugen 2016 über 1 Mrd. € zum ge-

samten Branchenumsatz in der Fleischerhandwerk bei. Bei den Absatzwegen entfallen 6,8 % auf das mobile Verkaufsgeschäft.

Ein Beispiel dafür ist die *Metzgerei Salzberger* aus Bad Griesbach in Niederbayern (s. S. 32), die ihre Fleisch- und Wurstspezialitäten in keinem Laden, dafür aber an vier Tagen pro Woche auf 16 Wochenmärkten aus vier Fahrzeugen heraus verkauft. „Besonders wichtig dabei sind uns eine freundliche, warme

Optik bei der Theken- und Wagengestaltung im Inneren, ein ausreichend breiter Gang sowie eine Doppelachse im hinteren Bereich des Fahrzeugs“, erklärt Fleischermeisterin Anna Salzberger. Seit Jahren nutzt die Metzgerei Verkaufsfahrzeuge von *Borco-Höhns* und ist sehr zufrieden damit. Das Unternehmen aus Rotenburg/Wümme bietet branchenübergreifend Lösungen – vom preiswerten, kompakten Verkaufsfahrzeug bis zur hochwertigen



Borco-Höhns



G. Fischer Fahrzeuge

Fotos: Theimer, Borco-Höhns, G. Fischer Fahrzeugbau



Lösung nach Maß. Damit Kunden das Fahrzeug finden, das zu ihren Anforderungsprofil und ihrem Budget passt, entwickelte das Unternehmen drei Produktkategorien und richtete sein Sortiment präzise an den Anforderungen der Kunden aus. Das Basispaket „Clever“ enthält alles, was ein gutes Verkaufsfahrzeug ausmacht. Das ausgeklügelte Basiskonzept „Cleverplus“ verfügt über drei Upgrade-Varianten. „Individual“ schließlich setzt jeden Kundenwunsch kompetent um – von der maßgefertigten Theke über Ladensysteme bis hin zu Fahrzeugmaßen, Designs und Beschriftungen. Auch die Metzgerei Bio Böhm aus Konstanz setzt auf das mobile Geschäft. Metzgermeister Julian Böhm verarbeitet seit 2015 nur Bio-Fleisch von Bio-Höfen aus der Region, naturbelassene Bio-Gewürze und deutsches Bio-Steinsalz. Die selbst hergestellten Produkte werden zu ca. 90 % auf Wochenmärkten im Umkreis vermarktet. Mit drei Verkaufsfahrzeugen bedient die Metzgerei pro Woche zehn Märkte. Zum Start 2015 waren schon zwei Verkaufsfahrzeuge im Betrieb. Ein Fahrzeug wurde gegen ein Konzept-Fahrzeug von Seico Verkaufsfahrzeuge ausgetauscht. Im März 2017 kam dann ein individuell für die Metzgerei gestaltetes, mobiles Geschäft dazu. Eine Anforderung waren viele Kühlschubladen, die an der Verkaufsrückwand sowie in der

Unterkühlung der Theke eingepplant wurden. So kann ausreichend Ware für die fast 5,5 m lange Theke mitgenommen werden. Statt einer früheren Panoramaverglasung gibt es hier nun eine Schweizer Thekenverglasung – alles wirkt größer und offener, wozu auch die LED-Beleuchtung beiträgt. „Für uns hat es bei Seico einfach gepasst. Der Kundenberater hat viele gute Ideen einfließen lassen und an Sachen gedacht, die wir übersehen haben“, heißt es aus der Metzgerei. Energieeffizienz und Hygiene genießen bei den Verkaufsmobilen von G. Fischer Fahrzeuge hohen Stellenwert. Die Stromversorgung erfolgt hier mit Lithium-Ionen-Batterien, die bei kurzer Ladezeit viele Ladezyklen ermöglichen und deren Lebensdauer im Vergleich zu Gelbatterien etwa um das Dreifache höher ist. So sind auch autarke Kühlthekenfahrzeuge mit einer Länge von 4,80 m und 3,5 t zulässigem Gesamtgewicht realisierbar. Zudem werden immer mehr Zusatzheizungen wie Warmluft, Infrarot- oder Thekenkantenheizung sowie Klimaanlage eingebaut. Die Hygienesituation verbessert sich etwa durch rahmenlose Thekenscheiben oder den optional erhältlichen, hochklappbaren Hygienelift für die Thekenauslage, die auch einteilig und nahtlos sein kann. Tiefrahmenfahrgerstellte mit zulässigem Gesamtgewicht bis zu 6,9 t bei

einer Zuladung bis zu 2 t steigern durch eine großflächigere Warenpräsentation und mehr Vorratsware im Fahrzeug den Umsatz außerdem. Seit über 50 Jahren entwickelt Wörmann flexible, mobile Transportlösungen. Die Verkaufs- und Marktanhänger lassen sich je nach Kundenbedarf und -wunsch

anpassen. Es gibt verschiedene Ausbauten, z. B. Imbiss- oder Metzgerei-Anhänger. Für Metzgereien ist auch eine Kombination mit Kühltheke sowie Imbissbereich für den Verkauf warmer Speisen möglich. Unterschiedliche Thekenvarianten und Einbauelemente ermöglichen eine optimale Präsentation der Waren. Als Einbaugeräte

Der neue THERMOKING Einachser zum Einführungspreis! *

Der kompakte Fleischtransporter! Ideal für Selbstvermarkter! * nur solange Vorrat reicht!

Thermoking 15.25/150
1,5 t Ges. Gew.
250 x 150 x 220 cm
statt 9.288,- € netto

7.990,-€ netto
9.508,10 € brutto

Mit Rohrbahn!

Abb. ähnlich

Leerfahrzeuge Kühlthekenanhänger Kühlanhänger Viehanhänger

WÖRMANN GmbH
Torstraße 29
85241 Hebertshausen b. Dachau

Öffnungszeiten:
Mo-Fr 9.00 - 18.00 h
Sa 9.00 - 13.00 h

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

Fotos: Seico Verkaufsfahrzeuge, Wörmann



sind etwa Backöfen, Grillplatten oder Warmhaltevitrienen erhältlich. Interessierte können sich im 2.500 m² großen XXL-Showroom

am Firmenstandort informieren. Viele Anhänger stehen zur direkten Mitnahme bereit.

