



FLEISCHER-HANDWERK

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



KONZEPTE

Fleischer mit Erfolg

LADENBAU

„Sexy“ Fleischerläden

PARTYSERVICE

Nebenerher zum Profitcenter

PRODUKTION

Wölfe - Kutter - Slicer

HERAUSFORDERUNGEN DES FLEISCHERHANDWERKS



Heinz-Werner Süß
Präsident des Deutschen Fleischer-Verbandes

Die große, umfassende Herausforderung, der sich das Fleischerhandwerk jetzt und in Zukunft annehmen muss, ist die erkennbare Abgrenzung zu unseren Mitbewerbern. Wir haben mit unserer Gemeinschaftswerbung, unserem Leitbild und einer Reihe von Veranstaltungen bereits wichtige Schritte getan, nicht zuletzt in unserer Auseinandersetzung mit dem Discount. Nun ist entscheidend, dass wir diese Dynamik beibehalten und dass sie von möglichst vielen Organisationen und Betrieben unseres Handwerks mitgetragen wird. Zunehmend beschäftigen uns auch die teilweise heftig geführten Diskussionen um Tier- und Verbraucherschutz. Man bekommt verstärkt den Eindruck, dass hier bewusst emotional gewählte Positionen ein konstruktives Gesprächsklima und praxisorientierte Lösungen verhindern sollen. Leider nutzen

meiner Ansicht nach zu viele Interessen- und leider auch gewählte Volksvertreter die – oft bewusst geschürte – Verunsicherung der Verbraucher aus, um ihre eigenen Interessen durchzusetzen, anstatt in der Sache zu arbeiten. Dabei sind beides Themen, mit denen auch wir uns intensiv beschäftigen. Das Fleischerhandwerk hat hier durchaus auch Chancen, sich positiv darzustellen. Eine große Hilfe hierbei wären Politiker, die den kleinen und mittleren, regional verwurzelten Unternehmen die Stange halten, anstatt bürokratische Kopfgeburten aus Brüssel in Berlin unwidersprochen durchzuwinken oder ihrer Klientel nach dem Mund reden. Scharf beobachten müssen wir auch die schleichende Ausweitung des vollen Umsatzsteuersatzes für Lebensmittel und die damit einhergehenden fiskalischen Begehrlichkeiten. Aber auch die eigene Kostenseite

gilt es im Auge zu behalten. Steigende Ausgaben für Energie und Rohstoffe könnten sonst die Erträge mindern, auch wenn sich die Geschäfte in diesem Jahr so gut entwickeln sollten wie im vergangenen. Das Fleischerhandwerk wird diese Herausforderungen annehmen und für die Wahrung seiner Interessen kämpfen. Hierbei ist es wünschenswert, dass alle Organisationen des Fleischerhandwerks auf allen Ebenen eng zusammenarbeiten, denn die Aufgaben, vor denen wir stehen, lassen sich gemeinsam besser bewältigen.

Foto: Süß/ Deutscher Fleischer-Verband



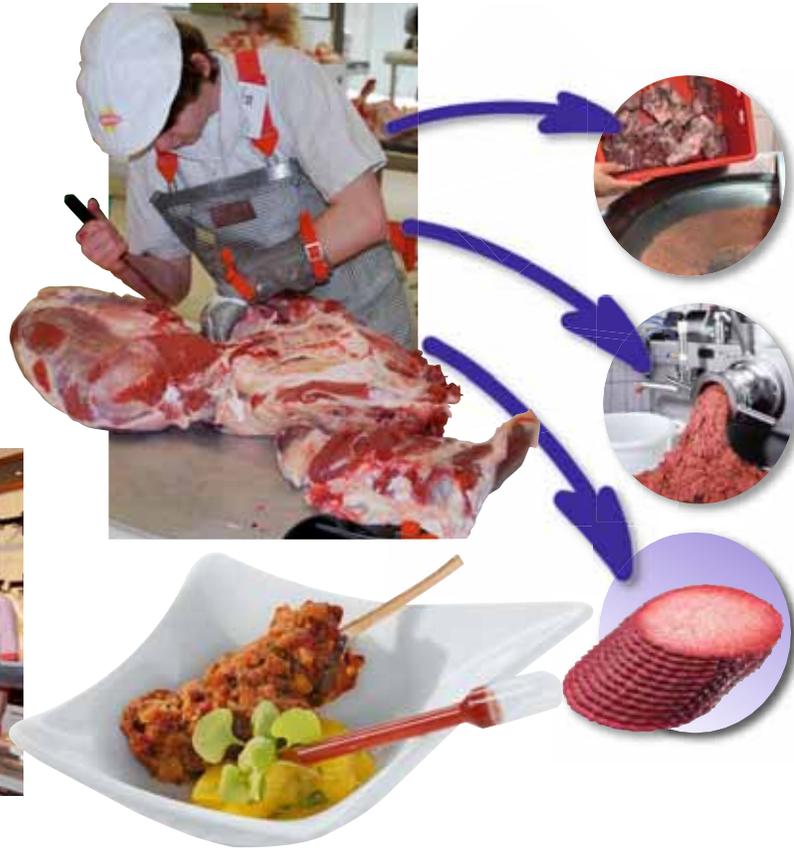
Der Salami-Darm für was ganz Besonderes.
Machen Sie Ihre Rohwurst attraktiver.

NaloNet

in großen und kleinen Kalibern,
im Rechteck- und im Wabennetz.

www.kalle.de





BRANCHENBLICK

Aktuelles aus den Innungen.....4
 DFV: Das Handwerk
 muss Präsenz zeigen6
 Int. Handwerksmesse München (IHM):
 Einblicke ins Handwerk 10

AUS- UND WEITERBILDUNG

Recht So:
 Aktuelle Rechtsprechung 12
 Fleischerschulen:
 Bildung macht den Meister 14
 Blätter zur Berufsbildung: THEKE
 An der Fleischtheke richtig beraten.. 17

THEKE / VERKAUF

Ladenbau:
 Fleischerläden müssen sexy sein 19
 Homann Snack Star 2012:
 Jetzt geht's los – Kreative vor!.....24
 Schinken:
 Edle Stücke vom Schwein26

FLEISCHER MIT ERFOLG

Potsdam:
 Dirk Buttgerit30
 Stuhr:
 Reinhard Guder32
 Bonndorf/Schwarzwald:
 Hans Adler.....32
 Schießen:
 Anton Weithmann33
 Mitterteich:
 Willi Neudert34
 Löbau/Lausitz:
 Roland Richter34
 Jesenwang:
 Bernhard Huber.....37
 Landsberg/Lech:
 Michael Moser38
 St. Johann-Gächingen:
 Ludwig Failenschmid40
 Wiedenzhausen:
 Werner Braun41
 Frankfurt/Main:
 Michael Ebert.....42

PRODUKTION

Heiße Theke:
 Technik in Kundenfront43
 Techniken der Zerkleinerung:
 Wölfe/ Kutter/ Slicer.....55

MANAGEMENT

Partyservice:
 Nebenher zum Profitcenter48
 Neue Medien:
 Guten APP-etit63

HYGIENE

Wurst-Basar, Hannover:
 Saubere Erfolgsstory59
 Up to Date in puncto Hygiene60

RUBRIKEN

Neu auf dem Markt.....66
 Gesucht&Gefunden67
 Impressum70

Titelbild: "Fleischerei und Partyservice Buttgerit" in Potsdam - ein Unternehmen mit langer Tradition und Erfolg bis Heute. www.kringelwurst.de
 Foto: Sievers



Peter Hanisch 100 Jahre Fleischerei

Am 8. Januar 1912 eröffnete Arno Hanisch eine kleine Fleischerei in Elsterwerda. Seitdem steht der Familienbetrieb für handwerkliche Fleisch- und Wurstwaren. Nun feiert das Unternehmen sein 100. Jubiläum, wozu der Hauptgeschäftsführer der Handelskammer Cottbus dem Inhaber Peter Hanisch gratulierte und ihm eine Ehrenurkunde überreichte. www.fleischereihanisch.de

**Lebensmittelinformations-Verordnung
Kostenloser Download**

Seit Ende November ist die neue Lebensmittelinformations-Verordnung im Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlicht. Ab sofort steht die Verordnung zum kostenlosen Download beim Behr's Verlag zur Verfügung. Darin enthalten sind u. a. die verpflichtende Nährwert- sowie Allergenkennzeichnung sowie die Kennzeichnung von Lebensmittelimitaten. www.behrs.de

BioFach Metzgerthema Bio

Auf der BioFach in Nürnberg trafen sich interessierte Fachleute aus dem Fleischerhandwerk mit fachkundigen Gesprächspartnern aus der Biofleisch-Branche. Einer davon war Hugo Gödde, Geschäftsführer von „Biofleisch NRW“ (r.): „In den letzten zehn Jahren konnten wir unseren Umsatz etwa verfünffachen – und wir wachsen weiter“. Dazu Fleischermeister Robert Richter (l.), Produktionsleiter im Unternehmen: „Die Sensibilisierung der Verbraucher wächst weiter. Tierschutz wird immer wichtiger. Gleichzeitig steigen aber auch die Ansprüche. Wir stellen uns darauf mit immer neuen Produktentwicklungen ein“.



Bedford Ware steht im Mittelpunkt

Bedford präsentierte über 1.200 Metzgern, Feinköstlern und Einzelhändlern mit den „Grand B Festivals“ ein neues Konzept für Schlemmerpartys. Bei der Gestaltung folgte das Unternehmen der Idee des eigens entwickelten Thekenkonzepts „Weniger ist mehr, die Ware steht im Vordergrund.“ Im Mittelpunkt steht ein großes, in den Farben Schwarz und Weiß gehaltenes Buffet. Ein hoher Paravent in der Mitte des Buffets soll Spannung erzeugen und die Neugierde wecken. Abgesehen von Bedford-typischen Elementen verzichtet das Unternehmen auf Dekoration, die den Blick des Betrachters von der Ware ablenken könnte. www.bedford.de

EU-Verordnung

Was wird wie gekennzeichnet?

Im Dezember 2011 trat eine neue EU-Verordnung in Kraft: die Lebensmittelinformationsverordnung. Trotzdem haben die Betriebe noch etwas Zeit für die Umsetzung, so Svenja Fries, technisch-technologische Beraterin des Fleischerverbandes Bayern.

Erst im Dezember 2014 müssen die Regelungen umgesetzt werden. Ein Großteil der neuen EU-Verordnung beschäftigt sich mit Produkten, die den Verbraucher täuschen könnten. So muss zukünftig Analogkäse oder auch Klebefleisch besser gekennzeichnet werden. Gerade bei Fertigpackungen legt die EU genau fest, was und wie gekennzeichnet wird. Die handwerklichen Metzgereien können der Verordnung entspannt entgegensehen, denn in Deutschland gibt es schon seit vielen Jahren die Lebensmittelkennzeichnungsverordnung (LMKV). Darin ist ein Großteil der Kennzeichnungen für Fertigpackungen (dazu zählen auch Konserven, Dosen oder Gläser) geregelt und die Betriebe müssen somit nur Kleinigkeiten anpassen. Dazu gehört etwa, dass die Kennzeichnungselemente mindestens eine Schriftgröße von 1,2 mm haben müssen oder dass die kennzeichnungspflichtigen Allergene optisch hervorgehoben sind (dicker gedruckt oder eine andere Schriftart). Neu ist die Allergenkennzeichnung bei loser Ware.

Was kann man im Vorfeld tun?

Zwar wird die Kennzeichnung erst 2014 verpflichtend, aber wer sich schon jetzt mit dem Thema beschäftigt, dem wird die Umstellung auch später leichter fallen. Was kann also im Vorfeld bereits getan werden? Ein Großteil der Allergene ist aus technologischer Sicht nicht erforderlich. Es sollte daher möglich sein, auf längere Sicht auf die Zugabe von Allergenen zu verzichten. Gerade bei den Gewürzmischungen, die bei Lieferanten bestellt werden, ist es kein Problem, identische Produkte ohne kennzeichnungspflichtige Allergene zu erhalten. So kann z. B. gerade auf Laktose, Gluten, Senf oder Sellerie verzichtet werden. Allerdings erfordert dies, dass sich der Betrieb aktiv darum kümmert und beim Lieferanten nachfragt.

Espig Fortführung gewünscht

Nach der Insolvenzanmeldung geht der Geschäftsbetrieb der Großmetzgerei Espig, die 16 Metzgereifachgeschäfte betreibt, in vollem Umfang weiter. Der vorläufige Insolvenzverwalter möchte das Unternehmen fortführen und prüft derzeit die Sanierungsaussichten.





Deutscher Fleischer-Verband (DFV) Branchenanalyse liegt vor

Der jährliche Betriebskostenvergleich des DFV dient vor allem der einzelbetrieblichen Standortbestimmung der Teilnehmer im Wettbewerb. Die bundesweite Datenerhebung basiert auf den Bilanzen und Gewinn- und Verlustrechnungen von 164 fleischerhandwerklichen Betrieben.

Die betriebswirtschaftlich positive Entwicklung des Jahres 2009 konnte bei den Teilnehmerbetrieben im vergangenen Jahr nur bedingt fortgesetzt werden, so der Deutsche Fleischer-Verband. Zwar entwickelten sich die Umsätze in fast allen Größenklassen positiv, die Betriebsergebnisse blieben aber hinter den Erwartungen zurück. Eine veränderte, und in den Größenklassen uneinheitliche, Kostenstruktur sowie eine geringfügig strukturelle Änderung im Teilnehmerkreis führten zu gleichbleibenden bzw. leicht gestiegenen Ergebnissen bei kleineren Betrieben, bei Betrieben mit Umsätzen über 750.000 € hingegen zu merklichen Ergebniseinbußen.

Der Ausweis von Durchschnittswerten für einzelne Umsatzgrößenklassen erlaubt allen Interessenten die Zuordnung des eigenen Betriebes und bietet den direkten Vergleich mit einer Gruppe ähnlich gelagerter Betriebe. Anhand des Vergleichs der Kostenstrukturen und Erträge lassen sich Abweichungen feststellen, die auf mögliche Schwachstellen und Rationalisierungspotenziale hinweisen. Auch für den Deutschen Fleischer-Verband ist der Kostenvergleich ein wichtiges Instrument zur Darstellung der wirtschaftlichen Entwicklung der gesamten Branche. Er stützt die Argumentation in allen betriebswirtschaftlichen Belangen und wird nicht selten von Banken als ein Beurteilungskriterium bei der Kreditvergabe an Fleischer-Fachgeschäfte herangezogen.

Für alle Fleischer-Fachgeschäfte, die sich an der jährlichen Datenerhebung beteiligen, ist der DFV Betriebskostenvergleich ein kostenloser Service. Ansonsten kann er von Mitgliedern der Fleischer-Innungen bei der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Fleischerhandwerks mbH (Frau Müller), Kennedyallee 53, 60596 Frankfurt am Main, Tel. (069) 633 02-138, Fax (069) 633 02-150 oder per E-Mail: r.mueller@fleischerhandwerk.de, bestellt werden.

Anuga FoodTec Zuliefermesse

Zur kommenden Anuga FoodTec vom 27. - 30.3.2012 in Köln werden über 1.200 ausstellende Unternehmen aus rund 40 Ländern erwartet. Die Messe bietet der internationalen Ernährungswirtschaft eine Informations- und Beschaffungsplattform, die den gesamten Technologie- und Investitionsbedarf für die Produktion aller Bereiche der Lebensmittel- und Getränkeindustrie abdeckt. www.koelnmesse.de

DFV Fachbeirat Werbung

Der auf dem letzten Deutschen Fleischerverbandstag in Radebeul ins Leben gerufene Fachbeirat Werbung und Öffentlichkeitsarbeit empfahl in seiner konstituierenden Sitzung, auch für 2012 wieder eine gemeinsame Fernsehwerbung für das Fleischerhandwerk aufzulegen. Diese soll in einfacher und klarer Form die Stärken des Fleischerhandwerks verdeutlichen. www.fleischerhandwerk.de



Karriere im Handwerk

„Es ist uns ein besonderes Anliegen, dass die Lehrerinnen und Lehrer der Realschulen in Bayern über die Ausbildungs- und Karrieremöglichkeiten im Handwerk informiert sind und dieses Wissen an ihre Schüler und deren Eltern weitergeben können. Neben kompakten Vorträgen bieten wir den Lehrern zudem die Möglichkeit, unsere Bildungszentren zu besuchen. Dort erhalten sie Einblicke in die handwerkliche Praxis“, betont Heinrich Traublinger, Präsident der Arbeitsgemeinschaft der bayerischen Handwerkskammern. Insgesamt wurden 7 Fortbildungsmodulare in Form von Power-Point-Präsentationen für die Lehrer aller Realschulen im Freistaat erarbeitet. Die Handwerkskammern können diese Module ab sofort im Rahmen von „Pädagogischen Tagen“ oder bei Dienstbesprechungen präsentieren. Die Module behandeln u. a. den Fachkräftebedarf im Handwerk, Anforderungen der Handwerksberufe und der Betriebe und Karrierechancen und das System der dualen Berufsausbildung im Handwerk. Anton Huber, Vorsitzender des Bayerischen Realschullehrerverbandes: „Leider sind die Möglichkeiten und Chancen im Handwerk für Realschulabsolventen viel zu wenig bekannt.“



Reinigung + Desinfektion mit Produkten von

Seeger

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



Export 200
Geschirr-Reiniger
für gewerbliche Spülmaschinen



Export 110
Geschirr-Reiniger
für gewerbliche Spülmaschinen



Export 100
Geschirr-Reiniger
für Gläser-Spülmaschinen



Export 500
Klarspüler
für gewerbliche Spülmaschinen

Seeger -Produkte erhalten Sie im Fleischereibedarfs-Großhandel



DAS HANDWERK MUSS PRÄSENZ ZEIGEN

„Wer bei dieser Tagung genau zuhört, fragt nicht mehr, was ‚die‘ in der Geschäftsstelle in Frankfurt machen“, erklärte der DFV-Präsident Heinz-Werner Süß während der Obermeistertagung Süd auf der Festung Marienberg in Würzburg. Das Haupt- und Ehrenamt stellen dort den Sachstand aktueller Themen vor.



Der Präsident des Deutschen Fleischerverbandes lud die Mitglieder zum Dialog ein: „Reden Sie mit uns und fordern Sie uns!“ Auf der Würzburger Festung Marienberg hatten sich ca. 350 Abgeordnete der süddeutschen Innungen versammelt, um einen Überblick der Arbeitsschwerpunkte des Verbandes zu erhalten.

Diesen lieferte zunächst der DFV-Hauptgeschäftsführer Martin Fuchs. Er stellte das Abmahnverfahren gegen Aldi Süd in den Mittelpunkt seiner Ausführungen. Das große Presse-Echo hat dem Fleischerhandwerk viel positive PR gebracht und den Unterschied zwischen handwerklicher und industrieller Produktion dargestellt. Diesen Effekt will man im Rahmen der Internationalen Handwerksmesse in München erneut nutzen und das Abmahnverfahren auf der Jahrespressekonferenz thematisieren. „Wir haben hier keine Revolution in der Vermarktung von Wurstprodukten ausgelöst“, betonte Martin Fuchs. Der Verband habe aber gezeigt, dass die werbliche Nutzung des Handwerksbegriffes durch Discounter oder Supermärkte nicht widerstandslos akzeptiert wird. Thomas Reichert, Obermeister der Innung Frankfurt-Darmstadt, sprach sich dafür aus, solche Verfahren auch auf Supermärkte anzuwenden. „Unsere Konkurrenz sind weniger die Discounter, sondern eher Rewe und Edeka.“ Der Geschäftsführer bestätigte das, erklärte aber, dass man nur bei einem Rechtsverstoß ein Abmahnverfahren einleiten könnte.

Die Rechtsanwältin Kirsten Diessner berichtete von den Verhandlungen auf EU-Ebene und stellte heraus, dass sich das Fleischerhandwerk weiter einmischen wird. Die Lebensmittelinformationsverordnung sei die „zweite Großbaustelle“ neben der Kennzeichnung. Es geht hier darum, ein „handwerklich hergestelltes Lebensmittel“ zu definieren. Auch die Reformulierung von Lebensmitteln steht weiterhin auf der Agenda. Nach der freiwilligen Aktion der EU-Länder zur Salzreduzierung diskutiert man nun die Reduzierung von Fett.

Der DFV-Berater Christian Mann präsentierte Fakten aus der Betriebsberatung des Verbandes und bilanzierte daraufhin: „Trotz Krise konnte das Fleischerhandwerk stabile Erträge erwirtschaften.“ Kritik übte er nur daran, dass die Betriebe es nicht schaffen, die stark gestiegenen Energiekosten an die Verbraucher weiterzugeben.

WERBUNG

Von der ersten Fachbeiratssitzung „Werbung und Öffentlichkeitsarbeit“ berichtete Dr. Reinhard von Stoutz. „Wir haben festgestellt, dass die werblichen Aktivitäten des DFV zu wenig bekannt sind“, bilanzierte er. Man werde daher künftig bei Innungs- und Landesversammlungen näher darauf eingehen. Außerdem sei man im Fachbeirat zu dem Ergebnis gekommen, im Rahmen der Gemeinschaftswerbung einen neuen TV-Spot zu produzieren. Dieser soll „auffälliger“ als der alte sein. Im Mittelpunkt der Sitzung habe die f-Marke gestanden. Es sei deutlich geworden, dass die Kommunikation über die Marke weiter gestärkt werden muss. Dazu einigte man sich im Fachbeirat auf die Konzipierung neuer Werbemittel. Neben den Markenartikeln für die Fleischerfachgeschäfte setzt der Verband nun intensiver auf Werbemittel für Kinder, „um früh eine Prägung herbeizuführen“. So soll es eine Ente in Metzgerkleidung, Bastelsets mit f-Marken-Autos sowie ein Malheft geben, das zeigt, wie in einer handwerklichen Fleischerei Wurst hergestellt wird. Abschließend wies Reinhard von Stoutz auf die Kooperation mit der B&L MedienGesellschaft hin. Kundenzeitungen und Sonderhefte, z. B. „Grillen Spezial“ oder „Fleischwissen“, würden „Wissen an die Kunden tragen“ und somit zu einer positiven Darstellung in der Öffentlichkeit beitragen.

LEBENSMITTELRECHT

Kreative Bezeichnungen wie „Metzgerschinken“, „Meisterschinken“ oder „Delikatessschinken“ kritisierte DFV-Referent Dr. Wolfgang Lutz. Der DFV sei deshalb in Gesprächen mit der Industrie, um eine Neuregelung für den Bereich Kochschinken zu finden. Diese Normen sollen ins Lebensmittelbuch aufgenommen werden. Dr. Wolfgang Lutz sprach sich hier für klare Regelungen aus: „Wir können nicht Mercedes draufschreiben, wenn Skoda drin ist.“ Weiterhin sprach er die mikrobiologischen Untersuchungen an. Trotz klarer Regelungen in der anerkannten DFV-Leitlinie (gelber Ordner) würden die rund 400 deutschen Landratsämter die Vorgaben unterschiedlich umsetzen. Nicht nur die Kosten, auch die Probenanzahl würde variieren. Kritisch äußerte sich der Referent zum geplanten Kontrollbarometer oder „Smiley“. Während sich die Verbraucherschutzminister der Länder auf einer Konferenz dafür ausgesprochen haben, hätten die Wirtschaftsmin-



Wirtschaftlichkeit neu erfunden: GS 600 Energy

Mit den Gerätespülmaschinen der GS 600 Energy-Serie minimieren Sie Ihre Betriebskosten. Denn die eingebaute Abluftwärmerückgewinnung Energy vermindert den Energieverbrauch beträchtlich. Darüber hinaus sorgt sie für ein gutes Raumklima und schont gleichzeitig die Umwelt. Die Vorteile der Energy-Version bietet Winterhalter in allen Maschinenserien. Ihr Klick zu mehr Wirtschaftlichkeit:

www.winterhalter.de/Wirtschaftlichkeit

Besuchen Sie uns auf der Internorga
Halle A4, Stand 402.





DFV-Präsident Heinz-Werner Süß, Dr. Reinhard von Stoutz, Dr. Wolfgang Lutz, Axel Nolden, DFV-Hauptgeschäftsführer Martin Fuchs, Gero Jentzsch, Rechtsanwältin Kirsten Diessner und Christian Mann. (v.l.o.n.r.u.)

ter das Barometer aufgrund seiner „prangerähnlichen Wirkung“ abgelehnt. Nun wurde eine Arbeitsgruppe gebildet, um eine Einigung zu erzielen. Gerhard Kaiser, Obermeister der Innung Emmendingen, unterstrich, dass nach derzeitigem Stand ein Betrieb bei einem „Abrutschen in Gelb“ dreimal mit „Grün“ geprüft werden muss, um „Gelb“ „loszuwerden“. Dr. Wolfgang Lutz versprach, „am Ball zu bleiben“ und die Betriebe zu informieren.

Intensiv diskutiert wurde außerdem die Problematik „Fettabscheider“. Herrmann Knauer, Geschäftsführer der Innung Main-Spessart, verdeutlichte, dass die Kontrollen im Landkreis zugenommen hätten. Es wird angemahnt, die Fettabscheider häufiger zu leeren, was zusätzliche Kosten verursacht. Auch Thomas Reichert gab zu bedenken, dass dieses Thema wichtiger wird. In Frankfurt würde man bereits Dichtigkeitsprüfungen der Fettabscheider verlangen.

MITGLIEDERBEFRAGUNG

Über die Mitgliederbefragung durch das „forum“-Institut Mainz unterrichtete Martin Fuchs. Es war das erste Mal, dass der Verband in diesem Rahmen seine Mitglieder befragt. „Die Ergebnisse nehmen uns alle in die Pflicht“, betonte der Hauptgeschäftsführer. Die Umfrage habe gezeigt, dass die Organisationsstruktur bei den Mitgliedern bekannt sei und eine große Bereitschaft zur Zusammenarbeit besteht. Im Vergleich zu anderen Verbänden gebe es eine durchschnittliche Zufriedenheit der Mitglieder. Das Institut gab abschließend die Empfehlung, die Marke „Fleischerhandwerkliche Organisation“ gemeinsam zu stärken.

BERUFSBILDUNG

Hauptgeschäftsführer Martin Fuchs informierte die Teilnehmer, dass im Laufe des Jahres die neue Meisterprüfungsverordnung – in den Teilen III und IV im Handwerk und handwerksähnlichen Gewerben (AMVO) – veröffentlicht wird. Er erklärte, dass der DFV sich nun auch mit einer Neuordnung der Verkaufsleiter/innen-Prüfung beschäftigt. Hierbei soll nicht nur über den Inhalt, sondern vor allem über den Status diskutiert werden: „Wir müssen den Verkaufs-

leiterinnen eine Perspektive bieten“, sagte Martin Fuchs. Dazu erklärt Christian Huber, Obermeister der Innung Erding: „Eine Verkaufsleiterin muss selbstständig einen Betrieb führen dürfen.“ Martin Fuchs gab zu bedenken, dass man dadurch eventuell den Meistertitel abwertet: „Noch sind wir in Anlage A und nur ein Meister darf den Betrieb führen.“ Heinz Kunzmann, Obermeister der Innung Karlsruhe-Bruchsal, unterstrich unter viel Beifall: „Fördern wir doch lieber die Ausbildung von Metzgermeisterinnen.“ Der DFV-Hauptgeschäftsführer bilanzierte, dass es hier noch viel Redebedarf gebe und man deshalb die Fachschulen in die Diskussion einbezieht. Abschließend machte er darauf aufmerksam, dass im Handwerk allgemein über Regelungen nachgedacht wird, ausländische Abschlüsse einfacher anzuerkennen, sowie Ausbildungsregelungen für Behinderte zu schaffen: „Hiermit wird sich das Fleischerhandwerk beschäftigen müssen, um der Entwicklung nicht hinterherzulaufen.“

NEUE MEDIEN

Der DFV-Pressereferent Gero Jentzsch gab einen Überblick über die Arbeit des Verbandes

im Internet. Für die Innungen bietet sich im Internet die Chance, sich den Verbrauchern zu präsentieren, sei es über die Homepage oder Facebook, so Gero Jentzsch. Er beschrieb Chancen und Risiken der Präsenz im Internet, bezeichnete diese aber als „unerlässlich“. Der DFV ist neben seiner Homepage auch mit einer Facebook-Fanpage zum Thema „Ausbildung im Fleischerhandwerk“ vertreten. „Das Fleischerhandwerk muss in den sozialen Medien vertreten sein, um seine Kunden zu erreichen“, betonte auch DFV-Präsident Heinz-Werner Süss. Als beispielhafte Aktion des Verbandes stellte er die Zusammenarbeit mit der B&L Medien-Gesellschaft bei der App „Fleischerei-Pilot“ vor. Über dieses Programm kann der Benutzer eines Smartphones das nächste Fleischerfachgeschäft nach bestimmten Kriterien suchen. Der Basiseintrag ist für Innungsmitglieder kostenlos. Momentan laufe die abschließende Testphase zu diesem Projekt, informierte Gero Jentzsch.

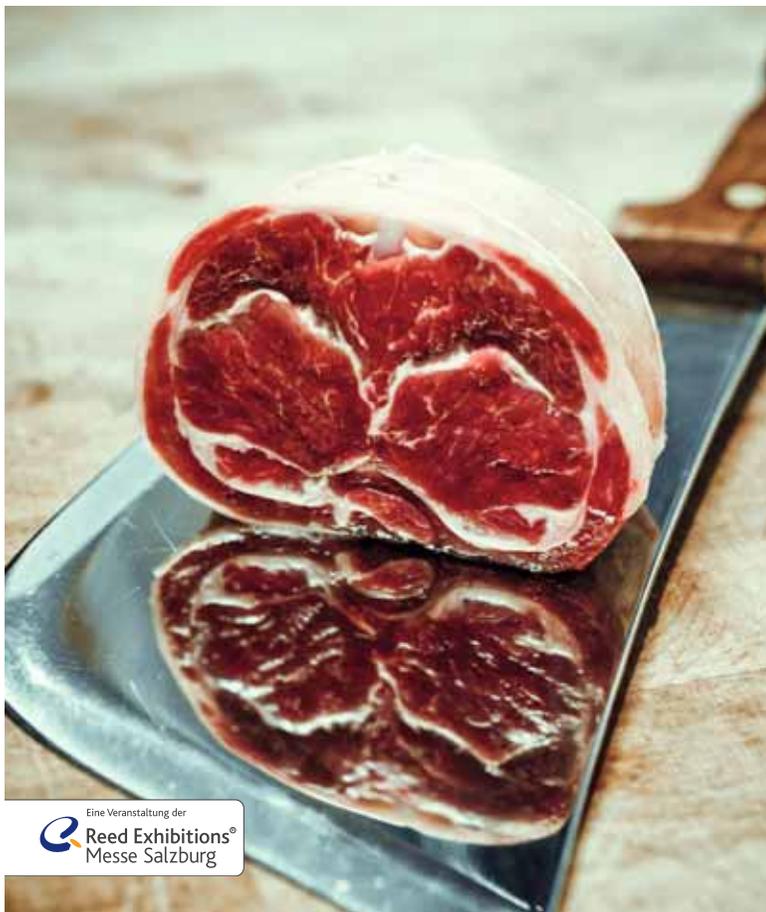
FERKELKASTRATION

Über die aktuelle Tierschutzdebatte informierte Dr. Wolfgang Lutz. Er verdeutlichte, dass

sich das Fleischerhandwerk zur Verantwortung bekennt, den Verbrauchern gesunde und genussreiche Lebensmittel anzubieten. „Eine hohe Qualität aus heimischen Regionen ist gelebter Verbraucherschutz.“ Dieses Ziel schließe die Ebermast zur Fleischgewinnung aus. Die Kastration von Ferkeln sei daher derzeit unverzichtbar. „Sie muss jedoch stärker als bisher den gleichrangigen Anforderungen des Tierschutzes gerecht werden“, zitierte Wolfgang Lutz aus dem Positionspapier des Verbandes.

ENERGIEKOSTEN

Zur Einsparung von Energiekosten regte der DFV-Berater Axel Nolden in seinem Vortrag an. Er stellte Lösungen aus dem Bereich Solartechnik vor und erklärte die Möglichkeiten und Vorteile, die ein Blockheizkraftwerk zu bieten hat. Zudem beschrieb er, wie man durch die Verlagerung von Kühlaggregaten Kosten senken kann. Auch „kleine Lösungen“, z. B. das Betreiben der Umwälzpumpen mit einer Zeitschaltuhr würden zu Einsparungen führen. Er riet den Betrieben, sich intensiver mit ihren Energiekosten auseinander zu setzen. *ust*



Eine Veranstaltung der
Reed Exhibitions®
 Messe Salzburg



Informations- und Orderplattform für das
 Fleischerhandwerk in Österreich und Bayern.

18. - 20. März 2012
 Messezentrum Salzburg
www.fleischerforum.at

Zeitgleich mit der:
HOTEL ^{UND} GAST
 SALZBURG



EINBLICKE INS HANDWERK

Auf der Internationalen Handwerksmesse (IHM), die vom 14. bis 20. März 2012 in München stattfindet, gibt es Interessantes sowohl für Verbraucher als auch für die Fleischer – vor allem für den Fleischernachwuchs.

Die Messe steht in diesem Jahr unter dem Motto: „Das Handwerk – offizieller Ausrüster der Energiewende“ und setzt damit auf Themen wie Nachhaltigkeit und Energieeffizienz. Über 1.000 Unternehmen aus 60

Gewerken richten sich dabei nicht nur an die Verbraucher, sondern auch an die Handwerksbetriebe selbst – z. B. wenn der Fleischer die Abwärme der Räucheröfen effizient nutzen will oder durch neue Fenster in der Wurst-

küche Energie und damit Betriebskosten spart. Auch für den Nachwuchs und das Handwerk macht sich die Internationale Handwerksmesse 2012 stark und zeigt in München die vielfältigen Leistungen der „Wirtschaftsmacht von nebenan“. Denn engagierten Jugendlichen hat das Handwerk viel zu bieten. Und doch ist aufgrund des demografischen Wandels die Suche nach jungen Fachkräften eine der großen aktuellen Herausforderungen. Verbände und Organisationen aus dem Handwerk, Akademien, Hochschulen und Institutionen präsentieren Deutschlands zweitstärksten Wirtschaftssektor live, direkt und hautnah. Auf Aktionsflächen wie „YoungGeneration – Nimm Deine Zukunft in die Hände“ können die Fachkräfte von morgen ausprobieren, welcher Beruf ihnen wirklich Spaß macht.

ÖFFNUNGSZEITEN:

Internationale Handwerksmesse,
Messegelände München
14. bis 20. März 2012
täglich von 9.30 Uhr – 18 Uhr
www.ihm.de





VOR AUGEN GEFÜHRT

Die Internationale Handwerksmesse ist die größte Leistungsschau des Handwerks in Deutschland. Sie existiert seit 1949 und findet jedes Jahr im März auf dem Messegelände München statt. Die Aussteller aus verschiedenen Gewerken gewähren Privathaushalten, Unternehmen und öffentlicher Hand einen

umfassenden Überblick über Leistung, Qualität und Innovationskraft des Handwerks.

Der Fleischerverband Bayern präsentiert sich seit ca. 38 Jahren auf der IHM. „Der Schwerpunkt liegt bei der Imagewerbung für unser Handwerk“, erklärt Christian Tschulik, Leiter des Standes des Fleischerverbandes Bayern, einen der Beweggründe für den Messeauftritt. „Ein weiterer wichtiger Faktor ist der Einblick in die handwerkliche Produktion. Auf der IHM demonstrieren wir einem großen Publikum, wie wir unsere Waren herstellen und was uns von der Industrie unterscheidet“, beschreibt er weiter. Damit soll dem Verbraucher die Leistungsfähigkeit des Fleischerhandwerks „vor Augen und Gaumen“ geführt werden.



STICHWORT: FLEISCHQUALITÄT

Interview mit Matthias Minister,
Geschäftsführer Neuland-Fleisch Süd

Herr Minister, für was steht der Name Neuland, und was verbirgt sich dahinter?

Neuland ist ein Qualitätsfleischprogramm aus besonders artgerechter Tierhaltung. Unsere Tiere haben viel Auslauf ins Freie, werden nicht angebunden, haben sehr viel Platz und stehen auf Stroh statt auf Spaltenböden. In Sachen Tierschutz ist Neuland das einzige vom Deutschen Tierschutzbund anerkannte Fleischprogramm. Mit drei Niederlassungen in Nord-, West- und Süddeutschland beliefern wir Fleischerfachgeschäfte, Caterer und Betriebe der Gemeinschaftsverpflegung.

Wie hat sich Neuland in den letzten Jahren entwickelt?

Neuland hat in den letzten Jahren sehr viel Entwicklungsarbeit im Bereich der „artgerechten Tierhaltung“ geleistet. So haben wir z. B. Stallsysteme für unsere Landwirte entwickelt, aber auch Kriterien für ein Kontroll- und Qualitätssystem aufgebaut. Die spürbar bessere Qualität unseres Fleisches, aber auch die vielen Fleischskandale der letzten Jahre haben dazu geführt, dass immer mehr Verbraucher auf ein „artgerechtes Fleisch“ umgestiegen sind – obwohl das mehr kostet.

Was hat es mit dem in der Diskussion stehenden Tierschutzlabel auf sich?

Einige große Fleischvermarkter und Lebensmittel-einzelhändler haben angekündigt, im Laufe des Jahres ein „Tierschutzlabel“ auf den Markt zu

bringen. Damit sollen Produkte aus artgerechter Tierhaltung gekennzeichnet werden. Man hat offenbar erkannt, dass das Thema „Fleischkonsum und Tierschutz“ an Bedeutung gewinnt und hier ein kaufkräftiger Markt vorhanden ist. Derzeit werden in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Tierschutzbund die Kriterien erarbeitet. Gelingt es, ein glaubwürdiges Konzept auf den Weg zu bringen, bekommt das Fleischerhandwerk ein Problem – erstens weil das Fleisch aus dem Lebensmitteleinzelhandel einen erheblichen Imagegewinn erfährt und zweitens, weil die kritische und meist zahlungskräftige Kundschaft abgeworben wird.

Welche Perspektiven haben Sie für die nächste Zeit?

Ich glaube, wir sind für diese Entwicklung sehr gut aufgestellt. So haben wir z. B. vor drei Jahren die Ferkelkastration unter Narkose eingeführt – ein Thema, das viele Fleischgroßhändler erst jetzt entdecken, nachdem sie von ihren Kunden unter Druck gesetzt werden. Neuland hat eine gewachsene Struktur, bestehend aus landwirtschaftlichen Betrieben, Beratung, Schlachtung, Verarbeitung und Vermarktung bis hin zu einem Qualitäts- und Kontrollsystem. Mit unseren bundesweiten Niederlassungen haben wir eine gute Vertriebsdichte, um vor allem das Fleischerhandwerk zu beliefern. Aber aus diesen Reihen braucht es nun endlich ein Bekenntnis zu Qualität und artgerechter Tierhaltung – und das nicht nur auf den Versammlungen, sondern auch in der Theke. **Vielen Dank für das Gespräch!** **mth**

Das neue SelfCookingCenter®
whiteefficiency®

Effizienz trifft Genuss



Besuchen Sie uns auf der Internorga
in Hamburg, 09.03. bis 14.03.2012,
Halle A3, Stand 213.

Das patentierte HiDensityControl® –
Garqualität neu erfunden

30% mehr
Kapazität*

20% weniger
Energieverbrauch*

30% schneller*

Das neue, patentierte HiDensityControl® sorgt für herausragende Garqualität und -leistung und das bei minimalem Ressourcenverbrauch. Zusätzlich sparen Sie durch kluge Mischbeschickungen erheblich an Zeit. Die Bedienung ist revolutionär einfach. Sie passt sich an und lernt ständig dazu. Das ist whiteefficiency®!

www.rational-online.de

* im Vergleich zu herkömmlichen
Combi-Dämpfern.



RECHT §

Wegweiser durch den Paragrafenschwung

SO

Rechtsweg

Schutzschirm für die Unternehmenssanierung

Jahrelang versuchte man Unternehmer zu überzeugen, dass eine Insolvenz nichts Schlimmes wäre. Doch viele wussten, dass sie ihr Unternehmen dadurch i. d. R. verlieren würden und versuchten es möglichst lange unter Eigenregie weiterzuführen. Zwar ermöglicht es die Insolvenzordnung (InsO) mit den Instrumenten Eigenverwaltung und dem Insolvenzplan, dass der Unternehmer Herr im eigenen Haus bleiben kann, doch diese Kombination funktioniert nur selten. Die Eigenverwaltung begann viel zu spät und der Insolvenzplan war für die Gläubiger zu unattraktiv. Dieser Fehler soll mit dem Gesetz zur weiteren Erleichterung der Sanierung von Unternehmen (ESUG) beseitigt werden. Mit dem neuen §§ 270b der Insolvenzordnung wird dem Schuldner zudem



ein dem Insolvenzverfahren vorgelagertes, eigenständiges Sanierungsverfahren zur Verfügung gestellt: Wenn nur eine drohende Zahlungsunfähigkeit oder eine Überschuldung vorliegt, der Schuldner aber noch zahlungsfähig ist, kann er in Eigenverwaltung einen Sanierungsplan erstellen, der durch einen Insolvenzplan umgesetzt werden soll. Damit soll ein Anreiz für einen frühzeitigen Eröffnungsantrag geschaffen werden.

Tierschutzlabel für Fleisch

Die „Initiativgruppe Tierwohl-Label“ entwickelt ein Gütesiegel für Fleisch aus tiergerechter Haltung. Die Gruppe aus Wissenschaftlern unter anderem von den Universitäten Göttingen und Kassel-Witzenhausen sowie vom Friedrich-Löffler-Institut stellte das Siegel

am 30. Juni 2011, zusammen mit dem Deutschen Tierschutzbund, dem Verein Neuland und Unternehmen der Schlacht- und Lebensmittelbranche vor. Das freiwillige Label soll Standards für die Haltung und Aufzucht von Masthühnern und Mastschweinen definieren. Anders als andere Initiativen zur Verbesserung des Tierwohles zeichnet sich diese Initiativgruppe dadurch aus, dass das Siegel nicht nur von einzelnen Unternehmen, sondern von einer breiten Interessengruppe getragen wird. Das Ziel ist es, einen Markt für Fleisch und Fleischprodukte zu erschließen, die nicht nur unter Berücksichtigung von Haltungs- und Managementkriterien erzeugt werden, sondern vor allem auch unter Einhaltung von tierbezogenen Merkmalen.