Zuverlässige Fahrzeuge, die den hygienischen Anforderungen des Lebensmitteltransports entsprechen,

sind im Partyservice sowie bei der Belieferung von Filialen ein Muss. Ihre sieben Filialen beliefert die Metzgerei Kroiss aus Sulzbach am Inn täglich ab 6 Uhr im Rahmen von zwei Touren mit bis zu drei Kühltransportern. Inhaber Albert Kohlpaintner entschied sich für Mercedes Sprinter mit Kühlungen von Thermo King und Kerstner und lobt dabei den Service seines zuständigen Ansprechpartners. „Für unseren Bedarf muss die Kühlleistung hoch sein. Das ist vor allem bei häufigerem Öffnen der Türen im Sommer wichtig, damit diese auch beim anschließendem Fahrbetrieb wieder voll und ganz erzielt wird“, so der Metzgermeister.

tung, Service, Garantie und Gewährleistung wie ein original Mercedes-Benz Van behandelt. Es gibt nur einen Ansprechpartner, keine zusätzliche Wartezeit zwischen Bestellung und Auslieferung und nur einen Abstimmungs- und Konfigurationsprozess.

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

FISCHER FISCHER Verkaufsfahrzeuge

Individuell nach Ihren Wünschen
Professionelle Umsetzung
Full-Service in Planung, Design und Fertigung
70 Jahre Erfahrung

GEORG FISCHER GmbH & Co. KG
 Heidenheimer Straße 63
 89312 Günzburg
 Tel: 08221/9019-0
 www.fischer-fahrzeuge.de

Individuell. Zuverlässig. Persönlich. **seico** mobile Geschäfte

anspruchsvolle LED-Beleuchtung
 innovative Modellgestaltung
 effiziente Kühlkonzepte
 hochmoderner Leichtbau

www.seico.de

KÜHLEN JE NACH BEDARF

Den Mercedes-Benz Vito als Frischdienstfahrzeug mit Kühlausbau von Kerstner gibt es mit dem 7-Gang Automatikgetriebe 7G-Tronic Plus, das serienmäßig über eine Eco Start-Stopp-Funktion verfügt. Mercedes-Benz Vans bietet mit dem VanSolution-Programm für jede Anwendung einen passenden Kastenwagen in langer Ausführung. Die Modelle werden im Einrechnungs-Geschäft angeboten, finanziert und verkauft. Aus- und Aufbau werden bei War-

Das niedrige Gewicht der Ausbauten und Konvekta-Kühlanlagen von Heifo ermöglicht hohe Zuladungen. Jeder Kühltransporter wird nach individuellen Wünschen und Anforderungen der Kunden gefertigt.

Nützliche Links

- www.bio-boehm.de
- www.borco.de
- www.fischer-fahrzeuge.de
- www.forster-metzgerei.de
- www.heifo.de
- www.kerstner.de
- www.kiesling.de
- www.kress.eu
- www.mercedes-benz.de
- www.metzgerei-salzberger.de
- www.professional.peugeot.de
- www.seico.de
- www.senger-kuehltransporter.de
- www.tbv-kuehlfahrzeuge.de
- www.volkswagen-nutzfahrzeuge.de
- www.winter-kuehlfahrzeuge.de
- www.woermann.eu
- www.wuekaro.de



Fotos: Mercedes Benz, Kiesling, Senger|Kühltransporter, Heifo Kühlausbauten



Peugeot



Winter Kühlfahrzeuge



Gamo

Seit 2008 stellt Heifo Kühlausbauten für alle namhaften Fahrzeughersteller her. Das Unternehmen ist QVM-Partner von Ford, IntegratedPartner von VW Nutzfahrzeuge, VanPartner by Mercedes-Benz, Systembauer der Peugeot Cool Edition und Branchenpartner für Renault Kühlfahrzeuge. Das niedrige Gewicht der Ausbauten und Konvekta-Kühlanlagen ermöglicht hohe Zuladungen. Jeder Kühltransporter wird nach individuellen Wünschen und Anforderungen des Kunden gefertigt und entspricht den Richtlinien nach HACCP sowie der EU-Lebensmittelverordnung. Die Kunden erhalten eine 36-monatige Gewährleistung auf die Isolierung.

Waren schnell und ohne Ladebordwand zu entladen, dafür steht der Runner® von *Kiesling Kühlfahrzeuge*. Eine Rampe verschwindet während der Fahrt unter dem Aufbau im Rahmen und wird bei Bedarf vom Fahrer ausgezogen. Das bedeutet weniger Kosten bei mehr Nutzlast. Sieben bis elf Rollcontainer oder bis zu 210 E2-Kisten finden im Laderaum Platz. Durch den um bis zu 30 cm tieferen Einstieg in den Laderaum ist das Fahrzeug auch mit einer Sackkarre ein- und auszuladen. Die Radkästen sind mit dem klappbaren Easy Load System® überbaut, Eurokisten können darüber aufgestapelt werden. Mit 3,5 t zulässigem Gesamtgewicht ist das Fahrzeug mit PKW-Führerschein zu fahren; ein Fahrtenschreiber ist nicht vorgeschrieben. Interne Tests ergaben für die niedrigere Höhe von 30 cm eine Ersparnis von fast 2 l/100 km bei 95 km/h Durchschnittsgeschwindigkeit. Alle Aufbauten sind für Tiefkühltransporte bis -18°C geeignet und nach

den Regeln des HACCP und ATP/FRC vom TÜV geprüft.

Mit den Modellen Expert, Partner und Boxer der Cool Edition bietet *Peugeot* individuelle Lösungen für den Frischdiensttransport. Der Expert ist ab dem 2. Quartal 2018 bestellbar. Peugeot schuf in Kooperation mit Systempartner Heifo eine Lösung: Durch eine hochwertige, energieeffiziente Laderaumisolierung zusammen mit satten Kühlleistungen der fahrzeugspezifischen Kühlanlagen von Konvekta eignen sich die Fahrzeuge für temperaturgeführte Transporte verderblicher Waren bei Außentemperaturen bis zu 35°C. Das Modell fasst bis zu 52 Eurokisten (Ladevolumen bis 3,32 m³). Serienmäßig wird die Temperatur des Laderaums per Fernbedienung aus dem Fahrerhaus reguliert. Für den kleineren Bedarf gibt es das Modell Boxer (Ladevolumen bis zu 2 m³), für den größeren Bedarf das Modell Partner (Ladevolumen bis zu 11,4 m³).

Das Erfolgsrezept von *Senger|Kühltransporter* lautet „Alles aus einer Hand“ – von der Beratung über die Finanzierung bis zur kompletten Abwicklung und Frei Haus-Lieferung. Es gilt für Fahrzeuge von Mercedes-Benz, VW Nutzfahrzeuge, Fiat, Peugeot und Ford. Alle Transporter lassen sich je nach Kundenwunsch mit Lösungen von bis zu sieben Kühlaggregat-Herstellern und diversen Telematik-Anbietern anpassen. Für kurzfristige Engpässe oder Auftragungsspitzen hält *Senger|Rent* eine Flotte von Kühltransportern bereit. Im Bereich E-Mobilität befinden sich aktuell Kühltransporter in

Kooperation mit Fahrzeugherstellern in der Entwicklung. Mit sogenannten Flatrates entsteht eine 100%-ige Kostenkontrolle, d. h. der Kunde weiß zu Vertragsbeginn, wieviel das Fahrzeug über die gesamte Laufzeit kosten wird. Auf Wunsch kann auch die Webanbindung der Fahrzeuge für die permanente Temperaturkontrolle eingebunden werden, egal wo das Fahrzeug fährt.