Fleischgroßhändler verurteilt

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat die Verurteilung eines Fleischgroßhändlers, der nicht zum menschlichen Verzehr bestimmtes Fleisch als Lebensmittel weiterverkaufte, für rechtskräftig erklärt. Im zugrundeliegenden Fall hatte das Landgericht Memmingen den Angeklagten wegen Betrugs in 15 Fällen zu einer Gesamtfreiheitsstrafe von drei Jahren verurteilt. Der Angeklagte betrieb in den Jahren 2004/2005 ein Lebensmittelkühlhaus. Er kaufte nicht zum menschlichen Verzehr bestimmtes Fleisch (Material der Kategorie 3 i. S. d. VO (EG) 1772/2002) an und verkaufte es anschließend als Lebensmittel mit deutlich gesteigerter Gewinn-

marge an Abnehmer der Lebensmittelindustrie. Dabei täuschte er seine Kunden über die tatsächliche Beschaffenheit der Ware und verursachte einen Gesamtschaden von ca. 235.000 €. Das Urteil ist rechtskräftig. (Az: 1 StrR 400/10)

Abgeltung des Urlaubs

Lange war umstritten, ob Urlaubsansprüche verfallen, wenn ein Arbeitnehmer wegen Arbeitsunfähigkeit den Urlaub nicht bis zum 31. März des Folgejahres nehmen kann. Nun entschied der Europäische Gerichtshof und ihm folgend das Bundesarbeitsgericht, dass dies nicht der Fall ist. Eine weitere Streitfrage in diesem Zusammenhang hat nunmehr das Landesarbeitsgericht Schleswig-Holstein entschieden. Ein Arbeitgeber hatte die Auffassung vertreten, in derartigen Fällen bestehe nur der Anspruch auf den gesetzlichen Urlaub fort, nicht aber der Anspruch auf darüber hinausgehenden, vertraglich zugestandenem Mehrurlaub. Der Arbeitgeber konnte sich nicht mit seiner Rechtsauffassung durchsetzen. Enthaltene arbeitsvertragliche Urlaubsregelung keine Anhaltspunkte dafür, dass die Arbeitsvertragsparteien den vertraglichen Mehrurlaub vom gesetzlichen Mindesturlaub abkoppeln wollten, entfällt damit in Fällen der andauernden Arbeitsunfähigkeit weder der Anspruch auf den gesetzlichen Mindesturlaub noch derjenige auf einen vertraglichen Mehrurlaub.



Fritz Gempel
marketing works

www.gempel.de



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

(Fritz Gempel, Unternehmensberater)

Fritz Gempel hat 20 Jahre Erfahrung in der Unternehmensberatung im Fleischerhandwerk

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



LUST AUF GRILLEN

Auch im Jahr 2012 gibt die B&L MedienGesellschaft in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Fleischer-Verband und der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Fleischerhandwerks ein Kundenmagazin heraus, das sich ausschließlich dem Thema Grillen widmen wird.

Das 24 Seiten umfassende Magazin „Grillen Spezial 2012“ kann von Fleischerfachgeschäften während der gesamten Grillsaison als besonderer Service an die Kunden verteilt werden. Es bietet den Lesern nicht nur Rezepte, Tipps und Ideen rund ums Thema Grillen und Grillparty, sondern auch das jährliche Grill-Gewinnspiel. Die Gewinne dafür werden von der B&L MedienGesellschaft gestellt. Das Heft dient nicht nur als kostengünstiges und informatives Kundenpräsent, sondern soll auch zum Einkauf bzw. erneuten Einkauf in den Fachgeschäften anregen. Darüber hinaus soll es den Fleischern dabei helfen, sich bei den Verbrauchern als kompetente Ansprechpartner und Erzeuger hochwertiger Grillprodukte zu profilieren. In das Eindruckfeld auf der Magazin-Titelseite kann das Fleischerfachgeschäft sein Firmenlogo mit Firmierung und Adresse eindrucken lassen. Auf Wunsch ist es auch möglich, die Rückseite anstelle des Standardtextes mit einem eigenen Text oder z. B. speziellen Grillan-

geboten zu versehen. So kann das Magazin auch kostengünstig in die laufenden Marketingaktivitäten der Fachgeschäfte eingebunden werden.

DIGITALE WERBEMITTEL

Zusätzlich zu den Heften erhalten die teilnehmenden Fachgeschäfte kostenlose Werbemittel, mit denen sie die Verbraucher auf das „Grillen Spezial 2012“ hinweisen können. Die optisch auf das Heft abgestimmten Werbemittel bestehen neben Angebotsplakat und Zahlsteller auch aus einem Kunststoffaufsteller mit zusätzlichen Teilnahmekarten für das im Heft ausgelobte Gewinnspiel. Neu ist ein Satz Mini-Infokarten, mit dem die Fleischerei im Vorfeld auf die Kundenmagazin-Aktion „Grillen Spezial 2012“ hinweisen und so zu einem erneuten Besuch in ihrem Fachgeschäft einladen kann. Bei Bedarf erhalten die Besteller ein digitales Werbemittelpaket per E-Mail. Es besteht u. a. aus der bekannten Handzettelvorlage, die am heimischen PC selbstständig mit aktuellen

Grill-Angeboten ausgefüllt und gedruckt werden kann. Neue Bestandteile sind Anzeigenvorlagen für Tageszeitungen, Internetbanner für die Internetseiten der Fachgeschäfte, digitale Plakate für Werbedisplays und Textbausteine für Newsletter.

Erstmals erhalten die Besteller einen Aktionsleitfaden, der dabei helfen soll, die Magazine und die dazugehörigen Werbemittel optimal einzusetzen und einen größtmöglichen Werbenutzen zu erzielen.

Teilnehmende Innungs-Fleischereien profitieren zudem von den günstigeren Fortdruckpreisen. Die Mindestbestellmenge für Innungen beträgt 2.000 Exemplare.

Mehr Infos

über das Kundenmagazin „Grillen Spezial 2012“, seine Einsatzmöglichkeiten und Konditionen erfahren Interessenten direkt bei der B&L MedienGesellschaft, Tel. 02103/204-0 oder unter www.blmedien.de/grillen



BILDUNG MACHT DEN (FLEISCHER-)MEISTER

Eine hohe Qualifikation der Fachkräfte im Fleischerhandwerk ist der beste Weg, um gegen Billigkonkurrenz und industrielle Massenproduktion bestehen zu können. Konzepte bieten die Fleischerschulen und unterstützen das Handwerk so bei den täglichen Herausforderungen in Produktion und Verkauf.



Absolventen der Frankfurter Fleischer-Fachschule J.A. Heyne

Wer noch in den 1980er-Jahren bei der Gesellenprüfung als Fleischer seine fachpraktischen Fertigkeiten statt mit dem Schlachten eines Schweines mit der Herstellung einer Pastete bewiesen hat, wurde von manchen älteren Kollegen misstrauisch beäugt: „Das soll ein richtiger Fleischer sein?“

Heute hat sich dies grundlegend geändert. Themen wie Ernährungsberatung, Catering oder Convenience-Produkte stehen sowohl im Praxisteil als auch im theoretischen Unterricht der Fleischerschulen auf dem Lehrplan. Denn:

Verbraucherverhalten und Kundenwünsche haben sich in den letzten Jahren grundlegend geändert.

Der Meister muss sich diesen Entwicklungen anpassen. Doch bei aller Theorie darf nicht vergessen werden, was die Basis eines erfolgreichen Fleischerfachgeschäftes ausmacht – der meisterliche Umgang mit dem wertvollen und empfindlichen Lebensmittel Fleisch. Dementsprechend steht nach wie vor die Zerlegung und Präsentation von Fleisch sowie die Wurstherstellung im Mittelpunkt der Meisterprüfung.

FRANKFURTER FLEISCHER-FACHSCHULE J.A. HEYNE

Seit ihrer Gründung 1949 bietet die Frankfurter Fleischer-Fachschule J.A. Heyne Weiterbildungslehrgänge zum Fleischermeister an. Das Team von Geschäftsführerin Sylvia Heyne-Bodenberg und den über 50 hochqualifizierten und Praxis erfahrenen Dozenten legt Wert darauf, persönliche Stärken und Talente zu fördern und zählt die nicht zuletzt durch das schuleigene Internat mögliche persönliche Atmosphäre zwischen den Dozenten und den Schülern zu ihren besonderen Stärken. Um diesen Qua-

Fotos: Frankfurter Fleischer-Fachschule J.A. Heyne



Absolventen der Fleischerschule Augsburg, sowie die Schulleitung beim Begutachten der Schaustücke.



litätsstandard dauerhaft zu gewährleisten, unterzieht die Frankfurter Fachschule auch die eigene Leistungsfähigkeit und Bildungsqualität regelmäßigen internen und externen Überprüfungen. Mit der Zertifizierung gemäß dem Qualitätsmanagementsystem ISO 9001:2008 verfügt die Schule über lückenlose Nachweise ihrer fachlichen und organisatorischen Maßstäbe. An der Frankfurter Fachschule J.A. Heyne wurden bis heute über 25.000 Lehrgangsteilnehmer zum Meistertitel geführt. Die Schule bietet pro Jahr drei Meisterlehrgänge (zwölf Wochen) und drei Intensiv-Meisterlehr-

gänge (neun Wochen) sowie zwei Verkaufsleiter/innenkurse und einen Betriebswirtkurs an.

FLEISCHERSCHULE AUGSBURG

Mit den Meisterkursen als zentralem Mittelpunkt orientiert sich das Aus- und Weiterbildungskonzept der Fleischerschule Augsburg an den enormen Herausforderungen, denen das Metzgerhandwerk heute gegenübersteht. Als verbandseigene Schule profitieren die Kursteilnehmer immer vom aktuellen Verbandswissen der Dozenten. Neben der Fachpraxis werden die Teilnehmer in der Fachtheo-

rie mit dem nötigen Rüstzeug für eine unternehmerische Betriebsführung ausgestattet. Der Lehrgang umfasst 460 Unterrichtsstunden. Eine Besonderheit dieser Fleischerschule ist es, dass sich auch der betriebswirtschaftlich/ kaufmännische Bereich an den Notwendigkeiten im Metzgerhandwerk orientiert. Die Kurse zum Betriebswirt (HWK) zählen seit fast 30 Jahren zum Angebot des Bildungszentrums. Ein Kollegium qualifizierter und mit dem Metzgerhandwerk vertrauter Dozenten bietet in 500 Unterrichtsstunden alle notwendigen Voraussetzungen, um die Aufgaben als Selbstständige oder Führungskräfte zu meistern.

Die Weiterbildung zum/zur Verkaufsleiter/in richtet sich an Fleischerei-Fachverkäufer/innen, die leitende Aufgaben im Verkauf übernehmen, selbstständig eine Filiale führen und Lehrlinge ausbilden wollen. Der Lehrgang umfasst etwa 280 Unterrichtsstunden. Zu den Aus- und Weiterbildungsangeboten der Fleischerschule Augsburg zählen auch die „Überbetriebliche Lehrlingsausbildung“ sowie aktuelle Praxisseminare zu den Themen Verkauf, Partyservice, Kochen, Produktion und Ernährungslehre. Besonders gefragt ist derzeit der 14-tägige Kurs zum/zur „Ernährungsberater/in im Fleischerhandwerk“. Hier vermittelt ein Dozententeam Wissen aus den Bereichen Ernährungslehre, Warenkunde, Nahrungsmittelallergien, Verkaufstraining, Diätkunde sowie Unverträglichkeiten.

Die Augsburger Fleischerschule bietet durch ihr Wohnheim ein enges Nebeneinander von Lernen und Wohnen. Das Wohnheim ist mit 42 Einzelzimmern (mit Dusche, WC) und 26 Doppelzimmern ausgestattet. Die Schule hat eine EU-Zulassung und ist nach DIN ISO 9001:2008 zertifiziert. Sie bietet pro Jahr drei Meisterkurse, zwei Verkaufsleiter/innen-Lehrgänge, einen Betriebswirtkurs und zwei Weiterbildungen zum/zur Ernährungsberater/in im Fleischerhandwerk sowie Seminare an.

FACHSCHULE DER FLEISCHER-INNUNG BERLIN

In berufsbegleitenden Abendkursen bereitet die Fachschule der Fleischer-Innung Berlin



Absolventen der Fachschule der Fleischerinnung Berlin (o. und m.)

meister Olaf Nikolaus inne, der in Zusammenarbeit mit der Fleischermeisterin Swantje Rabe auch unterrichtet.

1. BAYERISCHE FLEISCHERSCHULE LANDSHUT

„Fachpraxis und Fachtheorie an der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut garantieren eine Qualifikation, die Sie fit für Ihre berufliche Zukunft macht“, so Geschäftsführer Georg Zinkl. Eine Besonderheit der Fleischerschule ist die Ausrichtung der betriebswirtschaftlichen, rechtlichen und pädagogischen Lerninhalte an den fachspezifischen Notwendigkeiten im Fleischer-/ Metzgerhandwerk. In Landshut sollen außerdem Fortschritt und Tradition miteinander verbunden werden. Neben neuen Technologien werden auch altherwürdige Rezepte und Methoden aus der über 80-jährigen Erfahrung weitergeben. Die Schule wurde 1928 durch Max Schöner gegründet und hat bereits 415 Meisterkurse durchgeführt. Neun Wochen dauert der Meistervorbereitungslehrgang, geprüft wird von der Handwerkskammer Niederbayern/Oberpfalz.

Die Schulleiterin Barbara Zinkl betont, dass neben der Qualität des Unterrichts der Mensch im Mittelpunkt steht. In Landshut habe man sich bewusst auf den Meisterkurs spezialisiert und biete außer dem Betriebswirt (HWK) keine weiteren Lehrgänge an. Der Betriebswirtelehrgang wurde vor zwei Jahren komplett überarbeitet. Seit dieser Zeit sind die Kurse auf 15 Teilnehmer begrenzt, und es gibt eine Zulassungsbeschränkung (mindestens 2,5 im Teil III der Meisterprüfung). „Dies erhöht die Qualität des Unterrichts und der Teilnehmer“, erklärt Barbara Zinkl. Die Unterbringung erfolgt in Privatzimmern, die im Vorfeld über die Schule gebucht werden können. Dafür stehen Einzel- und Doppelzimmer sowie Wohngemeinschaften (bis zu fünf Personen) im Umkreis von 5 km zur Wahl, Frühstück und Mittagessen gibt es im nahe gelegenen Schlachthof. Durch ständige Qualitätskontrollen der Quartiere ist eine gute Unterkunft gewährleistet. Die Fleischerschule Landshut bietet pro Jahr vier Meisterkurse und einen Betriebswirtekurs an.

ust



415. Meisterlehrgang
an der 1. Bayerischen Fleischerschule
Januar bis März 2012

FLEISCHERSCHULEN IM INTERNET

www.fleischerschule.de
www.fleischer-innung-berlin.de
www.fachschule-heyne.de
www.fleischerschule-landshut.de

Fleischer/innen auf die Meisterprüfung vor. Außerdem finden dort Vorbereitungslehrgänge für Verkaufsleiter/innen statt. Die Prüfungen sind Teil des Lehrgangs, so dass der Prüfungsdruck vermindert wird. Die Schulleitung hat dabei der Fleischer-



Fleischerei-Fachverkäufer und Fachverkäuferinnen, die in ihrem Beruf richtig Karriere gemacht haben und gutes Geld nach Hause tragen, haben alle eine gemeinsame Qualifikation: Sie besitzen echten Fleisch-Sachverstand, können an der Fleischtheke beraten und richtig verkaufen.

An der Fleischtheke richtig beraten

Die wichtigste Regel, um diesen Sachverstand zu erreichen heißt „Learning by Doing“. Also: Nur, wer selbst gerne und oft Fleisch zubereitet und verzehrt, kann anderen Menschen dabei gute Ratschläge geben. So trainieren Sie Ihren Fleisch-Sachverstand:

- ▶ Lernen Sie nicht bloß die Namen von Fleischteilstücken auswendig. Notieren Sie sich schriftlich die Antworten auf folgende Fragen: Wie würde ich die Farbe dieses Teilstücks beschreiben? Ist die Kalbsoberschale eher lachsrosa, weiß-rosa oder rosarot? Und die Farbe des Rinderfilets: kirschrot, leuchtend-rot oder ist es die Farbe eines kräftigen Rotweins? Beschreiben Sie die unterschiedliche Farbe von Fleisch und Fettabdeckung eines schlachtfrischen und eines zwei Wochen gelagerten und eines vier Wochen gelagerten Roastbeefs.
- ▶ Erfassen und erfahren Sie die Beschaffenheit des Fleisches sowie die Art der Faserung.
- ▶ Prüfen Sie mit dem Druck Ihres Daumens die Zartheit des Fleisches. So nachgiebig das Fleisch auf den Druck Ihres Daumens wirkt, so zart ist es auch im Biss. Beschreiben Sie die Größe der Faserung: Wirken die Fleischfasern kurz, fein und dünn oder lang, kräftig und widerstandsfähig? Hat dieses Fleischteilstück überhaupt Fettfasern? Wenn ja, ist es gleichmäßig mit Fettfasern durchzogen – hat es also die gewünschte feine Marmorierung?
- ▶ Testen Sie selbst (in Ihrer eigenen Küche) die Verwendungsmöglichkeiten.

Verhalten beim Garen

Am besten, Sie erproben jede Woche ein neues Fleischteilstück in der Pfanne und im Kochtopf. Vielleicht liegen an Ihrer Fleischtheke auch Rezepte für die Kunden aus? Am besten, Sie testen diese gleich mit, und können Ihre Erfahrungen dann an Ihre Kunden weitergeben. Aber es reicht nicht, einmal ein Rinderfilet in die Pfanne zu legen oder einmal aus einer Schweineschulter einen Krustenbraten herzustellen. Erfahren Sie selbst, welche Teilstücke etwa für Rindersteaks möglich sind, und beschreiben Sie genau, wie unterschiedlich Farbe, Faserung und Zartheit sind. Testen Sie diese Steakmöglichkeiten: Rinderfilet, Roastbeef, Hohe Rippe (Rib-Eye-Steak), Rinderhüfte, Dicke (runde) Nuss; auch im seitlichen Teil des Deckels der Rinderoberschale versteckt sich ein Fleischteilstück, das für zwei feine Steakportionen ausreicht und in seiner Zart-

heit den bekannten Edelteilstücken in nichts nachsteht. Wie beim Steakverfahren Sie auch bei den Möglichkeiten für Rindergulasch, indem sie z. B. üblicherweise fett- und sehnenfreie Abschnitte von Bratenstücken hierfür verwenden. Probieren Sie jetzt auch einmal, wie ein Rindergulasch aus der Wade schmeckt, oder testen Sie selbst einmal ein Ochsenchwanzgulasch. Beim Schweinefleisch verfahren Sie ähnlich: Wenn Sie das Schnitzel aus der Schweineoberschale auch zarter empfinden als das aus der Unterschale, können Sie Ihren Kunden diese Tipps weitergeben. Schreiben Sie genau auf, wie unterschiedlich in Geschmack und Biss das Schweinekotelett vom Hals, aus dem Mittelteil des Koteletts und das Filetkotelett bei Ihren Tests ausfällt. In weiteren Übungen testen Sie die küchenfertigen Gerichte aus Ihrer Fleischtheke. Schreiben Sie ganz genau auf, wie Sie den Geschmack empfinden! Notieren Sie auch, wie lange und bei welcher Temperatur Sie die Gerichte zubereitet haben. Sollte dieser Fleischspieß am besten in heißem Olivenöl scharf angebraten werden oder mit der Grillfunktion der Backröhre gegart werden? Und dieses Geschnetzelte: Brauche ich zusätzlich Fett oder Öl in der Pfanne, oder brate ich das Fleisch mit der Marinade an?

Praxis und Theorie

Bedenken Sie bei diesem Fleischtraining: Tipps aus Ihrer eigenen Erfahrung sind für Ihre Kunden viel mehr wert, als einfach angelesenes Wissen, das Sie nur weitergeben. Sie haben als angehende Fleischerei-Fachverkäufer und -Fachverkäuferinnen von einem solchen Fleischtraining im Do-it-Yourself drei sehr wichtige Vorteile:

- ▶ Sie haben eine gute Vorbereitung auf die Abschlussprüfungen.
- ▶ Insbesondere in der mündlichen Prüfung werden Sie bei praktischen Fachfragen auch den Respekt von erfahrenen Fleischermeistern erlangen. Sie werden für Ihre Kunden einfach wichtig!
- ▶ Das Vertrauen Ihrer Kunden in Ihre Beratung verschafft Ihnen eine Alleinstellung unter Ihren Kollegen hinter der Theke. Und: Wenn Sie für Ihre Kunden wichtig werden, sind Sie automatisch auch für Ihren Arbeitgeber wichtig.
- ▶ Sie bauen sich mit Ihren Fleischkenntnissen einen ganz entscheidenden Karrierebaustein auf!
- ▶ Über Ihren Fleisch-Sachverstand werden Sie für Ihren Arbeitgeber ein attraktiver Mitarbeiter, dem man nur schwer einen Wunsch abschlagen kann.

Fritz Gempel





Metzgerei und Feinkost Ludwig, Düsseldorf

FLEISCHERLÄDEN MÜSSEN **SEXY** SEIN

Alles Geld kommt vom Kunden! Das ist der wichtigste Grund für Investitionen in neue Läden. Der Kunde soll sich wohl fühlen und gerne wieder kommen. Die Verkäuferinnen und Verkäufer sollen in den Läden mit Spaß beraten und bedienen. Anders gesagt: Es muss sexy sein, hier einzukaufen und hier zu arbeiten.

Wer heute in einem Fleischerfachgeschäft eine Betriebsführung erhält, stellt zuweilen fest: Das ist ja alles „hinten“ schöner als „vorne“. Die enormen Investitionen, die im Fleischerhandwerk in den letzten Jahren getätigt wurden, sind meist der EU-Zulassung geschuldet. Für den Kunden bleiben diese Investitionen unsichtbar – und auch ohne Nutzen. Die Investition in einen neuen Laden ist aber eine direkte Maßnahme für die Kundengewinnung und -bindung.