Da die Flexibilität beim Einsatz von Kühltransportern an Bedeutung zunimmt, bietet *Winter Fahrzeugtechnik* Kühl- oder Tiefkühlusbauteilen mit unterschiedlichen Temperaturzonen an. Ein Trennwandsystem unterteilt den Laderaum – ob fest montiert oder als flexible Trennwand. Letztere sind verschiebbar oder lassen sich mit wenigen Handgriffen auch komplett entnehmen. So können Waren in einem Bereich gekühlt werden, während eine zweite Zone ungekühlt bleibt bzw. bei Bedarf geheizt wird. Pro Transporter sind bis zu vier Temperaturzonen möglich. Zum Einsatz kommen Kühlaggregate mit Ein- oder Zwei-Verdampfer-technik. Thermostatisch gesteuerte Lüftersysteme und Luftklappen regeln die Temperatur für Tiefkühl-, Frischdienst- und ungekühlte oder beheizte Zonen.

Ein Spezialist für den Ausbau von Kühlfahrzeugen sowie Spezialaus- und -aufbauten ist *Wükaro*. Das Unternehmen bietet für fast jeden Autohersteller diverse Kühlungsvarianten für den Transport temperaturgeführter Güter an – von der integrierten Kühlanlage, der Dachkühlanlage bis zur vollintegrierten Kühlanlage ohne Verdampfer im Laderaum. Die Innenauskleidungen aus GfK-Formteilen sowie

Fotos: Peugeot, Winter Kühlfahrzeuge, Gamo

www.winter-kuehlfahrzeuge.de



Winter Kühlfahrzeuge®

INDIVIDUELLE & HYGIENISCHE FAHRZEUGAUSBAUTEN
für den temperaturgeführten und sicheren Transport.

Winter Fahrzeugtechnik GmbH • Telefon +49 (0)6659/96 46 - 0



die Kühlkofferaufbauten für alle Kastenwagen werden selbst entwickelt. Dabei sind spezielle Formteile, die mit der Isolierung verbunden sind, im Laderaum mittels einer Steckverbindung verklebt. Der Boden ist serienmäßig mit Alu-Riffelblech belegt.

ÖKOLOGISCH WERTVOLL

Fünf Tage pro Woche verkauft die Metzgerei Forster aus Tettmang ihre Spezialitäten außer in ihren vier stationären Geschäften mit Verkaufsmobilen an 14 Standorten. Als Ersatzbeschaffung orderte Metzgermeister Johannes Forster den Fresh-Master 380 Hybrid von Gamo, der auf der Evenord 2017 Premiere feierte. Ein Grund dafür war die Optimierung der Verkaufstouren. Das Fahrzeug verfügt über integrierte Solarzellen, was längere Tourenzeiten ermöglicht. Die neuen Batteriezellen werden durch das Solarsystem nachgeladen. „Mit der Solarunterstützung kann man im Sommer bei hohen Temperaturen, wenn der Stromverbrauch am höchsten ist, die Energieversorgung zusätzlich unterstützen. Zudem sind nun Lithium-Ionen-Batterien verbaut, die ohne Wartung für lange Zeit Strom liefern – und das bei geringem Gewicht. So ist man an den jeweiligen Standorten länger unabhängig vom Stromnetz. Dies macht eine Tour viel entspannter und bringt zugleich Sicherheit für die Qualitätssicherung“, erklärt er.

Ein aerodynamisches Design des Kühlaufbaus unterstützt die Windschlupfrigkeit des Basisfahrzeuges und senkt Cw-Wert, Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen. Daher sind die Kanten an der Stirnseite des Kühlaufbaus CoolerBox 2.0 von Kress Fahrzeugbau abgerundet, Umrissleuchten und Beschläge sind versenkt und die Türen flächeneben. Die Nutzlast-Effizienz fördern zudem die selbst entwi-



Kress Fahrzeugbau



TBV Kühlfahrzeuge



VW Nutzfahrzeuge

ckelten Verbundpaneele aus Durolite, welche die Temperatur im Innenraum lange halten, wodurch sich die Kühlmaschine seltener einschalten muss. Das geringe Eigengewicht des Kühlkoffers erlaubt mehr Nutzlast, was die Wirtschaftlichkeit des Transportes erhöht. Die CoolerBox ist auch auf ein weiteres Fahrzeug – egal mit welcher Antriebsart – montierbar.

„Zudem rollen schon etliche unserer E-Kühlfahrzeuge im täglichen Einsatz“, erklärt Geschäftsführer Joachim Kress. Ein isoliertes Kühlfahrzeug mit vollelektrischer Kühlanlage auf der Basis des vollelektrisch angetriebenen Nissan E-NV200 bietet TBV Kühlfahrzeuge. Seine Nutzlast liegt bei 450 kg, die effektive Reichweite bei ca. 140 km. Es reduziert Feinstaubemissionen sowie CQL-Abgase gegenüber konventionell angetriebenen Kühlfahrzeugen stark und ist zudem leiser als diese. Der Partikel-Ausstoß beträgt weniger als 0,005 g/km, ein Fahrverbot ist somit ausgeschlossen. Die Kühlung im Frischdienstbereich (bis 0°C) arbeitet unabhängig vom Fahrzeugantrieb. Auftragende Bauteile am Dach gibt es nicht, wodurch das Fahrzeug tiefgaragen- und waschanlagentauglich ist. Gegenüber einem vergleichbaren Modell mit Verbrennungsmotor spart es laut Hersteller je bis zu 50 % Kraftstoffkosten.