Denn: Neue Kunden in einen alten Laden locken – das geht nicht. Welches enorme Potenzial Warenpräsentation – und nichts anderes ist Ladenbau – hat, zeigt sich bei der vergleichenden Betrachtung verschiedener Läden eines beliebigen Filialisten. Selbst erfahrene Fachleute vermuten dabei immer wieder, dass die Ware in den neuen, schönen und gut ausgeleuchteten Filialen die frischere wäre. Doch nicht die Wurst ist frischer – nur Prä-



LADENBAU KÜHLRAUMBAU

KRAMER GmbH
 Stöckmatten 2-10
 79224 Umkirch/Freiburg
 Tel. +49(0)76 65-93 59-0
 Fax +49(0)76 65-93 59-199
www.kramer-freiburg.com



Fleischerei Häcker, Sachsenheim

ERFOLGSFAKTOREN

Vor der Entscheidung für den neuen Laden

- ✓ Die Finanzierung klären: Viele Ladenbauunternehmen bieten Leasing, aber wer bar bezahlt, bekommt immer den besten Preis!
- ✓ Den Standort bestimmen: Es gewinnt nicht der beste Fleischer im Wettbewerb, sondern der mit dem besten Standort!
- ✓ Das Konzept ausrichten: „Handwerk und preiswert“, „Öko und edel“ oder „Schnell, gesund und bequem“ – jeder Laden benötigt ein Konzept!
- ✓ Das Team festlegen: Die ideale Filialleiterin ist oft schwerer zu finden als die ideale Filiale!
- ✓ Den Ladenbaupartner wählen: Vergleichen Sie die Angebote hinsichtlich Konzept, Design und Preis. Es muss gut sein, nicht teuer!

Zur Vorbereitung auf die Neueröffnung:

- ✓ Das einheitliche Erscheinungsbild (Corporate Design) bestimmen. Verpackung, Berufskleidung oder auch der Kassen-Waagenbon: Ihr Logo und Ihre Firmenfarben sind ein Muss!
- ✓ Prsentationsplatten auswählen: Unterschiedliche Thekenbereiche gewinnen durch unterschiedliche Prsentationsplatten. Dabei gilt: Kunststoff ist praktisch, Keramik ist schön.
- ✓ Thekenpreisschilder und Preisauszeichnung festlegen. Thekenpreisschilder sind das wichtigste Informationsmedium des Kunden an der Bedientheke. Tipp: Werbliche Auslobung der Ware und freiwillige Angaben (Herkunft, Zutaten, Nährwert, u. a.) nutzen!
- ✓ Werbung zur Neueröffnung. Werbung am Haus, Hinweisschilder für Fußgänger und Autofahrer, Spots im Lokalradio oder Anzeigen in der Zeitung – planen Sie Ihren Werbeetat.
- ✓ Kunden-Event zur Neueröffnung. In der ersten Woche zur Neueröffnung ist „Party“ angesagt. Jeden Tag ein neues Eroffnungsangebot – das muss nicht im Preis reduziert sein, aber etwas Besonderes darstellen!

sensation macht dem Kunden mehr Lust auf Kaufen und Essen. Ob nun ein einzelnes Fleischerfachgeschäft geplant wird oder ein weiteres Ladengeschäft eines Filialisten – das Ziel ist stets ein unverwechselbares Erscheinungsbild. Beim Filialisten führen einheitliche Farben, Formen und Materialien in Verbindung mit dem Firmenlogo zu einer leichteren Erkennbarkeit beim Kunden. Für ein einzelnes Fleischerfach-

geschäft kann aus den Faktoren Standort, Familien- oder Firmengeschichte heraus etwas Einzigartiges definiert werden, das der Ladenbauer dann gestalterisch umsetzt.

PHASE 1: Kundenwünsche erkennen

Die wesentliche Frage vor jedem neuen Laden ist immer die nach dem zukünftigen Konzept. Der Grundsatz lautet: Das Design folgt dem

Konzept. Bevor ein sechsstelliger Eurobetrag für einen Ladenumbau ausgegeben wird, sollten die Fragen, die zu einem Konzept führen, beantwortet werden. Dabei kann sich die Unternehmerfamilie z. B. alleine oder in einem moderierten Workshop zusammen mit den Mitarbeitern beraten. Die frühzeitige Einbindung der Mitarbeiter hat einen enormen Wert hinsichtlich der Motivation, später in diesem Laden auch mit Freude zu verkaufen. Die wichtigsten Marketingfragen bei der Konzepterstellung:

- Was genau wollen unsere Kunden an diesem Standort kaufen (Produkte, Dienstleistungen)?
- In welcher Angebotsform (Bedientheke/ SB, Imbiss/ Bistro, küchenfertig/ verzehrfertig) wollen die Kunden das tun?
- Wie viel und welches Ambiente zur Warenprsentation brauchen diese Kunden um zu erkennen: „Das ist mein Laden“?
- Welche dieser Leistungen, die die Kunden haben (und bezahlen) wollen, erbringen auch bestimmte Mitbewerber in sehr guter Weise?
- Welche dieser Leistungen passen besonders gut zu dem, was unser Fleischerfachgeschäft gut leisten kann?

PHASE 2: SWOT-Analyse

Die Antworten werden dann mit den vier Analyse-Begriffen aus der SWOT-Methode nochmals überprüft, diese sind: Stärken,



Metzgerhans, Ulm

Schwächen, Chancen und Risiken. Dazu ist es nötig die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken ihres Fleischerfachgeschäfts zu bestimmen. Priorität Nr. 1 genießen in der Realisierung immer die Stärken. Denn: Nur ein Unternehmen, das seine Stärken betont, ist auf dem besten Weg zu Spitzenleistungen zu erbringen.

PHASE 3: Konsumententrends

Mit diesem Vorgehen haben Sie für Ihren geplanten Ladenumbau eine solide Marketinganalyse erstellt. Ein nützlicher Abgleich gilt den langfristig wirkenden Konsumententrends. Die wichtigsten für Fleischerfachgeschäfte sind:

- **Regionalität:** Fleischerfachgeschäfte verkaufen an Menschen aus der Region und sie beschäftigen Mitarbeiter aus der Region – da passt es also, dass auch die Herkunft der Lebensmittel aus der Heimat werblich herausgestellt wird. Viele Herkunftsprogramme von Bauernverbänden oder den Landwirtschaftsministerien der Bundesländer helfen dabei. Bedenken Sie: „regional“ ist das neue „bio“!

- **Ökologie:** Sie müssen nicht komplett zur Öko-Fleischerei werden. Aber schon einzelne Produktbereiche in Ökoqualität schaffen einen starken positiven Imagetransfer auf das ganze Unternehmen. Eine gerade für Fleischerfachgeschäfte vorteilhafte Alternative ist z. B. das Tierschutz-Fleischprogramm Neuland.

- **Convenience:** In der immer älter werdenden Single-Gesellschaft kocht kaum mehr jemand die großen Gerichte aus Oma's Bratenküche – aber viele essen das gerne und mögen herzhafte, bodenständige Gerichte. Der Fleischer wird dabei immer mehr zum Koch. Frische, in der Metzgerei hergestellte Fertiggerichte, gekühlt präsentiert, sind eine starke Alternative zu den Produkten der Industrie.

- **Gesundheit:** Zusammen mit dem Wunsch nach körperlicher Fitness und jugendlicher Schönheit steht Gesundheit in der Trendhierarchie der Verbraucher ganz oben auf der Liste. Eine gesunde Ernährung, und dabei besonders die Bedeutung von hochwertigem tierischen Eiweiß lassen Fleischerfachgeschäfte zu neuen Partnern für eine abwechslungsreiche Ernährung werden. *Fritz Gempel*

20 Jahre Beratungserfolg in der Fleischbranche zeichnen unseren Autor Fritz Gempel aus. www.gempel.de

www.schrutka-peukert.de

SCHRUTKA-PEUKERT

KLARE LINIEN – KLASSE LÄDEN

GESTALTUNGSREGEL NR. I

Ein guter **Laden** muss **funktional**, schön, flexibel, dekorativ, praktikabel und **einzigartig** sein – kurz, er muss eine eigene **Seele** haben.

Bäckereien Metzgereien *Von der Idee bis zur Perfektion* Cafés



DIE KUNDEN LENKEN

Mit der „Kubus“-Theke steht der Raum und dessen optimale Nutzung im Mittelpunkt. Die geschwungene Thekenform bietet die Voraussetzung für eine strukturierte und optisch interessante Gestaltung der Thekenauslage.

Im Fleischerfachgeschäft müssen Sätze hung- rig gemacht werden“, betont Winfried Groß, Geschäftsführer des Kulmbacher Einrichtungs- spezialisten Schrutka-Peukert. Auf die Food- Branche konzentriert, wissen die Kulmbacher gerade auch im Fleischerhandwerk den Markt genau einzuschätzen. „Spitzenprodukte der Fleischerei müssen sich spitzenmäßig präsen- tieren. Nur so wird die Wertigkeit der Ware dar- gestellt“, ergänzt Winfried Groß.

Schrutka-Peukert hat dafür das richtige Rezept: Fachwissen um die Belange der Branche, ge- paart mit ideenreicher Innenarchitektur und

einzigartiger Technik. Letzteres ist mit Blick auf das Fleischerhandwerk vor allem die Kühl- theke. Damit wird für die zu präsentierende Ware das beste Klima – die Kombination aus Temperatur und Feuchte – geschaffen. Ebenso wichtig ist die Optik der Präsentations- und Funktionsmöbel. Mit der Kubus-Theke bietet das Unternehmen eine Thekenfamilie, die klar in der Form und praktisch in der Technik ist. Stützenfrei werden die Blicke der Kunden auf die ausgestellte Ware fokussiert. Die gerade, kubistische Theke folgt bei Bedarf auch einer geschwungenen Grundrissform. „Sie können

den Raum besser nutzen und die Kunden- ströme und -blicke lenken. Zudem gibt es ganz neue Gestaltungsmöglichkeiten in der Theken- auslage“, erklärt Winfried Groß. Um optische Brüche zu vermeiden, gibt es auch die Heiß- theke im Kubus-Design. „Vielfach reicht eine solche schon nicht mehr aus“, sagt Winfried Groß. Daher hat Schrutka-Peukert die Gastro- Vario-Theke entwickelt. Diese kann zur Selbstbe- dienung der Kunden, z. B. als Salatbuffet, genutzt werden oder mit wenigen Handgriffen zur Be- dientheke, etwa für das Frontcooking, umge- stellt werden. www.schrutka-peukert.de



BEISPIELHAFTER KOMBILADEN

Saemann's – dieser Name bürgt für lückenlose Qualität, vom Bauernhof bis zur Verkaufstheke. Alle Fleisch- und Wurstspezialitäten stammen von Tieren aus der heimatischen Region und werden eigenhändig in eigenen Produktionsräumen verarbeitet.

Um diesem Konzept in jeder Hinsicht ge- recht zu werden, entschieden sich die Saemanns dafür, auch aus ihrem bisherigen Kombiladengeschäft ein beispielhaftes Refe- renzobjekt zu machen. Auf der Suche nach einem geeigneten Ladenbauer überzeugte sie Kramer aus Umkirch/ Freiburg. Nach der Planung der Innenarchitektin Christa Bräun- lings und unter der Regie des Gebietsverk- aufleiters Thomas Wunder verwandelten sich die Räume, die sich im Seitenflügel eines Supermarktgebäudes befinden, in vier Tagen in ein attraktives Ladengeschäft. Im Inneren

erwartet die Kunden eine Komposition aus frischen Oberflächen und Materialien, klarge- stalteten Formen des Kühl-, Arbeits- und Prä- sentationsmobiliars sowie eine freundliche Be- leuchtung. Die rechtwinklige Kramer-Umluft- kühl- theke mit dem geraden Bistroglasaufsatz präsentiert links das Fleisch- und Wurstsor- timent. Im abgewinkelten Mittelteil werden verlockende Feinkostprodukte geboten, wäh- rend der rechte Bereich die Heiß- und Bäckert- heke kombiniert und mit einer geschlossenen Tortenvitrine abschließt. Alle Zonen und Be- reiche der Theke arbeiten spezifisch mit idea- len Temperaturen zugunsten der wertvollen Köstlichkeiten. Die Rückwand aus schwarz lackiertem Glas ist mit einem Schienensystem ausgestattet, das eine flexible Anbringung von Gehängen und Regalen erlaubt. Die Wände im Verkaufsraum erstrahlen in einem frischem, glänzenden Weiß. Typografische Collagen schmücken den oberen Wandbereich rundher- um mit Begriffen aus dem Warensortiment. Das eindrucklichste Farb- und Materialerlebnis ist aber im Verzehr- bereich zu erleben, der 22 Sitzplätze umfasst. www.kramer-freiburg.com



80 % aller täglichen Informationen nimmt der Mensch über das Auge auf: Deshalb stellt Licht auch in Fleischereien ein wichtiges Verkaufsförderungsinstrument dar. Eingebettet in ein zeitgemäßes Ladenbaukonzept schafft es Atmosphäre und setzt die Waren verkaufsfördernd in Szene.



LICHT MACHT APPETIT: Optimale Beleuchtung frischer Fleisch- und Wurstwaren

Nachfolgend einige wichtige Kriterien, die bei der Beleuchtungsplanung zu berücksichtigen sind.

Warenschonung

Bei der Beleuchtung von Fleisch- und Wurstwaren ist zu beachten, dass diese sehr empfindlich auf Wärmebelastung und UV-Strahlung reagieren. Der im Fleisch enthaltene Muskelfarbstoff Myoglobin reagiert in Verbindung mit Sauerstoff und UV-Strahlung. Eine nicht bedarfsgerechte Beleuchtung beschleunigt den Effekt, sodass die Waren vorzeitig vergrauen oder altern. Die oberste Scheibe des Aufschnitts wirkt unappetitlich und lässt sich nicht mehr verkaufen – höhere Warenverluste und geringere Abverkäufe sind die Folge. Daher gilt es, den Wärmeeintrag des Lichts auf die Ware zu reduzieren. Dabei hängt die Wärmebelastung von der verwendeten Lichtquelle (CDM-T/ LED), der entsprechenden Leistung (Watt), der Wahl des Reflektors (Ausstrahlcharakteristik) und der Beleuchtungszeit ab.

Eigenfarbenoptimierung

Fleisch- und Wurstwaren sollten spezifisch beleuchtet werden. D. h., die Lichtfarbe ist genau auf das zu beleuchtende Produkt abzustimmen. Dabei sind die Lichtquelle, der Reflektor und optional der Filter die zentralen Stellschrauben. Beim Einsatz nicht geeigneter Lichtfarben kann schnell ein unnatürliches Bild der Waren entstehen und sich so negativ auf die Warenpräsentation und die Verkaufszahlen auswirken. BÄRO bietet hier als einziger Anbieter im Markt LED-Leuchten mit einer speziell für die Beleuchtung von Fleisch entwickelten Lichtfarbe.

Die richtige Lichttechnik

Die bei der Fleisch-Beleuchtung zum Einsatz kommende Lichttechnik erfolgt gemäß der in der Lichtplanung definierten Zielsetzungen. Leuchten mit Entladungslampentechnik – z. B. die BÄRO Food Light Lichttechnik (MBFL) – sind bei der Beleuchtung von Fleisch- und Wurstwaren hinsichtlich Farbbrillanz und Beleuchtungsqualität der heutige Standard. Durch eine eigens entwickelte Reflektortechnik (OvalBasic) und spezielle Patentfilter ermöglicht die MBFL-Technik zudem eine wirksame Warenschonung. Neueste LED-Technologien bieten gegenüber den Entladungslampen den Vorteil, dass sie kein UV- und IR-Licht emittieren und so den warenschädigenden Strahlungs- und Wärmeeintrag in Richtung Raum und Waren reduzieren. So lässt sich die vorzeitige Alterung, Vergrauung oder Austrocknung frischer Waren verhindern und die Schwitzwasserbildung in Folien-Verpackungen nachhaltig reduzieren. Nicht zuletzt wird beim Einsatz der LED-Technik auch die Klimaanlage entlastet, was zur Verringerung weiterer Betriebskosten beiträgt.

Individuelle Lichtplanung

Um eine optimale Beleuchtung des Verkaufsraums bzw. der Fleischtheke zu gewährleisten, ist zunächst eine Ist-Analyse nötig. Wie sieht die gewünschte Ladengestaltung bzw. das Ladenbaukonzept aus? Welche Atmosphäre soll geschaffen werden? Diese und weitere Parameter fließen in die Planung ein und bilden die Grundlage für das Lichtkonzept, das im Idealfall Energieeffizienz und Warenschonung so miteinander kombiniert, dass im Ergebnis eine attraktive, verkaufsfördernde Beleuchtung entsteht.

BÄRO GmbH & Co.KG
Perfect Retail Lighting
Wolfstall 54-56
42799 Leichlingen
Tel. (02174) 799-0
Fax. (02174) 799-55654
www.baero.com

Metzgerei Esser, Erkelenz: LED-Lichttechnik emittiert kein UV- und IR-Licht in Richtung Raum und Waren und reduziert so warenschädigenden Strahlungs- und Wärmeeintrag



Eats Food Store, Mailand: zukunftsweisendes Store- und Lichtdesign

Metzgerei und Feinkost Ludwig, Düsseldorf: Angenehme und verkaufsfördernde Beleuchtung mit Entladungslampen





JETZT GEHT'S LOS – KREATIVE VOR!

Nach seiner Premiere 2011 sucht Homann auch in diesem Jahr in Kooperation mit den  und  den „Homann Snack Star 2012“. Im Mittelpunkt des bundesweiten Wettbewerbs, der unter dem Aspekt der nachhaltigen Nachwuchsförderung stattfindet, stehen kreative und innovative To-go-Snacks.

Abwechslungsreiche und kreativ angeordnete, warme und kalte Snacks sind für das To-go-Geschäft in Fleischerfachgeschäften immer ein top-aktuelles Thema sowie eine wichtige, zusätzliche Einnahmequelle. Deshalb setzt Homann sein Engagement für den Nachwuchs im Fleischerhandwerk auch 2012 fort und geht in Kooperation mit der f-Marke sowie dem Fachmagazin FLEISCHER-HANDWERK in die zweite Runde.

Stationäre Imbiss-Einrichtungen, meist in Verbindung mit einer Heißen Theke, betreiben laut Deutschem Fleischer-Verband rund 70 % aller Fleischerfachgeschäfte. Der damit erzielte Umsatz macht etwa 10 % des Branchenumsatzes aus. Mit Imbiss- und Snackprodukten werden jährlich gut 1,5 Mrd. € erzielt. Hier setzt der Wettbewerb Homann Snack-Star 2012 an,

denn kreative, attraktive Snack-Ideen und deren handwerkliche Zubereitung sind eine ideale Grundlage für weiteres Umsatzpotenzial, mehr Kunden im Fleischerfachgeschäft, und sie sprechen zudem auch jüngere Verbraucher an. Mit dem Wettbewerb werden Nachwuchskräfte bis 25 Jahre dazu aufgefordert, zeitgemäße Food-Trends für den Außer-Haus-Verzehr zu entwickeln. Gefragt sind moderne, kreative To-go-Snacks. Jede Idee muss mindestens ein Homann-Produkt als Komponente enthalten – alle anderen Zutaten sind frei wählbar. Bewertet werden u. a. Zubereitungstechnik, Geschmack, Optik und der Name. Den Gewinnern und Unternehmern winken wertvolle Preise. Detaillierte Infos zum „Homann Snack Star 2012“ bzw. zu den Anmelde- und Teilnahmebedingungen gibt es in Heft 2/2012 von FLEISCHER-HANDWERK.

Auf der Süffa 2011 in Stuttgart wurden die ersten Sieger des Homann Snack Star gebührend gefeiert und mit Auszeichnungen in Gold, Silber und Bronze belohnt. Eine fachkundige Jury hatte zuvor die Sieger aus den zahlreichen Einsendungen ausgewählt.

Und das waren die Sieger 2011: Gewonnen hat das Team Frederik Schilbock (16) und Michael Kohlhepp (17), Auszubildende bei „Der Ludwig“ in Schlüchtern, mit dem sensationellen „Bayrischen Hot Dog“. Den zweiten Platz belegte das Team Daniela Auris (19) und Michelle Mutzbauer (21) vom BSZ Sulzbach-Rosenberg mit der innovativen Wrap-Idee „Zigeuner-Snack“. Der dritte Platz ging an die Kreation „Süße Verführung“ von Adrian Scheffler (19) aus der Hamburger Schlachtereier Stock und Sohn.

Homann Snack Star 2011 – die Sieger-Rezepturen*

1. Platz: Frederik Schilbock & Michael Kohlhepp – „Der Ludwig“, Schlüchtern Bayrischer Hot Dog

Zutaten: 1 Laugenstange, 50 g Homann Salat-Mayonnaise, 1 Münchner Weißwürstchen, 50 g bayrischer süßer Senf, Rettich, Petersilie, Spitzkohl

Zubereitung: Die Laugenstange einschneiden. Anschließend die Mayonnaise auf der Innenseite der Laugenstange verstreichen. Auf der einen Innenseite der Laugenstange den in Scheiben geschnittenen Rettich legen und auf die andere Seite den Spitzkohl. Die warm gemachte Weißwurst halbieren, die Hälften mit süßem Senf bestreichen und in die Laugenstange hinein legen. Am Ende mit Petersilie garnieren.

Zubereitungszeit: 2 Minuten/ Empf. Verkaufspreis: 2,50 €/ Stück



2. Platz: Michelle Mutzbauer & Daniela Auris, BSZ Sulzbach-Rosenberg Zigeuner-Snack

Zutaten: ¼ gelbe Paprika, ¼ rote Paprika, 125 g Schweinefleisch, Lollo Rosso Salat, Homann Zigeunersauce, Wrap oder Pfannkuchen

Zubereitung: Rote und gelbe Paprika sowie Lollo Rosso in Streifen schneiden. Dann das Fleisch in Streifen schneiden und anbraten. Paprika, Salat und Fleisch auf dem Wrap verteilen und mit Homann Zigeunersauce bestreichen. Zum Schluss den Wrap zusammenrollen. Alternative: Pfannkuchen statt Wrap verwenden.
Zubereitungszeit: ca. 5 Minuten/
Empf. Verkaufspreis: 2 €/ Stück



3. Platz: Adrian Scheffler, Schlachterei Stöck und Sohn, Hamburg Süße Verführung

Zutaten: 1 Roggenbrötchen, 5 Scheiben Kassler, 1 Blatt Lollo Bionda, 2 Scheiben Kiwi, 1 Erdbeere, 10 g Margarine, 30 g Homann Salat-Mayonnaise

Zubereitung: Das Roggenbrötchen in zwei Hälften schneiden, mit Margarine bestreichen und die untere Hälfte mit Salat bedecken. Das Kassler fächern und auf der unteren Hälfte verteilen. Nun die Erdbeere in Scheiben schneiden. Anschließend die untere Hälfte abwechselnd mit den Erdbeer-Scheiben und den zwei Kiwi-Scheiben belegen. Zum Schluss das Roggenbrötchen mit Homann Salat-Mayonnaise garnieren und die obere Roggenbrötchenhälfte hinzufügen.
Zubereitungszeit: 5 Minuten/ Empf. Verkaufspreis: 2,20 €/ Stück



* © Homann Foodservice

Ich will dieses Jahr auch mitmachen und einer der Ersten sein!

Bitte senden Sie mir weitere Infos zu:

Einsenden an:
Fleischer-Handwerk
Augustenstr. 10
80333 München
oder per Fax an:
(089) 370 60-111
oder per Mail an:
muc@blmedien.de

Name/ Vorname:

Alter:

Betrieb:

Straße/ Haus-Nr.:

PLZ/ Ort:

Tel./ Fax:

Ort, Datum:

SCHINKEN

EDLE STÜCKE VOM SCHWEIN



„Darf es auch etwas mehr sein?“ Angesichts der großen Auswahl und des abwechslungsreichen Geschmacks, den Schinken „made in Germany“ bietet, fällt es Ihren Kunden sicher leicht, diese häufig gestellte Frage mit einem „Ja“ zu beantworten. Nicht nur Ihr eigener Schinken ist einmalig, auch jede Region hat ihre Spezialitäten.

Meist wird Schweinefleisch zu Schinken verarbeitet, wobei die wertvollen Stücke aus der Keule verwendet werden. Der Begriff Schinken wird an der Fleisctheke meist für fertig zubereitete Fleischware verwendet, die gepökelt, gebrüht, gebraten,

getrocknet oder geräuchert sein kann. Neben dem „klassischen“ Schinken aus Schweinefleisch gibt es Schinkenspezialitäten, z. B. Rinderrrauchfleisch oder Rindersaftschinken, die aus Rindfleisch hergestellt werden. Beliebt sind auch Schinkenvarianten aus Geflügelfleisch.

Für alle Schinkensorten gilt: Pökeln ist der erste Schritt auf dem Weg zur Theke. Nach dem Pökeln wird der überwiegende Teil der Schinken geräuchert. Eine Ausnahme bilden hier manche Kochschinkensorten sowie die Gruppe der luftgetrockneten Spezialitäten. Das Räu-

chern verleiht dem Schinken sein würziges Aroma, eine ansprechende Farbe sowie eine lange Haltbarkeit. Geräuchert wird je nach Rezept mit unterschiedlichen Materialien und Zutaten. Die Dauer des Räucherprozesses liegt zwischen einigen Tagen und mehreren Monaten. Für die Ausbildung des Aromas ist die Reifezeit besonders wichtig. Mehrere Wochen oder Monate hat der Schinken Zeit, seinen vollen Geschmack zu entwickeln. Luftgetrocknete Schinkenspezialitäten werden nicht geräuchert. Ihren besonders milden Geschmack bilden sie in Reifekammern aus, in die sie im Anschluss an das Pökeln gehängt werden. Dabei verlieren die „Luftgetrockneten“ Feuchtigkeit und erhalten die notwendige Haltbarkeit. Insbesondere für die luftgetrockneten Schinkenvarianten gilt: Je mehr Zeit sie zum Reifen haben, desto besser ist auch das Aroma.

KOCHSCHINKEN

Der gekochte Schinken, kurz Kochschinken, wird vor dem Brühen gepökelt und dadurch haltbar gemacht. Zum Erhalt der Saftigkeit kommt dabei eine 8- bis 12-prozentige Salzlake aus Wasser, Nitritpökelsalz und Gewürzen zum Einsatz. Innerhalb von 24 Stunden rötet der gepökelte Schinken um und wird danach gebrüht. Aufgrund seines relativ hohen Wassergehaltes ist Kochschinken nur gekühlt lagerfähig und nur wenige Tage haltbar. Für die Herstellung einiger Wurstspezialitäten ist es möglich, den Schinken vor oder nach dem Brühen kurz zu räuchern.



ROHSCHINKEN

Im Gegensatz zu Kochschinken wird der Rohschinken durch Salzen oder Pökeln und anschließendes Lufttrocknen oder Räuchern haltbar gemacht. Vor der Erfindung des Kühlschranks sicherte diese Technik die Fleischvorräte. Luftgetrockneter Schinken wird vor allem in südeuropäischen Ländern hergestellt, in denen das Klima ein langsames Trocknen ermöglicht. Im kälteren Norden trieben die Men-

schen die Feuchtigkeit mit Rauch aus dem Schinken. Der intensive Reife- und Trocknungsvorgang sorgt außerdem dafür, dass die Proteine im Schinken leichter verdaulich sind. Das Fleisch wird mürbe und entwickelt sein typisches Aroma.

DIE QUAL DER WAHL

Die steht jedem Schinkenliebhaber bevor, der sich aus dem großen Angebot der Schinkenspezialitäten seinen Favoriten aussuchen möchte. Erstklassigen Geschmack und beste Qualität versprechen sie alle. Nachfolgend eine Übersicht der gängigsten Schinkensorten aus den deutschen Regionen, die Sie Ihren Kunden anbieten können:

◆ **Ammerländer Schinken:** Aus der niedersächsischen Region Ammerland stammt der geräucherte oder luftgetrocknete Ammerländer Rohschinken. Die Bezeichnung ist als geografische Angabe EU-weit geschützt. Zur Herstellung wird der Schinken am Knochen zuerst für drei Wochen von Hand mit Meersalz und braunem Zucker trocken gepökelt und kann u. a. mit Pfeffer, Piment und Wacholder gewürzt sein. Je hochwertiger das Fleisch ist, desto mehr ist der Schinken in der Lage, ohne Gewürze seinen individuellen Charakter zu entwickeln. Dann wird er einige Wochen kalt über Buchenholz geräuchert, wobei die relativ hohe Luftfeuchtigkeit in der Region ihn vor dem Austrocknen bewahrt. Die anschließende Reifezeit reicht von etwa einem Vierteljahr bis zu mehr als zwei Jahren für die besten Qualitäten. Heute gibt es unter dem Begriff Ammerländer Schinken auch ungeräucherte, luftgetrocknete Schinken.

◆ **Coburger Schinken** ist besonders saftig. Dieser sehr magere Schinken aus dem Kernstück der Keule wird luftgetrocknet oder geräuchert angeboten. Die Reifezeit des Coburgers beträgt bis zu sechs Monate, bevor er in die Theke gelangt.

◆ **Holsteiner Katenschinken:** Für die Herstellung von Holsteiner Katenschinken wird gepökelt Schinkenfleisch im Katenrauch bis zu

Kontinuierlich beste Qualität.



3 Uhr



7.45 Uhr



11.53 Uhr



19.02 Uhr



23.10 Uhr

Auf die kontinuierliche Transferanlage **TF4000** aus dem Hause FESSMANN können Sie sich verlassen: neben bester, gleichbleibender Qualität beim Räuchern, Brühen und Abkühlen garantiert Ihnen das Multitalent minimale Produktionskosten und flexible Einsatzmöglichkeiten. **Für Ihren Vorsprung!**

FESSMANN GmbH und Co KG

Herzog-Philipp-Straße 39
D-71351 Winnenden
Telefon 07195 701-0
www.fessmann.de



Leading in smoking technologies



Schinkenspezialitäten aus deutschen Landen sind traditionell hergestellt und teilweise herkunftsgeschützt – egal ob sie aus Schleswig-Holstein, aus Westfalen, dem Schwarzwald oder aus Oberfranken kommen.

acht Wochen geräuchert. Katen sind kleine dörfliche Häuser in Norddeutschland, zum Räuchern eingesetzt wurden sie als Räucherhütte bezeichnet. Traditionell wurde der Schinken über der offenen Feuerstelle geräuchert. Das Aroma katen-geräucherter Fleischwaren ist kräftig und pikant, doch sehr fein. Der Katen-schinken besitzt ein mahagonifarbenes Aussehen, er sollte nicht schwarzbraun rußig sein. Der Holsteiner Katenschinken wird nicht zu intensiv geräuchert, damit ein mildes Geschmacksbild bei zarter Konsistenz erreicht wird. Die Holsteiner Schinkenhersteller haben sich in der „Schutzgemeinschaft Schleswig-Holsteinischer Schinkenhersteller e.V.“ organisiert, um bei der EU eine geschützte geographische Kennzeichnung zu beantragen. Holsteiner Katenschinken besteht aus den Teilstücken Oberschale, Unterschale, Nuss (Blume)

und Hüfte (Kappe). Ober- und Unterschale sind auch als Pape bekannt und gelten als das beste Stück des Schinkens. Für die Herstellung wird die Keule zunächst mit einem Messer ausgeschnitten, ohne aber die Knochen einschließlich der Haxe zu entfernen. Der Schinken wird dann mit Salz und Gewürzen sechs bis acht Wochen lang wöchentlich einmal eingerieben. Danach ruht der Schinken während der Brennzeit von etwa drei Wochen. Katenrauch ist ein Kalträucherverfahren. Als Räuchermaterial dienen im allgemeinen Fall Kiefer, Wacholderstrauchwerk und anderes Hartholz. Für den Holsteiner Katenschinken wird traditionell als Räuchermaterial jedoch Buchenholz eingesetzt. Das Nachreifen nach dem Rauch erfolgt traditionell im Schinkenhimmel einer Scheune oder Diele. Die Reifungszeit dauert je nach Jahreszeit bis zu sechs Monaten. In modernen

Gebäuden werden heute zur Beschleunigung des Reifevorganges auch Vakuummethoden eingesetzt.

◆ **Lachsschinken** ist kein Schinken im klassischen Sinne. Er wird aus dem Kotelettstrang (Karbonade) geschnitten und mit einer dünnen Schicht Speck umwickelt, die ihn vor dem Austrocknen schützt und sein mildes Aroma bewahrt. Ein mildes Pökeln und Kalträuchern verleihen ihm seinen besonderen Geschmack.

◆ **Nusschinken** schmeckt besonders mild. Wie sein Name es bereits andeutet, wird er aus dem mageren Stück der Keule, der Nuss oder Blume geschnitten. Das nahe am Knochen liegende Fleisch ist fettarm und saftig. Nusschinken wird nass gepökelt und kalt geräuchert. Häufig wird er vor dem Pökeln in eine Blase gegeben. So nimmt er den gewünschten Rauchgeschmack an, bleibt dabei aber sehr mild.

Fotos: Schinken Waltering, Schutzverband der Schwarzwälder Schinkenhersteller, Archiv

VOSSCHOTT



Sterilisations- und Kochtechnik für Nahrungsmittel

Sterilisation and cooking technology for food products



VOS Schott GmbH ■ Am Seefeld 3 ■ 35510 Butzbach ■ Fon +49 6033 9190-0 ■ E-Mail info@vos-schott.com ■ www.vos-schott.com

◆ **Rauchfleisch** schmeckt sehr würzig bis leicht rauchig. Geschnitten wird es aus der Rinderkeule und hat eine sehr kräftige dunkelrote Farbe.

◆ **Rindersaftschinken:** Sein typisches Erkennungszeichen ist seine dekorative Form, die er durch Kochen in einer Form erhält. Vor dem Kochen wird das Fleisch mit einer Gewürzlake zwei bis drei Tage gepökelt.

◆ **Rollschinken** wird aus Teilen der ausgebeinten Hinterkeule hergestellt. Seine runde Form erhält er, indem er vor dem Räuchern fest zusammengerollt und in Form gebunden wird. Nur sehr wenig Fett und kaum Schwarte machen Rollschinken zu einem leichten Genuss.

◆ **Schwarzwälder Schinken** ist ein knochenloser, geräucherter Rohschinken aus dem Schwarzwald. Er ist der meistverkaufte geräucherte Rohschinken Europas. Seit 1997 ist „Schwarzwälder Schinken“ eine geschützte geografische Angabe der Europäischen Union. Der Schinken muss daher im Schwarzwald hergestellt, geschnitten und verpackt worden sein. Die Herstellung von Schwarzwälder Schinken ist genau definiert. Die Schweine kommen nicht nur aus der unmittelbaren Region, die den Bedarf gar nicht decken kann. Die Hersteller beziehen das Fleisch aus Deutschland oder aus den benachbarten Ländern. Die Maxime lautet: Qualität hat Vorrang vor Regionalität. Schwarzwälder Schinken ist ein Rohschinken ohne Knochen, dadurch ist er besonders lange haltbar. Sind alle Knochen entfernt, wiegt die in Form geschnittene Keule etwa 7 bis 10 kg. Zur Herstellung wird der Schinken zuerst von Hand trocken gepökelt und mit Gewürzen eingerieben. Jeder Hersteller schwört bei der Würzmischung auf seine eigene Rezeptur, mit der er dem Produkt seine individuelle Note verleiht. Doch es gibt einige Gewürz-Gemeinsamkeiten: Neben Pökelsalz gehören vor



allem Pfeffer, Koriander, Knoblauch und Wacholderbeeren dazu. Die Herstellung von Schwarzwälder Schinken ist traditionell in weiten Teilen Handarbeit. Die genau abgestimmte Dosis Pökelsalz hat einen maßgeblichen Einfluss auf die Qualität und das Aussehen des Schinkens. Das Salz konserviert das Fleisch und gibt ihm seine typische Farbe und das unverwechselbare Aroma. Zwei Wochen verbleibt der Schinken in einer Salzlake, zwei weitere Wochen in einer Brennhammer. Anschließend erst wird der Schinken in speziellen Räucherhammern kalt über frischem Tannen- und Fichtenholz aus dem Schwarzwald geräuchert, drei Wochen hängt er bei 25°C. Das verleiht ihm sein charakteristisches, kräftiges Aroma und eine typische schwarzbraune Schwarte. Schließlich reift der Schinken noch zwei bis drei Wochen an der Luft. Etwa ein Fünftel des Schwarzwälder Schinkens soll laut den Richtlinien der Europäischen Union aus einem weißen Fettstrand bestehen.

◆ **Westfälischer Knochenschinken:** Westfälischer Schinken ist ein traditionsreicher Rohschinken mit würzigem Aroma. Seinen Geschmack verdankt er dem Knochen, der während der gesamten Herstellung im Schinken verbleibt. Durch die Salz- und Pfeffermischung von Hand eingerieben, entsteht ein leicht nussiger Geschmack. Der Schinken wird mindestens wöchentlich im Pökelbecken umgeschichtet. Das Salz entzieht dem Schinken Wasser und macht ihn haltbar. Danach ruht der Schinken im Pökelbecken zum „Durchbrennen“. Damit ist die Zeit gemeint, die das Salz benötigt, um sich auf natürlichem Wege gleichmäßig im Fleisch zu verteilen. Handwerklich herge-

stellte Produkte reifen bis zu 18 Monate um ihren natürlichen Geschmack zu entfalten. Dabei verlieren sie mehr als 50 % ihres Gewichtes. Der Geschmack des Schinkens entsteht im Verlauf der Reifung durch die Fermentation. Darum ist die Reifezeit auch das wichtigste Kriterium für den Geschmack des Schinkens.

woy/hei

SEIT 1846
Schamel
Meerrettich
Das Original seit 1846

Zur Krönung aller Speisen
www.schamel.de

Deutschlands meistgekaufte Meerrettichmarke!

Pralle Formen

Wir haben die passende Form!

Begeistern Sie Ihre Kunden für neue Wurst- und Schinken-Sortimente durch individuell gefertigte Formen und Pressen. Mit Eberhardt bringen Sie Fleisch und Wurst in Bestform!

Bitte fordern Sie unseren neuesten Formen- und Pressen-katalog an.

vom Marktführer
Made in Germany

Eichendorffstraße 5
91586 Lichtenau
Tel. 0 98 27 / 3 54
Fax 0 98 27 / 75 04
eberhardt-gmbh@t-online.de
www.eberhardt-gmbh.de

Eberhardt GmbH
FOOD PRESS SYSTEMS



Vom Ringelschwanz zur Kringelwurst

Der geschwungene Schriftzug „Fleischerei Schlieter“ über der Eingangstür erinnert an vergangene Zeiten und daran, dass die Fleischerei Buttgerit in Potsdam ein traditionsreiches Unternehmen ist. Seit mehr als 100 Jahren werden in diesem Haus Fleisch- und Wurstwaren hergestellt und verkauft.

Dirk Buttgerit, der das Geschäft im Jahr 2000 von seinem Vater übernahm, ist bereits die dritte Fleischergeneration seiner Familie in der Potsdamer Garnstraße 2. Sein Vater Jürgen Buttgerit führte das Geschäft von 1976 bis 2000, dem voran ging die Hochzeit mit einer Tochter des Metzgers Schlieter. Durchgehend seit 1887 war im Haus eine Fleischerei. Und so kommt es, dass nach wie vor zwei Namen, nämlich „Fleischerei Schlieter“ und „Fleischerei & Partyservice Buttgerit“, am Laden zu lesen sind.

Tradition wird groß geschrieben, nicht nur an der Fassade. Was die Kunden hier bereits vom Vater kannten, kaufen sie auch beim Sohn: vor allem die „Kringelwurst“. Jürgen Buttgerit brachte die Idee für diese Wurst aus einem Ur-

ERFOLGSFAKTOREN

- Tradition und Bekanntheit
- Freundlicher und persönlicher Service
- Umfangreiches Angebot
- Imbiss mit Mittagstisch
- „Kringelwurst“ als Sympathieträger

KONZEPT

FLEISCHEREI UND PARTYSERVICE BUTTGEREIT – POTSDAM

Traditionsreiches Unternehmen an angestammtem Platz mit umfangreichem Sortiment (neben Fleisch und Wurstwaren, auch Käse und Salate), abgerundet durch Imbiss mit Mittagstisch und Partyservice. Außerdem: „Kringelwurst“ als besondere und auffällige Knacker, auch Namensgeber für die Homepage.

laub mit. Dort sah er einen solchen Kringel als Brühwurst. Diese Form würde sich auch für Knacker eignen, „denn die sind hier bei uns sehr beliebt“, erklärt sein Sohn Dirk Buttgerit. Zweimal wöchentlich kommen die Kringelwürste frisch aus dem Rauch. „Andere beliebte Produkte sind Hackepeter, Fleischsalat, Wiener Würstchen und dann die Palette der verschiedenen frischen Aufschnittsorten“, sagt Dirk Buttgerit. Neben dem eigentlichen Verkauf über den Tresen bietet die Fleischerei einen Imbiss mit Mittagstisch an. Zum Imbissangebot gehören z. B. belegte Brötchen, heiße Würstchen, Schnitzel und Kaffee. Ab 11.30 Uhr gibt es drei Mittagsgesichte und einen Eintopf bzw. eine Suppe: „Das sind klassische Gerichte wie Kohlrouladen, Sauerbraten, geschmorte

Rippchen“, sagt Dirk Buttgerit. „Der Speiseplan richtet sich oft nach unserem Angebot. Haben wir mal Hackfleisch im Überhang, machen wir eben einen Hackbraten, haben wir viel Rücken, dann gibt es Schnitzel.“ Die Mittagsgesichte mit Fleisch kosten zwischen 3,25 und 3,75 €. „Die Schmerzgrenze liegt bei 4 €“, betont Dirk Buttgerit.

Neben dem Tagesgeschäft ist zweimal in der Woche ein Verkaufswagen unterwegs. Dann gibt es auf einem Markt in Potsdam sowie einem in Berlin frische Wurst vom Fleischer. „Die Idee mit dem mobilen Verkaufstand wurde ein wenig aus der Not geboren“, erinnert sich Dirk Buttgerit: „Zwischen 1994 und 1998 ging bei uns im Laden der Absatz zurück, in der Umgebung wurde sehr viel gebaut, viele Wohnungen standen wegen Sanierungsbedarf leer. Die Leute zogen weg. Die Einbußen konnten wir mit dem Verkaufswagen etwas abfangen.“ Heute ist er mit dem Standort „super zufrieden“, sagt er. Sein Laden liegt etwa 300 m vom Zentrum des Potsdamer Stadtteils Babelsberg entfernt. Babelsberg sei eine gute Wohngegend geworden. Den Anteil seiner Stammkundschaft schätzt er auf 90 %, das Durchschnittsalter liegt bei etwa 50 Jahren.