Bis Mitte 2018 testeten internationale Großkunden den Elektro-Transporter e-Crafter von VW Nutzfahrzeuge im Alltag. Darunter sind auch Handwerksbetriebe, deren Fahrzeuge pro Tag zwischen 70 und 100 km zurücklegen. Der 100 kW starke e-Crafter hat eine Reichweite von ca. 160 km und kommt auf eine Höchstgeschwindigkeit von 90 km/h. Die Lithium-Ionen-Batterie ist im Unterboden integriert. So ist das Ladevolumen (10,7 m³) in vollem Umfang nutzbar; gleiches gilt für Durchladebreite (1.380 mm) und Laderaumhöhe (1.861 mm). Die maximale Zuladung beträgt zwischen 1 und 1,75 t. An einer CCS-Ladestation mit 40 kW (Gleichstrom) ist die Batterie (Energiegehalt 35,8 kWh) nach 45 Minuten zu 80 % geladen. Wird eine AC-Wallbox mit 7,2 kW (Wechselstrom) genutzt, ist der Akku binnen 5:20 Stunden zu 100 % wieder voll. Das Fahrzeug soll ab September erhältlich sein. mth

Fotos: Kress Fahrzeugbau, TBV Kühlfahrzeuge, VW Nutzfahrzeuge



Coole City-Logistik

- ▶ Niedrige Ladekante
- ▶ Entladen über Rampe
- ▶ Hohe Nutzlast
- ▶ ATP/FRC und HACCP



Runner
by **Kiesling**

Kiesling GmbH, Kühlfahrzeuge
D-89160 Dornstadt, +49.7348-2002-0
www.kiesling.de; Mail: info@kiesling.de



SCHÄDLINGE: EINE NACHTAKTIVE ZEITBOMBE

Nicht selten wird im Zusammenhang mit der Schädlingsbekämpfung die Frage nach der Notwendigkeit aufgeworfen. Ist es an der Zeit, aktiv zu werden, dann nach Möglichkeit ohne hohen Zeit- und Kostenaufwand. Einmal mehr an Bedeutung gewinnt diese Frage, wenn es um prophylaktische Maßnahmen gegen Schädlinge geht.

Schädlinge kommen in der Regel aus den wärmeren Zonen der Erde und werden in heimischen Breiten bemüht sein, diese hohen und konstanten Temperaturen wiederzufinden. Wobei ihnen der Mensch mit Zentralheizung oder sonstigen Fernheizungssystemen behilflich ist. Hat sich ein Befall in der menschlichen Umgebung etabliert, hört man die Betroffenen immer wieder klagen, dass ihnen der Befall völlig unverständlich ist, denn man habe doch hinsichtlich Reinigung und Hygiene alles Erdenkliche getan. Vergessen wird dabei aber, dass wir nicht mehr im Mittelalter leben, als Schädlinge noch eine Frage von Sauberkeit und Hygiene waren. Heute sind Schädlinge eine Frage des häufigen Warenaustausches. Wir leben in einer Zeit der volkswirtschaftlichen Arbeitsteilung, in der Warentransporte notwendig und diese ohne Verpackungen nicht möglich sind. Alles in allem optimale Bedingungen zur Beförderung

von Schädlingen – wenn es sein muss sogar einmal um die Welt. Die Hausmaus stammt definitiv aus den asiatischen Steppen und Schaben stammen aus den Tropen und Subtropen. Beide gelten heute als Kosmopoliten. Passive Verschleppung heißt das Zauberwort, welches das „Karussell der Schädlinge“ in Bewegung hält, denn um so häufiger Waren angeliefert werden, um so höher ist die Wahrscheinlichkeit, Schädlinge dabei zu haben.

EINE LEBENDE GEFAHR

Egal ob Mäuse, Ratten, Schaben, Motten, Milben oder sonstige Artgenossen – diese Spezies werden niemals alleine, sondern stets in Scharen mit einem enormen Appetit in der menschlichen Umgebung auftreten, womit ein Schaden in jedem Fall vorprogrammiert ist. Alleine Ratten zerstören pro Jahr etwa 33 Mio. t Nahrung. Neben einem ausgeklügelten Anpassungsvermögen und Überlebens-

mechanismus verfügen alle Schädlinge über eine enorme Vermehrungsrate. Bei Schaben produziert etwa ein Weibchen 150 bis 200 Nachkommen, ein einziges Mottenweibchen bringt es trotz einer äußerst geringen Lebenserwartung von 10 bis 14 Tagen unter guten Bedingungen auf rund 600 Eier. Bei Fliegen sind rein theoretisch in einem Jahr sechs bis neun Generationen möglich. Auch Ratten scheuen diesbezüglich keinen Vergleich. Im Alter von drei Monaten werden sie geschlechtsreif, mit drei Wochen Tragezeit und zwei bis drei Würfen bei etwa acht Jungen bringt es alleine ein Rattenweibchen theoretisch auf 470 Nachkommen pro Jahr, bei Mäusen sind es 1.000.

Nun mag ein kritischer Leser sofort aufhorchen und entgegennehmen, dass eine massenhafte Vermehrung noch lange kein Indiz für einen Schädling ist, was prinzipiell korrekt ist. Abgesehen davon, dass Schädlinge stets in

Massen auftreten, Vorräte vernichten sowie die verschiedensten Materialien beschädigen oder massiv beeinträchtigen können, sind sie gefährliche Krankheitsüberträger. Wobei das Spektrum sehr weitreichend ist und von der „einfachen“ psychischen Belästigung wie Ekel, Geräusch- oder Geruchsbelästigung über eine Schädigung wie Biss oder Insektenstich bis hin zur ernsthaften Krankheit reicht.

SCHÄDLINGE IM BETRIEB – WAS IST ZU TUN?

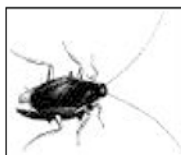
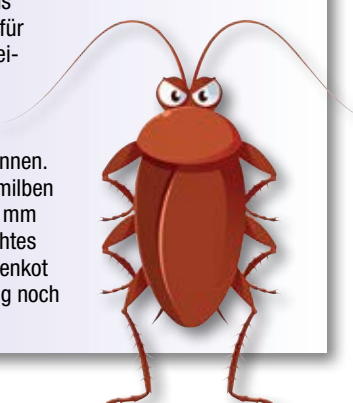
Sicher haben die obigen Ausführungen verdeutlicht, dass Schädlinge unter keinen Umständen in der menschlichen Umgebung geduldet werden dürfen und eine qualifizierte Bekämpfung dieser ungebetenen Gäste im Dienste von Gesundheit und Hygiene stehen. Sicher haben aufmerksame Leser ebenso festgestellt, dass aufgrund der extrem hohen Vermehrungsraten Schädlinge möglichst frühzeitig bekämpft werden sollten, damit größere Schäden vermieden werden können. Eine frühzeitige Bekämpfung ist aber

nur möglich, wenn der Befall auch frühzeitig erkannt wurde, wozu es oft eines Fachmannes bedarf. Schädlinge führen in der Regel ein verstecktes Dasein und werden häufig nachts erst richtig aktiv. Ein ungeübtes Auge wird einen Befall also meistens erst ziemlich spät erkennen. Sicher wird jetzt ebenso deutlich geworden sein, dass in sensiblen Bereichen vorbeugende Maßnahmen in Form von regelmäßigen Inspektionen durch einen Fachbetrieb nicht unnötige Geldausgaben, sondern sinnvoll und notwendig sind. Wurde ein Schädlingsbefall festgestellt, sollte von Maßnahmen in eigener Regie unbedingt abgeraten werden. Fehlende und/oder mangelnde Fachkenntnisse führen vielfach zu einer Fehleinschätzung der Situation und damit zu falschen Bekämpfungsmaßnahmen. Vor diesem Hintergrund ist es unter allen Umständen sinnvoll, einen Fachbetrieb zur Schädlingsbekämpfung einzuschalten.