POTSDAMER PARTYKLASSIKER

Ein weiteres Standbein seiner Fleischerei ist der Partyservice. Hier seien es vor allem die Klassiker wie Kassler im Brotteig, Spanferkel oder Krustenbraten, die nachgefragt werden. „Wenn jemand Kalbsbäckchen möchte, machen wir das natürlich auch gerne, schön geschmort, in Soße, dann stampfen wir noch Kartoffeln dazu“, schwärmt er: „Warum soll man das nur im Restaurant essen?“

In seiner Fleischerei arbeiten neben ihm und seiner Frau zehn Angestellte, davon drei in der

PROFI-PARTNER

- **Gewürze:** Avo, Gewürzmüller, Hela
- **Fleisch:** Salomon AG Hoppegarten, Fleischerbedarf Leipzig, Emil Roloff KG Berlin, Rungis Express
- **Salate:** Grossmann Feinkost
- **Kutter:** Seydelmann
- **Wölfe:** K+G Wetter
- **Füller:** Handtmann
- **Rauchanlage:** Stein
- **Kleintransporter (Partyservice):** Mercedes
- **Kaffeemaschine im Laden:** WMF
- **Wiege- und Kassensystem:** Bizerba



Wurstproduktion. Auch sein 21 Jahre alter Sohn, der kürzlich als Jüngster seinen Meisterbrief der Frankfurter Fleischerfachschule erhalten hat, arbeitet in der Produktion mit. „Wenn es aber vorn im Laden brennt, hat er am Nachmittag noch nicht Feierabend“, sagt Dirk Buttgerit. Er selbst arbeitet vorn im Laden. So entgehen ihm weder Kritik noch Lob der Kunden. „Allerdings“, so schätzt er, „wird mehr gelobt als getadelt.“ Auch „hinten“ in der Produktion weiß er Bescheid, z. B. nimmt er morgens die Waren an. „Geschlachtet wurde hier noch nie, wir zerlegen aber selbst“, sagt er und ergänzt: „Man kann sagen, etwa 20 Schweinehälften, auch Rinderviertel.“ Im Laden stammen etwa 75 % der Wurst und 50 % der Salate aus eigener Produktion. Produkte aus und mit Geflügel kauft er zu, außerdem Artikel, die nicht in großen Mengen umgesetzt, aber doch ab und zu nachgefragt würden, z. B. ungarische Salami und gefüllte Filets.

Heike Sievers

www.kringelwurst.de



Wenige Kilometer vor Bremen inszeniert Fleischermeister Reinhard Guder Fleisch und Wurst in seiner edelsten Form. Das neu gebaute Firmengebäude in Stuhr vermittelt schon von außen den Eindruck gehobenen Designs – und der Laden und die Theke lösen dieses Versprechen auch ein.



Professionelle Fachgeschäfts-Kultur

Die großzügige Ladengestaltung beeindruckt die Kunden, denn der größte Luxus ist oft der freie Raum. So vermitteln große freie Holzflächen mit nur einem Designobjekt die Schönheit des Reduzierten. Geachtet wurde vor allem auf das Corporate Design. Hier stimmt gestalterisch einfach alles – von

ERFOLGSFAKTOREN

- Offene, großzügige Ladengestaltung
- Stimmiges Corporate Design
- Hochwertige Convenience aus eigener Herstellung

der Außenwerbung am Gebäude über die Berufskleidung der Verkäuferinnen und die Fahrzeugwerbung bis zum Verpackungsmaterial. Dieses einheitliche Erscheinungsbild vermittelt Professionalität. Ein Schwerpunkt liegt bei der Fleischerei Guder auf Convenience. Eine große Auswahl hochwertig aufgemachter Glaskonserven sowie pfannenfertige Fleischgerichte für Singlehaushalte werden angeboten. Die Fertiggerichte demonstrieren, dass hier Kochkompetenz zuhause ist. Weiterhin befinden sich internationale Spezialitäten und Käse im Angebot. Das Guder-Werbeverspre-

chen „Käse, die Sie noch nie probiert haben“ gilt übertragen auch für die Rohschinken- und Salamiauswahl. Eine große Frischfleischauswahl, zu der auch edle Teilstücke vom Maiselhähnchen oder Wild aus heimischer Jagd gehören, runden das Delikatessenangebot ab. Großen Wert legt die Fleischerei außerdem auf Ordnung und Sauberkeit im Laden. Da liegen einfach nirgends Notizblöcke, Zettelkästen oder persönliche Accessoires der Verkäuferinnen herum – und es kleben auch keine gelben „post-it“-Zettel an den Ladenwaagen.

www.fleischerei-guder.de



ERFOLGSFAKTOREN

- Regionale Erzeugung (Baden-Württemberg)
- Schmackhaft und zart
- Kurze Transportwege
- Gentechnikfreies Futtermittel
- Tierhaltung auf Stroh

Ein echtes Stück Schwarzwald

Seit 1920 steht Adler in Bonndorf für die kulinarischen Traditionen des Hochschwarzwalds und ist einer der deutschlandweit renommierten Anbieter von Schwarzwälder Schinken.

Das Familienunternehmen hat seit einigen Jahren über eine Kooperation mit dem Markenfleischprogramm „Qualivo“ das Premiumsegment neu besetzt. Adler stellt aus dem „Qualivo“-Rind- und Schweinefleisch ein breites Sortiment von Rohschinken und Bauernspeck bis zu Würstchen und Salami her. Die Kooperation entwickelt sich zu einem echten

„Gewinner-Gewinner-Spiel“. Der Hauptvorteil in der Ladentheke und für den Kunden: Das hellrote und sehr kurzfasrige „Qualivo“-Fleisch stammt von jungen Tieren und ist deutlich zarter als handelsübliches Rindfleisch – dadurch kann dann der Kunde auch mal eine Rinderbrust auf den Grill legen.

www.adler-schinken.de

Qualität setzt sich durch

Anton Weithmann von der Metzgerei Weithmann in Schießen verarbeitet in seiner artgerechten Schlachtung nur Tiere aus der Region. Seine Gründe dafür sind hohe Qualität und Verbraucherschutz.



ERFOLGSFAKTOREN

- Mehrere Standbeine (Brauhaus, Metzgerei, Partyservice, Saalfeiern)
- Artgerechte Schlachtung der Tiere
- Klares Bekenntnis zu Qualität

Bei der industriellen Schlachtung läuft alle sechs bis zehn Sekunden ein Schwein vom Band – natürlich von Hilfsarbeitern oder billigen Arbeitskräften geschlachtet“, betont Anton Weithmann. Dies bringe den großen Betrieben und Discountern einen Preisvorteil. „Die Mehrkosten nehmen wir als handwerkliche Fleischereifachgeschäfte aber gerne in Kauf, denn wir bieten auch eine dementsprechend höhere Qualität“, unterstreicht der Metzgermeister. Die Sicherheit der Verbraucher spiele dabei natürlich auch eine Rolle, was man am Beispiel der Gammelfleischskandale

sehen könne: „Nach BSE und den Fleischskandalen standen die Metzger besser da – das hat seine Gründe“, ist Anton Weithmann überzeugt. Gegründet hat er der Familienbetrieb 1988, nachdem er seinen Meistertitel an der Fleischerschule Augsburg erhalten hatte. In der Produktion des Familienunternehmens sind ein Meister, zwei Metzger sowie an der Theke fünf Verkäuferinnen beschäftigt. In der Gastwirtschaft, die 1740 eröffnet wurde und von der Familie Weithmann in vierter Generation betrieben wird, arbeiten weitere zehn Angestellte. In der Metzgerei werden neben rund

80 verschiedenen Wurstsorten aus eigener Produktion auch Fertiggerichte in Dosen angeboten. Dazu gehören u. a. Rindsroulade, Currywurst und Bolognese. Besondere Spezialitäten sind das „Geräucherte nach altem Brauch“ sowie das von der Chefin zubereitete Salat- und Frischkäsesortiment, das die Schießener Metzgerei jeden Freitag im Angebot hat. www.bruihaus.com

Foto: Metzgerei Weithmann



HY-GEN protected:
Das MAJA-Hygiesiegel jetzt auch für die kleinen Eiserzeuger!



SCHERBENEIS



SAH 85 L / SAH 170 L
mit Eisvorratsbehälter EV 50

Hygienisch und flexibel:

Die neuen MAJA-Scherbeneiserzeuger - perfekte Partner für das Fleischerhandwerk!

- Ideale Voraussetzungen für eine gründliche Reinigung, von Hand und auch vollautomatisch: herausnehmbare Verdampferwanne aus Kunststoff und automatische Verdampfer-Selbstreinigung MAJA-SCS (Option).
- Praktisch und bequem: mit fahrbarem Eisvorratsbehälter für einfaches Eishandling und mehr Flexibilität bei Transport und Lagerung.

Besuchen Sie uns auf der Anuga FoodTec: Halle 9.1, Stand C020/D029.

MAJA-Maschinenfabrik
Hermann Schill GmbH & Co. KG
Tel. +49 (0) 7854 / 184-0
E-Mail maja@maja.de



Alles über Scherbeneishygiene:
www.hy-gen.de

Seit etwa 50 Jahren bietet die Metzgerei Neudert am Oberen Markt in Mitterteich frische Fleisch- und Wurstwaren. Der Schutz der Verbraucher steht für Willi Neudert dabei immer im Mittelpunkt.



Verbraucherschutz mit Tradition

Geegründet wurde der Familienbetrieb bereits 1962 von Anton und Otilie Neudert. Aufgrund der ständigen Bemühungen, das Wurst- und Fleischsortiment zu verbessern und zu vergrößern, wurden die Fertigungskapazitäten ständig ausgebaut und den Ansprüchen der Kunden angepasst. 1975 bestand Inhaber Willi Neudert seine Meisterprüfung im

ERFOLGSFAKTOREN

- **Konsequentes Qualitätsmanagement**
- **Kontinuierlicher Ausbau und Weiterentwicklung des Betriebs**
- **Bundesweiter Versand der Waren**

Metzgerhandwerk und sicherte damit die Fortführung der Familientradition. Während er die Leitung der Metzgerei übernahm, kümmerte sich seine Ehefrau Rosa um den Verkauf. Seit dieser Zeit hat sich der Betrieb kontinuierlich weiterentwickelt. Eckpunkt dieser Bemühungen war die Übergabe der EU-Zulassung 2009. Diese ist für Willi Neudert „ein Stück Verbraucherschutz“. Die Vorbereitung auf die Zulassung hat den Betrieb vorgebracht. „Wir haben damit ein Stück weit die Zukunft unseres Betriebes gesichert“, betont Willi Neudert. In der Produktion des Familienbetriebes sind fünf Metzger tätig, während im Geschäft neun

Verkäuferinnen arbeiten. Derzeit werden zwei Lehrlinge beschäftigt, wobei seit jeher großer Wert auf die Ausbildung gelegt wurde. In den vergangenen Jahrzehnten wurden über 60 junge Leute ausgebildet. Heute bietet die Metzgerei ein umfassendes Wurst- und Fleischwarensortiment sowie warmes Mittagessen an. In der Fleischtheke ist auch hochwertiges Bio-Rindfleisch zu finden. Das Wurstsortiment zeichnet sich zudem durch „Schmankerln“ aus, die bereits seit Jahren bundesweit versendet werden. Der Partyservice bietet Kunden zudem fachkundige Unterstützung bei Familien- und Firmenfeiern. www.metzgerei-neudert.de



Ein Fleischer für alle

„Wir von hier“ – dieser Werbespruch vieler Regionalanbieter wird bei der Fleischerei Richter in Löbau gelebte Wirklichkeit. Fleischermeister Roland Richter, seine Familie und die Mitarbeiter arbeiten, leben und wirtschaften in der Lausitz.

Der Zusammenhalt der Menschen in dieser Region, die an der einen Seite an Polen und an der anderen an die Tschechische Republik grenzt, ist groß – diejenigen, die in den Westen wollten sind weg – alle die hier leben, lieben ihre Heimat. Das Beispiel der Fleischerei Richter zeigt, dass das Funktionieren einer regionalen Vermarktung auch auf der sozialen Eingebundenheit der Inhabersfamilie und der Mitarbeiter beruht. Ihren Kunden bietet die Fleischerei in derzeit 24 Filialen immer genau

das richtige Angebot. Roland Richter vermittelt dabei stets die umfassende persönliche Verantwortung des Meisters und an seiner Seite arbeiten Ehefrau, Sohn und Tochter tatkräftig im Unternehmen mit. Die Lausitz hat nur einen Nachteil: Die Kaufkraftkarte der GfK gibt ihr nur 80 % der durchschnittlichen Kaufkraft in Deutschland. Das weiß der Fleischermeister aber zu nutzen und bleibt auch mit seinen Ladenpreisen ein „Fleischer für alle“. www.fleischerei-richter.de

ERFOLGSFAKTOREN

- **Traditionelles Fleischerhandwerk und altschlesische Wurstrezepte**
- **Regionale Herkunft der Tiere, tägliche handwerkliche Schlachtung, Warmbrät-Verfahren bei der Brühwurstherstellung, weitgehender Verzicht auf Zusatzstoffe**
- **Glaubwürdiges Familienunternehmen**
- **Der Region angepasstes Preisniveau**



PORTIONIERGENAUIGKEIT KOMMT VON HANDTMANN!

Nur die Sorgfalt für das kleinste Detail schafft die Voraussetzung für überragende Portioniergenauigkeit. Ganz gleich, ob in klassischen Wurst- und Fleischanwendungen oder bei der Herstellung trendiger Convenience-Produkte, Handtmann Technologie setzt höchste Standards in der Portioniergenauigkeit für alle Produkte.

**Technologie weitergedacht:
Portioniergenauigkeit ist Handtmann!**

handtmann
Ideen mit Zukunft.



Handtmann Technologie: Portion für Portion grammgenau!

Höchste Portioniergenauigkeit ist heute einer der entscheidenden Erfolgsfaktoren für die Erreichung definierter Qualitäts- und Wirtschaftlichkeitsziele. Als Pionier der Vakuumfülltechnik bietet Handtmann gewichtsgenaue Portionen in den Anwendungen Füllen, Portionieren, Abteilen, Koextrudieren, Dosieren und Formen.

Ob Sie nun Handtmann Vakuumfüller oder andere hochwirtschaftliche komplexe Handtmann-Linienlösungen einsetzen, überragende Portioniergenauigkeit ist Ihnen immer sicher.

- Höchste Portioniergenauigkeit durch intelligente Steuerung aller Technologiekomponenten.
- Erstklassiges Produktbild und überragende Produktqualität durch schonendes Fördern des Füllguts.
- Geringe Lebenslaufkosten durch verschleißarmes und nachstellbares Förderwerkskonzept.
- Exaktes Portionieren aller pastösen Lebensmittel in Därme, Alginathüllen, Becher, Schalen oder andere Behältnisse.



Handtmann HCU:

Kosten gezielt senken durch automatische Gewichtsregulierung!

Mit der Handtmann Communication Unit vernetzen Sie die eingesetzten Füllsysteme mit dem Datennetzwerk Ihres Produktionsbetriebes. Alle Prozessdaten werden permanent erfasst und die Produktportionen über ein integriertes Wägesystem automatisch gewichtsreguliert.

Handtmann HCU wird so zum Garant für eine nachhaltige, deutliche Kostenreduzierung.

- Zentrale Produktionssteuerung und optimale Auslastung aller Füllsysteme.
- Automatische Gewichtsregulierung in der Vernetzung aller Füllsysteme für höchste Effizienz.
- Deutliche Kostenreduzierung in allen Technologielösungen.

Albert Handtmann
Maschinenfabrik GmbH & Co. KG

Hubertus-Liebrecht-Str. 10-12
D-88400 Biberach/Riss
Deutschland
Tel.: +49 (0) 73 51 / 45 - 0
Fax: +49 (0) 73 51 / 45 - 15 01
info.machines@handtmann.de
www.handtmann.de

handtmann
Ideen mit Zukunft.

Das 75-jährige Jubiläum feierte die Landmetzgerei Huber in Jesenwang mit ihren Kunden vor zwei Jahren. Firmenchef Bernhard Huber ist es wichtig, dass alle Gäste Einblick in die Produktion des Familienbetriebes mit EU-Zulassung bekommen.



Nichts zu verstecken

Transparenz ist uns sehr wichtig, denn als Handwerksbetrieb müssen wir uns nicht verstecken“, betont Firmenchef Bernhard Huber jun. Sein Familienbetrieb besteht seit 1935 und wird in der dritten Generation betrieben. Gegründet wurde er von Bernhard und Maria Huber. Anfänglich als kleine Zusatzeinkunft gedacht, entwickelte sich die Metzgerei bald zu einem kleinen Unternehmen. Mit einer eigenen Schlachtung und Produktion sowie kompetenter Beratung wurde im Laufe der Zeit ein großer Kundentamm aufgebaut und 1953 eine Filiale in Landsberied eröffnet. 1966 legte Bernhard Huber sen. in Augsburg seine Meisterprüfung ab und übernahm vier Jahre später den Betrieb. Im Zuge eines Umbaus vergrößerte er den Laden. 1972 erweiterte er die Schlacht- und Produktionsräume. 1990 absolvierte Bernhard Huber jun. an der Fleischerschule Augsburg erfolgreich seine Meisterprüfung und schloss gleich die Prüfung zum Betriebswirt an. 2002 übernahm er das Familienunternehmen von seinem Vater und baute in der Folge in Jesenwang neu bzw. erweiterte er nochmals den Verkaufsbereich. „Da wir über die Jahre immer wieder investiert hatten, war auch die EU-Zulassung ein relativ unkomplizierter Vorgang“, berichtet

der Metzgermeister. Wichtig ist ihm nicht nur die hohe Qualität der Produkte, sondern auch die Regionalität. Seine Rinder und Schweine bezieht er deshalb von Landwirten aus der näheren Umgebung: „Durch die langjährigen geschäftlichen Beziehungen zu unseren Landwirten, können wir den Kunden eine gesunde Aufzucht, kurze Transportwege und eine schonende Schlachtung im eigenen Betrieb garantieren“, erläutert er stolz. Im Hauptgeschäft und der Filiale werden neben Fleisch und Wurst auch ein großes Käsesortiment, Feinkost und Salate angeboten. „Da in der Produktion nur jodiertes Salz verwendet und weitgehend auf Konservierungsstoffe verzichtet wird, bekommen die Kunden ein gesundes Endprodukt“, sagt der Metzgermeister. Zudem wird ein täglich wechselndes Mittagsmenü angeboten, dass sich einer großen Beliebtheit erfreut. Seit 1980 gehört ein Partyservice zur Landmetzgerei. Zu den Spezialitäten zählen z. B. das gefüllte Spanferkel und der im Landkreis Fürstfeldbruck einmalige Ludwig-Thoma-Braten.

www.landmetzgerei-huber.de

ERFOLGSFAKTOREN

- Langjährige, regionale Geschäftsbeziehungen
- Wechselndes Mittagsmenü
- Erweitertes Angebot: Käse, Feinkost und Salate
- EU-Zulassung

FREY füllt die Würstchen!



- ♦ Top Füllergebnisse in Produktbild und Qualität
- ♦ Moderne Füll- und Steuerungstechnik
- ♦ Niedrige Wartungskosten
- ♦ Modernste Hygienetechnik

Touch Control vereint Funktion, Ergonomie und Hygiene



Fülltechnik in Perfektion Immer erste Wahl

Heinrich Frey
Maschinenbau GmbH
Fischerstr. 20
89542 Herbrechtingen
Telefon +49 7324 172 0
Internet www.frey-online.com
Email: info@frey-online.com

**Vakuümfüller
F-Line F60**



Auftritt auf Augenhöhe

„Mit unserem neuen Standort stellt sich das Unternehmen den Herausforderungen der Zukunft, ohne den Blick auf die handwerklichen Traditionen zu verlieren“, erklärt Metzgermeister Michael Moser bei der Eröffnung seiner neuen Filiale in Landsberg am Lech.

Vom ersten Spatenstich bis zur Eröffnung des neuen Produktions- und Verkaufstandortes dauerte es nur drei Monate. „Wir haben in dieser Zeit ein Gebäude geschaffen, das sich aufgrund seiner Individualität und Authentizität von anderen abhebt“, verdeutlicht Michael Moser. Das ist auch nötig, denn anstatt in die Vorkassenzonen eines Supermark-

tes oder einer Kaufhalle zu ziehen, setzt die Moser GmbH auf einen eigenständigen Auftritt. Direkt im Gewerbegebiet „Penzinger Feld“ präsentiert sich das Unternehmen auf Augenhöhe mit Aldi und Lidl.

Viel Wert wurde beim Bau darauf gelegt, dass die Tugenden des Unternehmens bereits in der Außenansicht zum Ausdruck kommen. „So he-

ben wir uns schon optisch von den Discountern ab“, freut sich Michael Moser. Die Baustoffe Holz und Stein sollen die Natürlichkeit und Nähe zum Kunden symbolisieren. „Wir haben uns bei der Planung in höchstem Maße an ökologischen Standards orientiert, die das nachhaltige Prinzip ‚Aus der Region für die Region‘ unterstreichen.“

ERFOLGSFAKTOREN

- Individuelles, authentisches Konzept
- Professionell ausgestattete Küche
- Natürliches Ambiente
- Schulverpflegung als Einnahmequelle

KONZEPT

METZGEREI MOSER – LANDSBERG AM LECH

Modern gestaltete Metzgerei mit traditioneller Herstellung. Dazu gibt es ein umfangreiches gastronomisches Konzept.



Neben dem 170 m² großen Verkaufsraum mit heißer Theke und Sitzplätzen bietet die neue Filiale ein Herzstück der besonderen Art: eine komplett ausgestattete Gastro-Küche. „Damit wollen wir uns breiter aufstellen und setzen auf ein neues Geschäftsfeld: die Schulverpflegung. Im Endausbau könnte man vom Penzinger Feld aus täglich bis zu 1.000 warme Essen liefern.“

SCHULVERPFLEGUNG

Mit dem Landkreis Landsberg wurde für dieses Vorhaben bereits ein Partner gefunden. Seit Beginn des letzten Schuljahres ist die Moser GmbH Pächterin der Mensa am Dominikus-Zimmermann-Gymnasium und betreibt den Kiosk der Johann-Winklhofer-Realschule. „Seit der Moser kocht, ist die Anzahl der Essen in der Mensa schlagartig nach oben gegangen“, lobte der Landrat Walter Eichner. Das große Thema Ganztagschule und Mittagsverpflegung wird den Moser-Produktionsstandort weiter in hohem Maße fordern – die Beruflichen Schulen Landsberg etwa sind nur einen Steinwurf entfernt. Michael Moser erklärt, dass die Präsenz an den Schulen auch neue Kunden im Stammgeschäft oder der Filiale im Stadtzentrum bringen würden: „Da kommen Neukunden, die



PROFI-PARTNER

- **Baukörper:** Architekturbüro Rainer Wüstinger, München
- **Ladenbau:** bfm Ladenbau GmbH
- **Ladenwaagen/Kassensysteme:** Mettler-Toledo (vermittelt über Syner.con, Michael Mörtl in Gilching)

Produkte nachfragen, weil es ihren Kindern in der Schule schmeckt.“ Hinter einer voll verglasten Fassade locken die Metzgerei und der Imbiss mit frischen Fleisch- und Wurstwaren sowie Tagesgerichten, Salaten und Getränken. Während der Bauzeit habe sich Michael Moser

fast komplett aus dem Tagesgeschäft ausklinken müssen, da das Zeitfenster für den Bau sehr eng gewesen sei. Nur Dank der beteiligten Firmen und der Eigendynamik in der Belegschaft habe man den Eröffnungstermin überhaupt halten können. *ust*

Fotos: Ulbricht



Ihr Partner für Lebensmittelverpackungen in Zellulose-, Faser- und Kunststoffdärmen. Seit 1925 Top-Lieferant von Nojax® Schälldärmen.