Haben Sie gewusst, ...

- ...dass sich Schaben sich von Aas und Kot ernähren, sich dabei mit Krankheitskeimen befrachten und so Krankheiten wie Meningitis, Typhus oder Tuberkulose übertragen?
- ...dass Pharao-Ameisen eiweißhaltige Nahrung bevorzugen, wobei sie wenig wählerisch sind.
- ...dass Hausmäuse 18 bis 25 mal pro Tag Nahrung aufnehmen und dabei 15 bis 30 verschiedene Nahrungsquellen aufsuchen? Bedingt durch einen sehr raschen Stoffwechsel scheiden Mäuse pro Tag und Tier über 50 Kotkrümel aus, was bei nur zehn Mäusen schon eine Summe von 500 Kotkrümeln ausmacht.
- ...dass eine Ratte im Monat 1 kg Getreide vertilgt, dabei 2.000 Kotbrocken sowie 1/2 l Urin produziert und dadurch gefährliche Krankheiten übertragen kann.
- ...dass Fliegen keine feste Nahrung aufnehmen können? Will die Fliege von fester Nahrung naschen, muss sie diese mittels Speichel und ihrem Saugrüssel verflüssigen.
- ...dass verwilderte Haustauben pro Jahr fünf bis sechs Pfund Kot produzieren und auf diesem Kot ihre Jungen ausbrüten, ohne sonderlich an Nestbau zu denken? Oder dass verwilderte Haustauben Salmonellen, Tuberkulose und die gefürchtete Papageien-Krankheit übertragen können?
- ...dass der Mensch pro Tag etwa 1 bis 1,5 g an Hautschuppen verliert, was für 100.000 Hausstaubmilben eine ausreichende Tagesration an Nahrung ist? Somit würde eine vierköpfige Familie etwa 400.000 Hausstaubmilben problemlos ernähren können. Haben Sie gewusst, dass Hausstaubmilben trotz der geringen Größe von nur 0,5 mm das Tausendfache ihres Körpergewichtes an Kot herstellen, und dass sich Milbenkot selbst in 0,000001%-iger Verdünnung noch negativ auf Allergiker auswirkt?



Mit **BIOFANG® Schabenklebefallen** kann man leicht einen Schabenbefall feststellen und diesen ungiftig bekämpfen. Preis / 10 Stück: € 22,- zzgl. Porto und MwSt. SASA GmbH, Postfach 4018, 69254 Malsch
Telefon 0 72 53 / 2 15 96, Telefax 0 72 53 / 27 85 56
e-mail: info@sasagmbh.de www.sasagmbh.de



Sicherheit durch DEKUR Ultraschallgeräte

Nager im Lebensmittelbereich

DEKUR®
Electronic-Geräte GmbH

56329 St. Goar-Fellen
Tel.: 06741-2999980
dekur@dekur-international.de

www.dekur-international.de

Kompakter Ratgeber

Auf mehr als 200 Seiten zeigt der Autor u. a. was beim Thema Schädlinge, Prophylaxe und Bekämpfung gefordert wird und welche Rahmenbedingungen es für Betriebe gibt. Er gibt Insider-Tipps, was es über die Dienstleistung Schädlingsbekämpfung und im Umgang mit Dienstleistern zu wissen gilt. T. Voigt: Schädlingsmanagement in Lebensmittelbetrieben. Hamburg: Behr's, 217 Seiten, 119,50 €.



Fotos: www.colourbox.de, Behr's Verlag

Das werbewirksame Geschenk für Ihre Kunden: Der Rezeptkalender 2019



Bestellen Sie
bis 30.06.2018 zum
FRÜHBESTELLERPREIS!
Sie sparen mehr
als **10%!**

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.

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 2019.

Kalender-Menge	Frühbestellerpreis/Stück bis 30.06.2018	Normalpreis/Stück ab 01.07.2018
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 26.10.2018 möglich!

Bitte Zutreffendes ankreuzen:

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

Liefertermin:

Lieferung erfolgt in der 47. KW 2018, bei Eingang der Bestellung und der Eindruckdateien bis 26.10.2018.

Firma _____

Vorname/Name _____

Straße/Nr. _____

PLZ/Ort _____

Telefon/Fax _____

E-Mail _____

Datum/Unterschrift _____



B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Max-Volmer-Straße 28, 40724 Hilden
kalender@blmedien.de, www.blmedien.de



Profi-Smoker

Landmann zeigt die Vielfalt des Grillens mit dem „Vinson-Smoker“. Durch das Zwei-Kammern-System kann direkt und indirekt gegrillt werden, ebenso ist Räuchern und Smoken möglich. Die abgerundeten Formen verbessern die Wärme- und Rauchzirkulation

zwischen Garkammer und Feuerbox. Dadurch verteilen und entwickeln sich die Rauch- und Röstaromen des Grillgutes. Die Vinson-Produkte sind in vier Modellen erhältlich. www.landmann.de

Im Salami-Mantel

Das erste Produkt der Delikatessenmanufaktur Bedford aus 100 % tiergerechter Offenstall-Haltung heißt Salgiano – eine Salami-Kreation mit einem Kern aus zwölf Monate gereiftem Parmigiano Reggiano. Der Käse ist mit handwerklichen Geschick von der im Naturverfahren gereiften Salami umhüllt.

An der Theke aufgeschnitten, zerfällt eine Scheibe in Parmesanblättchen und feine Salamistreifen. Die Spezialität eignet sich für Freunde der mediterranen

Küche oder als Zutat für eine Antipasti-Platte bzw. ein -Buffet.

Metzger erhalten zu jeder Packung (2 Stück, je 330 g)

20 Frische-Tüten im schwarz-weißen Look. www.bedford.de, www.offenstall.com



Hygienisch auf der sicheren Seite

Für Fleischereien, die Catering anbieten, ist nicht nur die Überprüfung der Sauberkeit des Geschirrs oder von GN-Behältern wichtig, sondern auch die Kontrolle der Desinfektionsleistung der Spülmaschine. Mit dem geschlossenen Bioindikator KT-4S von amfora health care können Kontrollen während des Alltagsbetriebes durchgeführt werden. Der Hersteller bietet zudem wasserlösliche Etiketten für die HACCP-gerechte Kennzeichnung von Lebensmitteln an. Diese lassen sich in heißem Wasser restlos auflösen und hinterlassen keine Kleberückstände. www.hygiene-schnelltest.de