Fordern Sie Darmmuster und Produktinformationen an:



CASING SOLUTIONS WORLDWIDE

www.viskase.com

VISKASE GmbH - Hamburger Straße 28 - 41540 Dormagen - Tel.: 02133/97 61 30 - Fax: 02133/97 61 80 - e-mail: Bestellservice@eu.viskase.com



Rund um den **Albbüffel**



Der Betrieb von Ludwig Failenschmid in St. Johann-Gächingen ist ein modernes Unternehmen, das seine Umsätze in den Bereichen Filialen, Gastronomie, Partyservice und Internethandel erzielt.

Eine bundesweite Medienbeachtung fand Failenschmid durch den Alb-Büffel, den Ludwig Failenschmid wieder auf der Schwäbischen Alb angesiedelt hatte. Dafür hatte er in Rumänien 34 Büffel gekauft und so den „Alb-Büffel“ geboren. Aus dem Fleisch der Büffel wurden verschiedene Produktlinien gestaltet, z. B. „Rein Büffel“ oder „Büffel trifft Bioschwein“. Aber auch in den Theken der Ladengeschäfte ist sorgfältig pariertes Alb-Büffelfleisch im Angebot vertreten.

Ludwig Failenschmid ist damit sowohl ein Fleischer- als auch ein Marketingtalent. Erkennbar ist dies z. B. an den Produktbeschreibungen, die man sich à la „Bio-Albbüffelleberwurst nach Art Kalbsleberwurst mit harmonisch abgestimmten Bio-Apfelstücken“ auf der Zunge zergehen lassen kann.

Ludwig Failenschmid ist dazu ein Gourmet, der z. B. empfiehlt, seine Rindersalami wie ein Carpaccio mit Olivenöl und Zitrone anzurichten oder die hausgemachte Bratensoße für die be-

queme Küche als haltbares Produkt anbietet. Damit die Leckereien von der Schwäbischen Alb auch in alle Welt kommen, gibt es alles auch im Online-Shop. www.failenschmid.de

ERFOLGSFAKTOREN

- **Breit gefächerte Klientel**
- **Alleinstellungsmerkmal mit Alb-Büffeln**
- **Spezialitätenangebot**
- **Ansprechende Produktbeschreibung**

Fotos: Failenschmid



Sie richten sich nach der EU-Lebensmittel-Hygiene-Vorschrift, also dem **HACCP-Konzept**? Dann sind die Messer unserer Profiserien **PLATINUM**, **PROFESSIONAL** und **BASIC** genau das richtige Werkzeug für Sie.

FELIX SOLICUT GmbH

An den Eichen 6
42699 Solingen
Tel: +49(0)212-6589-300
Fax: +49(0)212-6589-700
service@felix-solicut.de
www.felix-solicut.de

DAS HACCP-KONZEPT



PLATINUM PLATINUM-Messer sind aus Molybdän-Vanadium-Stahl geschmiedet und fachgerecht weiterverarbeitet. Das Ergebnis ist ein ausgewogenes Messer mit hoher Rostbeständigkeit und perfektem Schnitt. Der ergonomische, sorgfältig verarbeitete Griff ohne Nieten und Fugen liegt sicher in der Hand und sorgt für mühelose Handhabung und eine komfortable Reinigung des Messers. PLATINUM spricht aufgrund hoher Belastbarkeit und bester Klingenfertigung den Profi wie den Hobbykoch gleichermaßen an.



PROFESSIONAL Die hochwertigen Materialien und die qualitativ anspruchsvolle Verarbeitung garantieren eine schnitthaltige und gut schärfbare Klinge. Das strapazierfähige, antibakteriell wirkende Kunststoffmaterial der Griffe garantiert hohe Belastbarkeit und optimale Hygiene. Die richtige Wahl für den Einsatz in Großküchen und Schlachthäusern.



BASIC Qualitätsmesser zum low Budgetpreis durch Einsatz von Großserientechnologie. Auch diese Messer zeichnen sich durch hohe Belastbarkeit und komfortable Handhabung aus, bestens geeignet für den harten Einsatz in der Systemgastronomie und Fleischverarbeitung.





Geballte Kompetenz

Auf der Suche nach neuen Geschäftsfeldern fand Metzgermeister Werner Braun die Lösung direkt neben seiner Metzgerei. Seit etwa einem Jahr betreibt er die bis dahin verpachtete Wirtschaft mit großem Erfolg, obwohl auf dem Land viele Gastwirtschaften schließen müssen.

Bewahre das Alte – Erkenne das Neue“: Dieses Motto nahm sich Werner Braun zu Herzen, als er 1992 von seinem Vater Hans das 1905 erbaute Wirtshaus „Huberwirt“ mit Metzgerei in Wiedenzhausen bei Dachau übernahm. Seit den 1960er Jahren lag der Schwerpunkt allerdings auf der Familienmetzgerei, und die Wirtschaft wurde verpachtet. Vor rund einem Jahr entschloss sich Werner Braun nun, den „Huberwirt“ selbst zu betreiben. Frischer geht es nicht“, beschreibt er die Synergieeffekte. Folgerichtig bietet der gelernte Koch eine „bayerische Küche mit internationalem Einschlag“, die von Currywurst über Boeuf à la mode bis zu kesselfrischen Weißwürsten reicht. Hier schafft es die Familienmetzgerei, Tradition und Moderne zu verbinden, denn auf dem Speiseplan stehen auch vegetarische Gerichte, z. B. Grünkernpflanzl mit Basmatireis. „Man muss auch mal über seinen Schatten springen können und nicht nur das übliche Heiße-Theke-Essen anbieten“, erklärt

Werner Braun. Das Kochen übernimmt der Küchenmeister Christian Siegling, der neben der traditionellen auch gerne einmal die experimentelle Küche ausprobiert. Der Chef lässt ihm und seinen vier Mitarbeitern freie Hand, bringt sein Wissen als Koch allerdings voll ein: „Wir sind die geballte Küchenkompetenz des Huberwirts“, betont er.

FRONTCOOKING & SB-THEKE

Den Bogen zwischen Tradition und Moderne zeigt auch die Einrichtung der Gastwirtschaft. Anstatt einer traditionellen Schanktheke gibt es neben der SB-Theke für Salat auch einen Frontcooking-Bereich. Dort werden einfache Speisen wie Nudelgerichte oder Schnitzel vor den Augen der Kunden frisch zubereitet. „Trotzdem sollte im Huberwirt die Stammtisch-Atmosphäre einer bayerischen Wirtschaft erhalten bleiben“, verdeutlicht Werner Braun. Zum Essen kommen neben Handwerkern auch Familien und Senioren. Geöffnet hat der

„Huberwirt“ täglich von 7 bis 15 Uhr, am Wochenende nach Vereinbarung. Kernzeit ist die Mittagszeit, weshalb eine längere Öffnung des Lokals nichts brächte, so der Metzgermeister. Zudem sei man am Wochenende mit dem Partyservice ausgelastet. „Das Hauptgeschäft bleibt ganz klar die Metzgerei. Aber mit der Wirtschaft holen wir einen weiteren Markt zu uns“, betont Werner Braun. Sicher habe man durch sie etwa 100.000 € Umsatz im Laden verloren, man erwirtschaftete aber mit der Küche

KONZEPT

METZGEREI BRAUN/ HUBERWIRT

Familienmetzgerei mit Wirtshaus, Mittagsangebot mit Frontcooking u. Aktionsangeboten.

ERFOLGSFAKTOREN

- Kombination: Metzgerei + Gastronomie
- Effektive Kundenbindung
- Aktionen, z. B. Weißwurst-Seminare



nun 300.000 € pro Jahr. „Die Investitionen von etwa 100.000 € haben wir in einem Jahr fast eingespielt und können eine schwarze Null schreiben“, ist der Metzgermeister zuversichtlich. Zudem werden 300 bis 400 Essen am Tag an Kindergärten, -krippen und Seniorenheime verkauft. Und: Mittlerweile machen auch Busreisen beim „Huberwirt“ Station. Weitere Gäste locken schließlich Aktionen, wie das „Ochsenfleischessen“, in die Wirtschaft. „Bei 140 Sitzplätzen gehen hier 200 Portionen über den Tresen“, freut sich der Metzger. Außerdem gibt es jeden Donnerstag das traditionelle Weißwurstfrühstück.

Zum Erfolg der Wirtschaft tragen auch Events wie die „Weißwurst-Seminare“ oder das „Männerkochen“ bei. Werner Braun ist sich sicher: „Wenn der Mann besser kochen könnte, würde der Speiseplan in vielen deutschen Küchen

anders ausschauen.“ Deshalb kocht er mit rund zehn Männern ein Vier-Gänge-Menü, das für 50 Personen bestimmt ist. Dies dauere schon mal sieben Stunden, aber in dieser Zeit könne er den Hobbyköchen nicht nur Tipps für den heimischen Herd geben, sondern er erklärt z. B. auch, wo die Unterschiede zwischen einer industriellen und handwerklichen Herstellung von Fleisch- und Wurstwaren liegen oder weist auf die Bedeutung und Inhalte der f-Marke hin. Diese Themen spricht der Metzgermeister auch beim „Weißwurst-Seminar“ an. Im abgetrennten Saal der Wirtschaft referiert er über die Ausgangsstoffe und lädt die Teilnehmer nach der Produktion der Würste in seiner Metzgerei zur Verkostung in die Wirtschaft ein. „Mit der Wirtschaft haben wir die eierlegende Wollmilch-Sau gefunden. Wir haben hier eine Symbiose geschaffen, die uns

PROFI-PARTNER

- **Kassen- und Waagensystem:** Bizerba
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Kutter:** K+G Wetter
- **Polterer:** Vacona
- **Spülmaschine:** Hobart
- **VarioCooking Center:** Frima
- **Warenwirtschaftssystem:** CWS

nicht nur etwas bringt, sondern auch Spaß macht“, freut sich Werner Braun über den Erfolg.

Für den Metzgermeister steht fest, dass er seine Küche und die Wirtschaft weiter ausbauen wird: „Wir haben bereits jetzt eine der modernsten Küchen des Landkreises und bieten daher auch Seminarmöglichkeiten für Gewürzfirmer an. Man muss immer am Puls der Zeit bleiben und sich neue Märkte erobern“, betont er. Seine Küche wird daher z. B. auch von Frima als „Expertenküche“ genutzt, in der Kochvorführungen stattfinden. Ein weiteres Trendthema für ihn ist Cook & Chill, weshalb das VarioCookingCenter von Frima sowie ein Schockfroster zur küchentechnischen Grundausstattung zählen. „Das ist für mich der Schritt zu Convenience-Food in Metzgerqualität“, beschreibt Werner Braun sein nächstes Projekt. ust

www.einfach-guad.de

Metzger mit Promi-Lage

Die Frankfurter „Fressgass“ hat sich in den letzten Jahren zu einem der exquisitesten Standorte entwickelt, die es in Deutschland gibt – für die Metzgerei Ebert ein echter Vorteil.

Der Straßenabschnitt im Frankfurter Westend, zwischen Börsenstraße und Opernplatz, bietet eine Weltstadtauswahl an kulinarischen Verführungen. Seit 1996 ist auch die Metzgerei Ebert in dieser prominenten Lage vertreten. Im vergangenen Jahr wurde neu eröffnet. „Nicht hungrige Menschen sattmachen, sondern satte Menschen hungrig machen, ist unsere Aufgabe“, betont Michael Ebert. Dafür musste der neue Laden deutlich offener, heller und freundlicher gestaltet werden. Hierfür sorgt unter anderem der groß-

zügige Einsatz von Glas, der die Fassade wie die Schaufensterfronten der nahe gelegenen Designergeschäfte wirken lässt. Das unterstreicht die Transparenz des Geschäftes. Besonders auffällig ist dabei die Tür, die den ganzen Tag in ihrer gesamten Breite offensteht – ein Muster-

beispiel für den oft geforderten barrierefreien Zugang. „Die Leute stehen während ihres Einkaufsbummels plötzlich im Laden und merken es oft gar nicht“, ist Michael Ebert begeistert. Wer hier z. B. Schnitzel mit Kartoffelsalat essen möchte, erlebt dabei auch Klasse: Die Schnitzel von Schwein, Kalb und Pute sind sorgfältig geschnitten, paniert und werden gekühlt präsentiert. Auf die hungrigen Kunden warten vier verschiedene Sorten hausgemachten Kartoffelsalat. www.ebert-feinkost.de



ERFOLGSFAKTOREN

- **Lage:** Fressgasse
- **Freundliche Ladengestaltung**
- **Qualitativ hochwertige Präsentation**

Partnerschaftliche Zusammenarbeit als Grundstein für Innovation und Erfolg

**Wir arbeiten schon heute an
den Lösungen für morgen**



Individuelle Lösungen für individuelle Kunden

Tel.: 0049 (0)5021 963-0

CHR HANSEN

Improving food & health



Fleischkulturen



Natürliche Farbstoffe

www.chr-hansen.de

Ihr Partner in der Anwendungstechnologie



HEISSE

TECHNIK

Ob Grill- und Pfannengerichte, Schnitzelvariationen mit Beilage oder Pastavarianten – Kunden sehen gerne bei der Zubereitung zu und schätzen das vielseitige Angebot einer Heißen Theke. Dabei kommt es vor allem auf kommunikative Mitarbeiter und eine flexibel einsetzbare Technik an.



Fotos: Rational, Neumärker, Sharp, Convothorn, Bartscher, MKN, Palux, Theimer

IN KUNDENFRONT



Das Zubereiten von Speisen vor dem Kunden ist durch die gestiegenen Qualitätsansprüche der Verbraucher heute aktueller denn je. Es gibt dem hungrigen und eiligen Kunden die Möglichkeit, selbst ein wichtiger Teil des Kochgeschehens zu sein und seine individuellen Wünsche ins Ergebnis – die frisch zubereiteten Speisen – einfließen zu lassen. Nicht nur Show- und TV-Köche nutzen den Vorteil, dass diese transparente Form des Kochens zu einem persönlichen Klima zwischen Koch und Gast führt, das Frische, Geschmack und Qualität in sich vereint. Diesen positiven und vertrauensbildenden Effekt können sich auch Mitarbeiter an der Heißen Theke zunutze machen. Ofenfrische Grill-, Pfannen- und Wokgerichte, kreative Gemüse- und Pastavariationen oder raffinierte Salate lassen sich so effektiv in Szene setzen und aktiv umsatzsteigernd verkaufen.

Dabei kommt es auch auf die Mitarbeiter an, die im Kontakt mit dem Kunden stehen. Nur aktive und kommunikative Mitarbeiter an der Heißen Theke wecken das Interesse an den Gerichten und sprechen die Sinne der Kunden an.

FLEXIBLE TECHNIK

Doch Erlebniskochen ist die eine Seite – eine multifunktionelle und energiesparende Küchentechnik die andere. Egal ob ein leistungsstarker Grill, ein Kombidämpfer im rückwärtigen

Bereich der Heißen Theke, eine gewerbliche Mikrowelle, ein fest eingebautes Frontcooking-Modul oder ein Induktionswok – der professionelle Umgang mit einer effizient eingesetzten Küchentechnik schafft Vertrauen beim Kunden und ermöglicht eine gleichbleibende Qualität der Speisen. Energiesparende Induktionstechnik und modulare Aufsätze sorgen zudem für flexible Garsituationen. So können verschiedene Speisen gleichzeitig oder im Wochenwechsel zubereitet werden. Deshalb müssen die Geräte einfach zu bedienen sowie leicht zu reinigen sein. Auch unangenehme Gerüche, fettthaltige Dämpfe oder Rauch sollten den Kunden beim Warten an der Theke nicht stören. Daher sind integrierte Abluftanlagen heute fast in allen Frontcooking-Stationen und -Geräten Standard. Viele Küchentechnikerhersteller haben ihre Geräte in den letzten Jahren aufgrund dieser multifunktionellen Ansprüche hin entwickelt und bieten daher an den Stand- oder Einsatzort passende Lösungen an. Eine Auswahl davon wird nachfolgend vorgestellt.

GAREN IN HEISSLUFT UND DAMPF

Das SelfCookingCenter whiteefficiency von Rational z. B. ermöglicht es, auf kleinstem Raum und in kürzester Zeit eine große Speisenvielfalt zuzubereiten – bei Bedarf auch gleichzeitig. Eine Heiße Theke lässt sich mit Hilfe des Gerätes innerhalb von einer Stunde befüllen. Kalbs-haxe, Leberkäse oder Krustenbraten garen in einer Beschickung in den Nachtstunden, reifen



air-o-steam
TOUCHLINE



Touch
the evolution



Mit dem air-o-steam Touchline und seinen drei Garmethoden Automatik, Programme oder Manuell beginnt eine neue Ära des Kochens, die für alle professionellen Küchen eine einfache und intuitive Art des Kochens garantiert: Schnellrestaurants, Großküchen der Gemeinschaftsverpflegung und sogar Spitzenrestaurants werden begeistert sein.

Electrolux Professional GmbH
Junostraße 1 - 35745 Herborn
Telefon 0180/2300 444

foodservice@electrolux.de
www.electrolux-touchline.com

Share more of our thinking
at www.electrolux.com

Thinking of you
Electrolux

HEISSE THEKE – WAS IST ZU BEACHTEN?

- Absolute Sauberkeit und Hygiene
- Einsatz kreativer und kontaktfreudiger Mitarbeiter
- Schulung der Mitarbeiter bezüglich Auftreten, Rhetorik und Hygiene
- Bedarfsgerechter Einsatz arbeitserleichternder Küchen- und Gartechnik
- Kurze Produktionswege und -abläufe
- Keine zu große Speisenauswahl



auf diese Weise schonend und werden zart und saftig. Am Morgen wird das Gargut entnommen bzw. noch kurz überkrustet. 15 Minuten später ist das Gerät wieder einsatzbereit. Mithilfe von Efficient LevelControl (ELC) können sogar verschiedene Speisen, z.B. Paniertes, Kurzgebratenes, Frikadellen oder Grillgemüse, zugleich beschickt werden. Auch Grillhähnchen werden im Gerät goldbraun, knusprig, zart und saftig – gegenüber einem Rotationsgrill kann so über die Hälfte der Zeit eingespart werden. Die präzise Regelung der Garparameter und die kurze Garzeit ermöglichen ein bis zu 17 % besseres Ergebnis in Hinblick auf den Rohwareneinsatz. Je nach Gerätegröße können in einem Gerät 16 bis 96 Hähnchen in 35 Minuten gegrillt werden.

Eine neue Generation von Kombidämpfern hat Bartscher eingeführt. Das Highlight der Serie ist der „M Touch+“ in CNS 18/10--Ausführung mit 99 Garprogrammen. Das Fassungsver-

mögen beträgt bis zu 10 x 1/1 GN. Der Garraum verfügt u. a. über abgerundete Ecken, eine automatische Reinigung, Kerntemperaturfühler sowie ein patentiertes Kombi-System zur Dampferzeugung. Hinter der easyTouch-Bedienung der Combidämpfer-Serien „+3“ und „mini“ von Convothem verbirgt sich ein robustes Touchdisplay, welches das Handling und die Einstellung der Geräte per

Fingerdruck stark vereinfacht. Große, selbst-erklärende Symbole ermöglichen selbst Ungeübten schnell die richtige Handhabung. Vorgegebene und bewährte Rezeptabläufe sind per Kurzwahltaste abrufbar.

Auch MKN bietet mit dem Hans-Dampf Compact und dessen integrierter Dampfkondensation HoodIn eine interessante Lösung für den Einsatz an der Heißen Theke. Diese Funktion erlaubt es, auf eine konventionelle Kondensationshaube zu verzichten. Der Dampfkondensator ist komplett in das kompakte Gerät integriert, das aufgrund seiner Maße nur wenig Platz benötigt.

WEITERE GARTECHNIK

Hinter der XP-Serie von Electrolux Professional verbergen sich modulare Geräte. Sie ist in den Varianten 700XP und 900XP erhältlich. Das Gerätespektrum umfasst PowerGrill, 900XP Griddleplatte, IcyHot mit XP Kühl-/Tiefkühlschrank, XP Gas-Nudelkocher sowie den 900XP Gas-Umluftofen, die laut Hersteller alle über eine hohe Gareffizienz und Produktivität verfügen. So wird z. B. die Wärme beim PowerGrill über Wärmeleitbleche auf die Grillroste gelenkt. Dies garantiert eine durchgehend gleichmäßige Temperatur auf der gesamten Grillfläche. Zudem sorgt eine Energiekontrolle für eine exakte Regelung des Leistungsgrades.