Flexible Fußböden

Der Hersteller für schnellhärtende Fußbodenbeschichtungen Silikal vereinfacht die Handhabung von Grundierungen und ersetzt seinen Silikal RU 727 durch den Silikal RU 380. Das MMA-Harz besteht aus zwei Komponenten, bisher waren es drei bis vier. Dadurch verringern sich die Fehlerquellen bei den Verarbeitungsschnitten und der Platzbedarf bei der Lagerung. Für Arbeiten an aufgehenden Bauteilen ist der Silikal R 59 gedacht. Das System ist hoch viskös und eignet sich für nicht saugende Untergründe wie Stahl, Aluminium oder feuerverzinktes Blech. www.silikal.de

Gegen Nager

Einmal durch Nageschädlinge berührte Ware muss wegen der Übertragungsfähigkeit gefährlicher Bakterien vernichtet werden. Ratten oder



Mäuse lassen sich mit den Ultraschallgeräten von Dekur Electronic-Geräte sicher vertreiben. Gift oder Fallen sind dann nicht mehr nötig. Die Tiere geraten in eine Stresssituation, die sich durch unfreiwillige Laufphasen auswirkt und sie in die Flucht schlägt. Sie kommen auch zu einem späteren Zeitpunkt nicht mehr zurück. Die Geräte werden in einem vollschutzisolierten Kunststoffgehäuse geliefert. Ihr Wirkungsbereich beträgt etwa 3.000 m². Die Lieferung erfolgt mit zwei Jahren Werksgarantie. www.dekur-international.de

Steckerfertige Heitheke

Für Fleischereien, die warme Speisen und Snacks anbieten möchten, hat KMW eine Heitheke im Programm. Bei Temperaturen zwischen 30 und 90°C lassen sich warme Gerichte über mehrere Stunden ideal temperiert und für den Direktverzehr aufbewahren. Eine automatische Wasserstandsregulierung sorgt dafür, dass stets genügend Wasser zum Warmhalten im Gerät vorhanden ist. Ein gut erreichbares Ventil erleichtert den Wasserablauf, das Anti-Kondensationssystem verhindert ein Beschlagen der Scheiben. LEDs sorgen für gute Energieeffizienz. Die Edelstahl-Elemente unterstreichen das edle Design des Möbels und machen die Bain Marie strapazierfähig und leicht zu reinigen. www.kmw-limburg.de





Mehr als ein Grill

Das Big Green Egg ist ein Alleskönner zum Grillen, Backen, Räuchern, Garen, Kochen und für Slow-Cooking. Das grüne Design, die Keramik und die lebenslange Garantie zeichnen den Kamado-Grill aus. Neue Accessoires der gleichnamigen Firma ergänzen das Angebot: gusseiserne Grillplatten, Pizzaschneider und doppelte Grillrost-Schrubber für die Reinigung. Für Liebhaber des Smokens gibt es natürliche Wood Chunks in den Sorten Apfel, Hockory und Mesquite, die für einen intensiven Geschmack sorgen. www.biggreenegg.de

Jetzt mit Kleinstdosierung

Zeitaufwändiges Sortieren von Fleisch ist mit der Baader 600 von Baader passé. Das Ergebnis des „Baaderns“ – körniges, schmier-, sehn- und knorpelfreies Fleischbrät – steht für eine reproduzierbare Produktqualität bei der schonenden Fleischveredelung, was die Ausschöpfung zusätzlicher Möglichkeiten in der Auswahl der Rohstoffe erlaubt. Wirtschaftliche Einkaufsvorteile können so ausgeschöpft werden. Damit die Maschine möglichst effektiv ausgelastet werden kann, verfügt sie nun über eine Kleinstdosierung. Das gewonnene Produkt entspricht geworfener Ware und ist kein Separatofleisch. Das robust gebaute Gerät benötigt wenig Platz, ist bequem zu handhaben und zu reinigen sowie fahrbar und ein langlebiges Wirtschaftsgut. www.baader.com



Daten managen

RetailOffice von Bizerba deckt ein breites Spektrum für den Umgang mit Daten ab und eignet sich für kleine Betriebe sowie Filialisten mit unterschiedlichen Preis- und Artikellisten. Stammdaten für Waagen und Kassen lassen sich zentral pflegen und erweitern. Zudem können Umsatzdaten abgerufen und ausgewertet werden. So lässt sich ein Ladensystem flexibel und mit minimalem Zeitaufwand steuern. Artikelbezogene Informationen wie Preise, Nährwerte und Herkunft gehören genauso dazu wie kundenbezogene Daten wie Rechnungsadresse oder Preiskonditionen. Auch Daten zum Bedienpersonal wie Name, Filiale und Berechtigung sind speicherbar; zudem lassen sich Bilddateien für Werbemaßnahmen direkt pflegen. So ist das System stets auf dem neuesten Stand, vom aktuellen Artikelpreis an der Kasse bis zur Werbung auf dem Kundendisplay der Waagen. Für einen komplexeren Bedarf gibt es das Warenwirtschaftssystem „CWS“. www.bizerba.com

Zwei neue Dressings

Die Salatdressings von Homann Foodservice gibt es ab März 2018 im eckigen Eimer, der den bisherigen runden 4-l-Eimer ablöst. Zudem werden mit den Varianten Kräuter und Joghurt-Kräuter zwei neue Sorten eingeführt. Damit stehen dann acht Salatdressings im Eimer und vier Varianten in der 875-ml-Profifutube zur Wahl. Durch die



quadratische Verpackung sind die Dressings platzsparend zu lagern. Einen weiteren Vorteil bietet eine Ausgießfunktion „über die Ecke“, die in Kombination mit dem diagonal befestigten Henkel ein präzises Arbeiten gewährleistet. Die Dressings sind ungeöffnet nicht kühlbedürftig. Alle ihre Verwender können bis zum 30. April 2018 die Chance eine von 25 Fitbit Alta-Fitnessuhren gewinnen. Die Infos dazu stehen auf den Salatdressing-Produkten, Rezeptanregungen auf www.homann-foodservice.de.

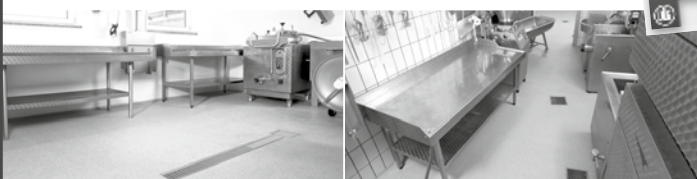
Fotos: Big Green Egg, Baader, Homann Foodservice



Beste Böden – von Grund auf! Silikal – für Industrie, Handel, Handwerk und Gewerbe!

ANUGA FOOD TEC
Anuga FoodTec 2018
Köln, 20. – 23. März
Besuchen Sie uns:
Halle 04.2 · Stand D089

Hochstrapazierfähig, in Rekordzeit fugenlos verarbeitet und nach 1 Stunde voll belastbar.



Boden gut, alles gut!

www.silikal.de

In Nutzungsbereichen, Lager- und Kühlräumen von Metzgereien, Schlachtereien und fleischwirtschaftlichen Betrieben ... Silikal. Starke Böden für alle Fälle.

GESUCHT & GEFUNDEN

Arbeits- und Einwegschutzkleidung, Food- und Berufskleidung



EUROFLEX
... the Original

Heilemann Sicherheitstechnik GmbH
Industriestraße 55, D-75417 Mühlacker
Tel. +49 (0) 7041-81416-0, Fax -81416-18
info@euroflex-safety.de



hele
Hygiene-, Arbeitsschutzkleidung und mehr...

Gesamtkatalog gratis anfordern!

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

www.FleischNet.de

Autoklaven



NEU!
Vollautomatische Steuerung!

reifen
dämpfen
garen
kochen
sterilisieren

AUTOKLAV & KESSEL
KORIMAT
Metallwarenfabrik GmbH
Telefon 02774-923993
www.korimat.de

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



VOSSCHOTT
PROZESSTECHNIK
FÜR NAHRUNGSMITTEL
FOOD TECHNOLOGY

vos-schott.com

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.

**boyenz
backservice**

www.boyenzbackservice.de

SPRÜH-SYSTEME

UNIFILLER-SYSTEME

BACKTRENNMITTEL

FleischNet.de

Online-Magazin rund um Fleisch und Wurst

Wir liefern IHNEN Inhalte,
die SIE brauchen.



seenotretter.de

Entsahnungsmaschinen
und -anlagen



BAADER
Food Processing Machinery

**BAADER-Fleisch
Entsahnungskonzepte**

Geniner Str.249 · D-23501 Lübeck
Germany · Tel.+49|451-53020
baader@baader.com
www.baader.com

DAS ORIGINAL

Fleischereimaschinen



K+G WETTER
WÖLFE · KUTTER
MISCHER

Tel. +49 (0) 64 61 / 98 40 - 0
info@kgwetter.de · www.kgwetter.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




▲ Füllen
▲ Küttern
▲ Wolfen

**dueker
REX**
FLEISCHEREIMASCHINEN

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

Anzeigen werden gelesen!
Sie tun es gerade!

Fußbodensanierung



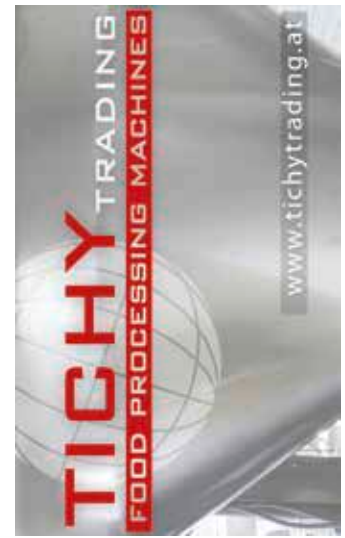
KEUTE
KUNSTHARZ-FUSSBODEN GMBH

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

Geräteausstattung

www.superverkauft.de

Gebrauchtmaschinen



TICHY TRADING
FOOD PROCESSING MACHINES

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



MUKOVISZIDOSE

*Gemeinsam
Mukoviszidose
besiegen!*

Werden Sie Schutzengel,
genau wie Michaela May.

Spendenkonto 70 888 00
IBAN DE 59 3702 0500 0007 0888 00
BIC BFSWDE33XXX
BLZ 370 205 00
Bank für Sozialwirtschaft

www.muko.info

Gewürze



VAN HEES
We know how!

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

Gütezusätze



VAN HEES
We know how!

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

Hygienetechnik



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

www.walter-geraetebau.de

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

Kühlfahrzeuge



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

HEIFO
DIE PROFIS

Tel. 0541 5843-135
heifo-kuehltransporter.de

Kühltheken



**FRISCHE
IN PERFEKTION**

Die neuen **akf-Metzgertheken**

- robuste Edelstahlausführung und elegante Glasfront
- verschiedene Kältesysteme
- individuelle Temperaturzonen



www.hagola.de
Tel. 04444201-0 | info@hagola.de



www.gastroinfoportal.de

Kühl-/Tiefkühlzellen

**Kühlzellen, Tiefkühlzellen
und Kühlaggregate**

VISSMANN



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

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

**DER WILLE VERSETZT BERGE.
BESONDERS DER LETZTE.**

**EIN TESTAMENT ZUGUNSTEN VON ÄRZTE
OHNE GRENZEN SCHENKT MENSCHEN
WELTWEIT NEUE HOFFNUNG.**

Wir informieren Sie gerne.
Ihre Ansprechpartnerin:
Anna Böhme
Telefon: 030 700 130-145
Fax: 030 700 130-340
anna.boehme@berlin.msf.org



Kunstdärme



HansSchütt

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

Kunststoffverkleidung


**Horo-Kunststofftechnik
Vertriebs GmbH**

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

Ladengestaltung

promedia thekenTV

Das digitale Kunden-
Informationssystem
für die moderne Fleischerei



**Moderne Kunden-
information kann so
einfach sein!**

Setzen Sie Ihre Informationen,
Angebote und vieles mehr
auf Bildschirmen,
Kassenwaagen und
Preisschildern stark in Szene.

Weitere Informationen
finden Sie auf:

www.promedia-thekentv.de



**Messer für Lebensmittel-
verarbeitungsmaschinen**



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 | Injektormädeln
Schneidwerkzeuge für Großwölfe | Messer mit Verzahnungen

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

**SCHULKIND
STATT
EHEFRAU**



**BILDUNG MACHT
MÄDCHEN STARK!**

**„WERDEN
SIE PATE!“**

Plan International
Deutschland e. V.
www.plan.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

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

Spülmaschinen



**Mit
dieser Technik
spült die Welt**

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



**Charlotte, 91 Jahre
hat wieder Freude am Leben**

Jahrelang fiel Charlotte zu Hause die Decke auf den Kopf. Jetzt wird sie regelmäßig von unserer Freiwilligen Anna besucht. Unterstützen Sie unser Engagement gegen Einsamkeit im Alter mit Ihrer Spende!

Bank für Sozialwirtschaft
IBAN DE72 1002 0500 0003 1436 01
Freunde alter Menschen e.V.
Anne Bieberstein, Tel.: 030/21 75 57 90
E-Mail: abieberstein@famev.de
www.famev.de



Vakuumverpackung



**Professionelle
Vakuumgeräte**

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

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

Schlachthofeinrichtungen

**Rohrbahnanlagen
Schlachttechnik
Stefan Ochs**

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



RENNER
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

FleischNet.de

Online-Magazin rund um Fleisch und Wurst

Wir liefern IHNEN Inhalte,
die SIE brauchen.

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

Schleiftechnik



karrer
SCHLEIFTECHNIK

**AUTOMATISCH
SCHÄRFER**

T 05203 7609 · www.karrer-schleiftechnik.de

Tumbler



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



**Warenwirtschaft
mit System**

Im Vertrieb der
SYNER.COM
DIE SYSTEMLOSER

☎ 0441/93925787 · aprocon.de



Impressum 6. Jahrgang
Offizielles Organ von:



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

Postadresse: Postfach 21 03 46,
D-80673 München

Hausadresse: Ridlerstraße 37,
D-80339 München

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

- **Herausgeberin:**
Annemarie Heinrichsdobler (089) 370 60-100
- **Verlagsleitung München:**
Bernd Moeser (089) 370 60-200
Paula Pommer (Stv.) -110
- **Redaktion:**
Marco Theimer (mth), (089) 370 60-150
Chefredakteur (verantwortlich i. S. d. P.)
Christian Blümel (chb) -185
- **Ständige Autoren:**
Heike Sievers, Verena Wagner, Alexandra Höß
- **Anzeigen:**
Bernd Moeser (verantwortlich) -200
Paula Pommer -110 Gerhild Burchardt -205
Rosi Höger -210 Serap Dokumaci -215
Rocco Mischok -220 Fritz Fischbacher -230
Concetta Herion -240
- **Gültige Anzeigenpreisliste:**
Nr. 21 vom 1.1.2018

- **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,
90 € jährlich inkl. Porto u. Mwst.
Ausland 105 € inkl. Porto. Einzelpreis
Inland 19 €, Ausland 21 € (alle Preise
inkl. Versandkosten und MwSt.). Der
Abopreis für die Verbandsangehörigen
des Bayerischen Fleischverbandes
ist im Mitgliedsbeitrag 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 gekennzeich-
nete 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

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

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

► **Gerichtsstand:** Hilden

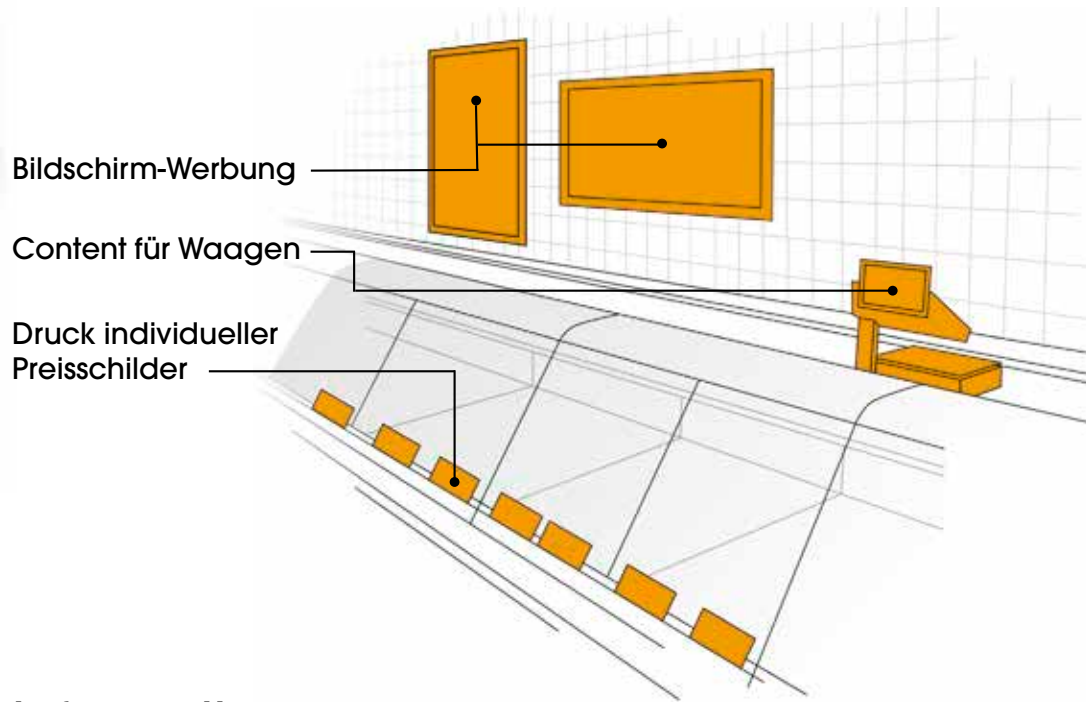
► **ISSN: 2192-5033**

Der Informationsgemeinschaft
zur Feststellung der Verbreitung
von Werbeträgern ange-
schlossen.



Bekanntgabe laut Bayerischem Pressegesetz vom
3.10.1949: Inhaber der B&L MedienGesellschaft
mbH & Co. KG, D-40724 Hilden, sind (Anteile in
Klammern) Renate Schmidt (38,8%), Erbe-
gemeinschaft Ulla Werbeck (31,2%), Erbe-
gemeinschaft Hannelore Rosenfeld (12,5%), Frederike
Kintscher-Schmidt (4,5%), Birgitta Schmidt (4,3%),
Margareta Endermann (4,3%), Christel Föllmer
(1,1%), Traudel Feldhaus (1,1%),
Liesel Eimers (1,1%), Friedel Rosenfeld (1,1%).

Mitten ins Auge Ihrer Kunden!



Moderne Kundeninformation kann so einfach sein:

Mit **promedia-thekenTV** setzen Sie Ihre Informationen, Angebote und vieles mehr auf Bildschirmen, Kassenwaagen und Preisschildern aufmerksamkeitsstark in Szene.



Informieren Sie sich jetzt:

Info-Telefon: 02103 / 20 47 00 • www.promedia-thekentv.de

HOMANN

Foodservice

HOMANN

Foodservice

SNACK STAR®
SNACK
DES JAHRES

2018 ★★★★★
✂

MOTTO 2018

Lokale Originale

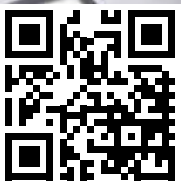
- ✓ Gesucht werden **kreative Snack-Ideen** rund um das Thema „Lokale Originale“.
- ✓ Teilnahmeberechtigt sind Einzelpersonen oder Zweierteams, die sich in der Ausbildung befinden oder nach der Schulzeit max. 10 Jahre im Fleischerhandwerk tätig sind.
- ✓ Die Ideen können im Betrieb oder der Berufsschule entwickelt und anschließend auch für den Eigenbedarf genutzt werden.
- ✓ Schulungsunterlagen für Berufsschulen, Ideen sowie Online-Bewerbung unter www.homann-snackstar.de



Einsendeschluss ist
der 20. Juli 2018

DEINE
IDEE

DIE TEILNAHME LOHNT SICH!
TOLLE GEWINNE WARTEN!



Die Aktion für den Fleischernachwuchs – Mit freundlicher Unterstützung von



FH FLEISCHER-HANDWERK

Fragen und Soforthilfe: snackstar@homann.de, www.homann-snackstar.de