Beim Hockerkocherkonzept Therm 'O'Cook von Neumärker sind mittels drei



Kochplatten verschieden große Pfannen erhitzbar. Zwei Wärmelampen halten die Speisen von oben warm und beleuchten die Präsentation. Weitere thermische Geräte aus dem Angebot sind der Multi Kontakt Grill oder der „La Bowle“-Buffet-Wärmer.

Mit der modularen Produktlinie BistroLine führt Palux eine Gerätelinie, deren Komponenten flexibel und variabel eingesetzt werden können. Ob grillen, braten, kochen, garen, fritieren oder warmhalten – sie erfüllt mit ihrer beliebig kombinierbaren Gerätepalette zahlreiche Anforderungen. Glatte Oberflächen sowie nahtlos tiefgezogene Wannen erleichtern die Reinigung und erhöhen die Hygiene. Weitere Vorteile sind z. B. eine geringe Wärmeabstrahlung, energiesparende Techniken und die hochwertige Verarbeitung.

Mit der Install-Hold-Line bietet Scholl Apparatebau ein induktives Warmhaltesystem für Ausgabebereiche. Die Warmhalteplatte und die für Induktion ausgelegten GN-Behälter bilden eine geschlossene Einheit. Die Wärmeübertragung ohne Wasser sorgt für Sauberkeit und Hygiene. Stufenlos steuerbar überwacht die Temperaturregelung RTCS einen vorgewählten Temperaturbereich zwischen 50°C und 100°C in Echtzeit.

Die Twin Touch-Mikrowellen von Sharp Electronics verfügen über ein anwenderfreundliches Bedienkonzept mit zehn Menüspeichertasten, von denen per Knopfdruck auf einen Menüspeicher mit 100 Programmierungen zugegriffen werden kann. Die Geräte R-1500AT sowie R-2100AT sind mit einer Leistung von 1.500 bzw. 2.100 W für den Dauereinsatz konzipiert und bieten im 21-l-Garraum Platz für einen 1/2- oder zwei 1/3-GN-Behälter. Spezielle Tasten ermöglichen die Anpassung der Garzeit an eine verdoppelte oder verdreifachte Speisemenge, während sich das Programm „Schnelles Auftauen“ z. B. für Fleisch eignet.



Genusserlebnis

mit hoher Wertschöpfung

Hackfleisch veredelt und conveniencegerecht zu verkaufen lohnt sich!

HAGESÜD hat deshalb ein Konzept für den Außer-Haus-Verzehr entwickelt, bei dem insbesondere warme Mahlzeiten und vor allem Hackfleischgerichte mit hoher Wertschöpfung hergestellt werden können.



Im Vordergrund stehen dabei folgende Gedanken:

- Das Genusserlebnis ist wertbestimmend für die Verwendung der frischen Zutaten. Ein hoher, gleichmäßiger genussvoller Qualitätsstandard ohne Schwankungen ist selbstverständlich und für die Kundenbindung Voraussetzung.
- Die Herstellung ist rationell, sicher und einfach. Auch angelernte Hilfskräfte können sofort mit den HAGESÜD-Komplettmischungen in absoluter Perfektion die verschiedenen Rezeptvariationen umsetzen.

- Ohne großen Zusatzaufwand lassen sich mit der Grundsauce Bolognese, Lasagne, Chili con Carne und Wrap-Variationen zubereiten.

- Zur Herstellung der beliebten Hackfleischspezialität Bolognese eignet sich die Komplettmischung BOLOGNESE FIX ITALIA. Die zeitsparende Produktion, der abgerundete feinwürzige, südländische Kräutergeschmack und das Aroma von sonnengereiften Tomaten zeichnen diese fix und fertige Komplettmischung aus.



**Weitere Informationen
und kostenlose
Verkaufshilfen
hät HAGESÜD
gerne für
Sie bereit.**



HAGESÜD INTERSPICE

Gewürzwerke GmbH & Co. KG
Saarstraße 39 • 71282 Hemmingen
Tel.: 07150/94 26 80 • Fax: 07150/94 28 80
info@hagesued.de • www.hagesued.de



NEBENHER ZUM PROFITCENTER



Sorgte einst die Partyplatte für Aufsehen bei den Kunden einer Metzgerei, so punktet man heute mit Buffets der Extraklasse. Daraus resultiert, dass aus der „nebenbei“ gelegten Aufschnittplatte in vielen Betrieben ein eigenständiger Geschäftszweig geworden ist.



TIPPS FÜR DIE EVENTPLANUNG

- Eine Präsentation verschiedener Buffets (Salat, Vorspeisen, Hauptgang, Desserts) entzerrt das Gästeaufkommen und vermeidet Schlangen und lange Wartezeiten
- Das Auge isst mit, z. B. durch kreative Arrangements oder dekorative Speisen wie geschnitztes Gemüse
- Dekorative Elemente, z. B. Leuchter oder Blumenschalen, steigern die Attraktivität
- Ein Speisenangebot auf verschiedenen Ebenen sorgt für Abwechslung und spart Platz
- Ein zügiges Nachbestücken des Buffets ist ein absolutes Muss
- Speisen zur besseren Übersichtlichkeit gut kennzeichnen
- Ein zum Tranchieren von Fleisch oder Fisch eingesetzter Koch erhöht den Erlebniswert
- Bei Menüs einen sinnvollen Speisenablauf planen



Der Siegeszug hat für viele mit der klassischen Aufschnittplatte begonnen. Sie sorgte bereits in den 1970er-Jahren für Gesprächsstoff bei den Kunden. Relativ schnell gesellten sich Salate, Käsespezialitäten sowie warme Speisen dazu. Aus dem Plattenservice wurde der Partyservice. Ein Bereich, der, als er noch in den Kinderschuhen steckte, eher nebenbei von der Chefin und den Verkäuferinnen abgedeckt wurde. Auch der Umsatz, der mit Partyplatte & Co. erzielt wurde, wanderte in die Kasse und wurde zu den Tageseinnahmen hinzugezählt.

Heute hat sich dieser Service in vielen Metzgereien zum eigenständigen Bereich gemauert. Er sichert in vielen Fällen die Existenz oder ist sogar zur Haupteinnahmequelle geworden. „Um den Kundenwünschen gerecht zu werden, hat sich das Angebot, fast automatisch, Schritt für Schritt erweitert“, bestätigt auch Marlene Sinn, Chefin von Metzgerei und Party-

service Feldwieser-Sinn aus Stuttgart und ergänzt: „Unser Serviceangebot ist mit den Anforderungen der Kunden gewachsen. Im ersten Schritt erhöhten sich die Personenzahlen für die man Platten, Happen und Salate anlieferte. Im zweiten erweiterte sich das Angebot der Speisen und schließlich rundete man alles mit den entsprechenden Serviceleistungen ab. Früher lief der Partyservice nebenbei, heute haben wir zwei getrennte, eigenständige Bereiche.“ Zu der immer größer werden Auswahl an Vorspeisen, Hauptgerichten und Desserts erweitert sich das Angebotsspektrum auf alles,

was zu einem gelungenen Fest gehört. Neben Geschirr, Tischwäsche und Dekoration werden umfangreiche Serviceleistungen geboten. Vom Kellner bis zum Entertainer, das Zusatzangebot lässt kaum Wünsche offen. Das erweiterte Angebot sorgt dafür, dass der Umsatz im Partybe-

VAKUUMIEREN IM GN-BEHÄLTER



vaculid
DIE SICHERHEITS-GARANTIE

- Mehrwegsystem
- Niedertemperaturgaren
- längere Lagerzeiten

www.riever.de

Riever

Kleine

Köstlichkeiten große Wirkung!



- mehr als 300 Seiten mit Rezepten, Tipps, Ideen und Vorschlägen für Ihre Feste, Partys und vielerlei Gelegenheiten
- 270 Rezepte von einfach und schnell bis exotisch und ausgefallen
- in einem hochwertigen Ordner mit herausnehmbaren Innenseiten
- Unentbehrlich für alle, die gerne Gäste verwöhnen wollen.

€ 138,-

Einfach ausfüllen

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

Ja, ich bestelle zur umgehenden Lieferung
_____ Exemplar(e) „Kleine Köstlichkeiten“
zum Preis von **€ 138,-** pro Exemplar inkl. MwSt., inkl. Versand.

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



oder Sie besuchen einfach unseren Internet-Shop:
www.blmedien.de

Name / Vorname

Straße / Nr.

PLZ / Ort

Datum / Unterschrift

FH 1/2012

Die Bestellung kann innerhalb von zwei Wochen ohne Angabe von Gründen in Textform (z. B. Brief, Fax, E-Mail) oder durch Rücksendung der Ware widerrufen werden. Die Frist beginnt frühestens mit Erhalt dieser Belehrung. Zur Wahrung der Widerrufsfrist genügt die rechtzeitige Absendung der Ware an die B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG.



reich rasch ansteigt. Doch bekanntlich ist nicht alles „Gold was glänzt.“ Dass Umsatz nicht gleich Erfolg und Gewinn bedeutet, wissen Führungskräfte. Die vielen Aufgabenfelder, die das Team einer Metzgerei mit dem Partyservice dazubekommen hat, sorgen immer wieder für Herausforderungen. Schließlich kennen sich die Fachkräfte der Metzgerei eher mit der Warenkunde und der Zubereitung von Fleisch- und Wurstwaren aus. Wie man raffinierte Vorspeisen kreiert oder verführerische Dessertbuffets zusammenstellt, erfährt man während der Ausbildung nur am Rande. „Learning bei doing“ – lautet die Devise daher häufig.

ORGANISATIONSTALENT GEFRAGT

Betriebe, die einen florierenden Partyservice anbieten, blicken über den Tellerrand und beschäftigen sich mit Themen, die sie vor 20 Jahren noch für undenkbar gehalten hätten. Da geht es nicht nur um fleischlose Gerichte in großer Auswahl, extravagante Dessertbuffets



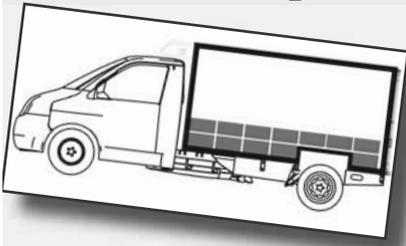
fets oder den passenden Wein zum Menü. Auch um das „Drumherum“, z. B. interessante Locations, passende Tische und Stühle oder die unzähligen Geschirr- und Besteckteile, kümmert man sich heute. Selbst bei der Kalkulation und Rechnungsstellung ist eine besondere Sorgfalt gefragt. Denn: Sobald Service ins Spiel kommt, gilt die verminderte Mehrwertsteuer nicht mehr. Das sind 12 % Unterschied, was bereits bei der Angebotsstellung beachtet werden muss. Auch in Bezug auf die Mitarbeiter hat sich einiges gewandelt. Inzwischen trifft man in den Küchen von Metzgereien oft eine Köchin oder einen Koch und auf der Liste der Aushilfen sind Servicekräfte

wie Fahrer, Kellner und Barkeeper zu finden. „Den Fachkräftemangel spüren wir vor allem im Bereich der Metzgerei, für den Partyservice finde ich immer wieder gute und motivierte Kräfte. Nicht selten arbeiten sie auf selbständiger Basis, was für unseren Betrieb eine optimale Lösung darstellt,“ erklärt Marlene Sinn. „Ein großer Vorteil beim Partyservice besteht darin, dass ich einen besseren Deckungsbeitrag habe,“ berichtet auch der Münchner Metzgermeister Wolfgang Fortner. Der Durchbruch für seinen Partyservice kam, als ihn ein Imbisskunde ansprach, ob er mit seiner Eventagentur zusammen arbeiten möchte. Nach langem Abwägen entschloss sich der Metzgermeister dazu, sein Ladengeschäft komplett zu schließen und sich nur auf Catering- und Partyservice zu konzentrieren: „Als ich mit meinem Laden anfang, wurde die ein- oder andere Platte gelegt. Aber das Angebot ist der Nachfrage entsprechend



Astrid Schmitt ist eine Expertin für die ansprechende Präsentation von Speisen.

Coolly® by Kiesling



- ▶ HACCP-geprüft
- ▶ auf Basis VW T5
- ▶ Nutzlast 1200 kg
- ▶ optimal für Eurokisten

weitere Infos unter www.kiesling.de

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

gewachsen. Vor einigen Jahren hat sich das Blatt gedreht und mit dem Partyservice konnte mehr Umsatz erzielt werden, als mit dem Ladenverkauf. Es kostete immer mehr Kraft, die beiden Aufgabengebiete gleichermaßen professionell zu führen. Nicht zuletzt da der Handel im Thekenbereich immer stärker wurde, habe ich mich entschlossen, auf den Catering- und Partyservice zu setzen. Seit ich mich voll darum kümmere, habe ich die Kosten besser im Griff.“ Wolfgang Fortner kann gezielt einkaufen, da er genau weiß, was in welchen Mengen benötigt wird. Auch die Personalkosten sind niedriger geworden. Die Mitarbeiter werden gezielter eingesetzt und es



gibt kaum Leerlaufzeiten. Gewachsene Strukturen und Kostengründe sind in vielen Fällen der Grund dafür, dass die Zahlen von Metzgerei und Partyservice „in einen Topf“ geworfen wer-

den. Will man sicher gehen, dass der Partyservice auf Dauer ein Profitcenter ist, müssen die gesamten Kosten unter die Lupe genommen werden. Hin und wieder bringt eine Nachkalkulation Licht ins Dunkel und deckt Schwachpunkte auf. Fest steht auch, dass nicht jeder große Auftrag den gewünschten Erfolg bringt. „Ich glaube, dass unser Partyservice seit vielen Jahren so erfolgreich ist, weil wir schon immer Privatkunden genauso geschätzt haben wie Firmenkunden. So haben wir eine gute Mischung von großen und kleineren Aufträgen. Zudem sind Privatkunden oftmals zahlungsfreudiger und lassen sich von unseren Vorschlägen und Ideen leichter inspirieren“, resümiert Wolfgang Fortner.

Astrid Schmitt



FRÜHLINGSGEFÜHLE

Der neue Katalog „Frühling 2012“ von Duni hält eine Vielzahl von kreativen Ideen bereit, die auch im Event- und Partyservice für abwechslungsreich gedeckte Tische sorgen. Frische Farben kennzeichnen die Kollektionen Pink Flower, Arabella und Tilla, mit denen sich markante Frühlingstische inszenieren lassen. Während bei Pink Flower die Farbkombination grün, pink und weiß für optische Vielfalt sorgt, ermöglicht die blumige Kollektion Arabella ein eher klassisches Ambiente. Tilla verführt mit einem Blumen-Karo-Mix in gelb, blau und pink, für den Tante Tilla's Küchentücher Pate standen. www.duni.de

AUFEINANDER ABGESTIMMT

Um den gesamten Wertschöpfungskreislauf – von der Vorbereitung der Speisen bis zur Präsentation – zu optimieren, hat Rieber den GN-Behälter zum Kern seines neuen Betriebssystems gastronorm360 gemacht. Ein Bestandteil davon ist das Vakuum-System vaculid® mit dem vakuumierbaren GN-Deckel in den Größen GN 1/3 und 1/6. Dieser erlaubt es GN-Edelstahlbehälter unter Vakuum zu setzen und Speisen somit lange und hygienisch sicher zu lagern. Die eingebrachten Lebensmittel sind auf natürliche Weise und ohne Lichteinstrahlung vor dem Verderb und mechanischen Einflüssen geschützt. Frische, Geschmack und Nährstoffe bleiben fast vollständig erhalten. Der Einsatz von Verpackungsfolie gehört so der Vergangenheit an, denn das Mehrwegsystem ist über einen langen Zeitraum einsetzbar. Der wasser- und luftdichte Deckel ermöglicht zudem einen sicheren Transport der Speisen. Zu den Produktfamilien des Betriebssystems gastronorm360 zählen u. a. weiterhin die Thermoporte 2.0 mit dem wasserdichten Steckdeckel, das auf GN-Maße abgestimmte Komplettprogramm an Koch- und Grillgeräten Varithek 2.0, das Kochgeschirr-Programm Thermoplates aus Mehrschichtmaterial oder das kompakte Auftischgerät K-Pot zum Regenerieren, Warmhalten, Kochen und Grillen. Wichtige Vorteile für den Alltag sind laut Hersteller eine bis zu 300 % höhere Raumausnutzung durch den systematischen Einsatz der GN-Behälter, bis zu 80 % weniger Abfall durch Mehrweg mit GN sowie ein bis zu zehnmal besserer Wärme- und Kälteübergang. www.riever.de



Fotos: B&L MedienGesellschaft, Duni, Rieber

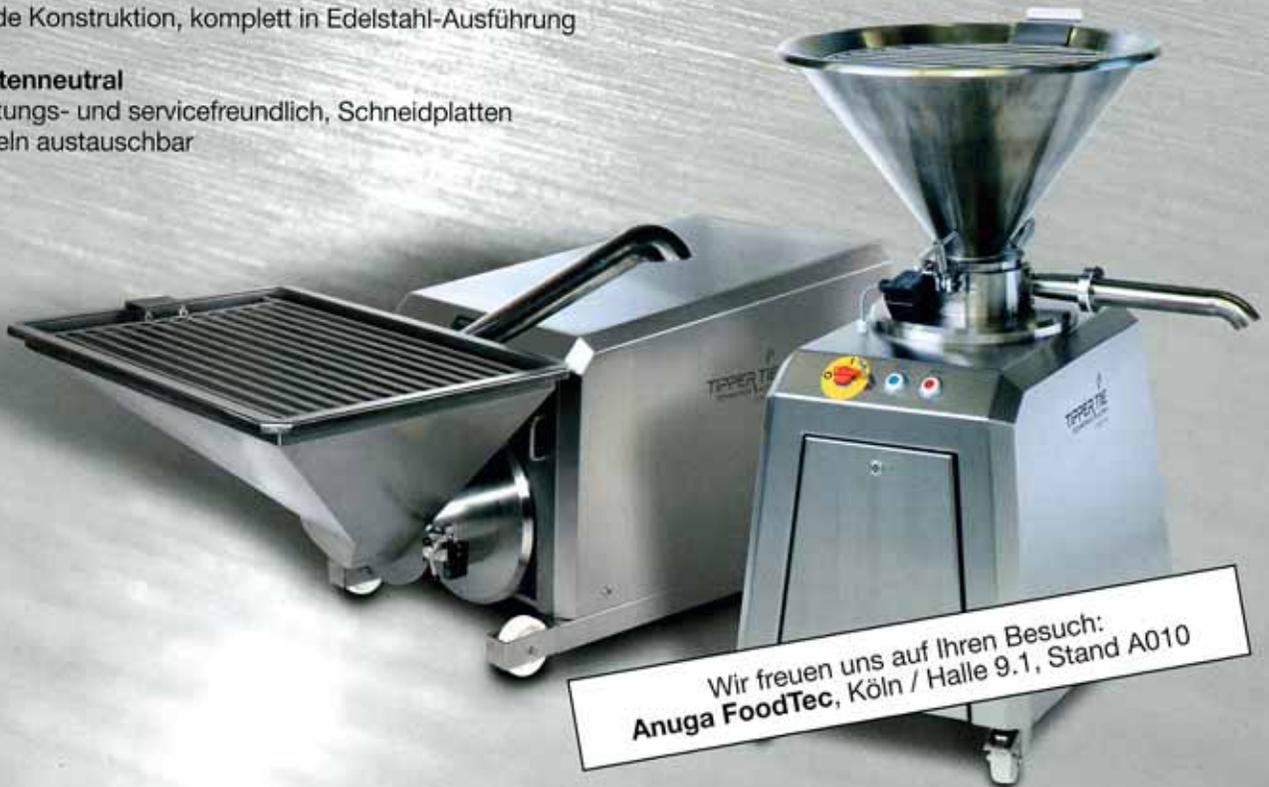


TTCut

www.tippertie.com

Die Feinstzerkleinerer für mehr Effizienz.

- **Innovativ**
Berührungsloses Schneiden, bewährtes Rotor-Stator-Prinzip für hohe Schneid- und Emulgierleistung
- **Effizient**
Hohe Wirtschaftlichkeit, konstante Produktqualität, bedienerfreundlich, breites Anwendungsspektrum
- **Universell**
Zur Herstellung von Fleisch-, Feinkost-, Süßwaren-, Molkereiprodukten sowie stabilen Emulsionen
- **Robust**
Solide Konstruktion, komplett in Edelstahl-Ausführung
- **Kostenneutral**
Wartungs- und servicefreundlich, Schneidplatten einzeln austauschbar



Wir freuen uns auf Ihren Besuch:
Anuga FoodTec, Köln / Halle 9.1, Stand A010

TIPPER TIE, Inc.
2000 Lufkin Road
Apex, NC 27539
Tel. +1 (919) 362-8811
Fax +1 (919) 362-4839
sales@tippertie.com
www.tippertie.com

TIPPER TIE TECHNOPACK GmbH
Otto-Hahn-Strasse 5
D-21509 Glinde/Deutschland
Tel. +49 (0)40 72 77 04-0
Fax +49 (0)40 72 77 04-100
info@tippertie.de
www.tippertie.com

TIPPER TIE ALPINA GmbH
Waldau 1
CH-9230 Flawil/Schweiz
Tel. +41 (0)71 388 63 63
Fax +41 (0)71 388 63 00
info@tippertie.ch
www.tippertie.com

TIPPER TIETM
SOLUTIONS THAT WORK. A DÜBBER COMPANY



KDCM & KDCMA

www.tippertie.com

Universell für Ihren Erfolg.



- **Modular**
Je nach Bedarf individuell erweiterbar
- **Effizient**
Programmierbare Steuerung mit Touchscreen (KDCMA)
- **Universell**
Kaliberbereich von 25–120 mm, je nach Modell.
Für alle Kunststoff-, Natur-, Faserdärme
- **Robust**
Korrosionsfrei, komplett in Edelstahl-Ausführung
- **Kostenneutral**
Wartungs- & servicefreundlich

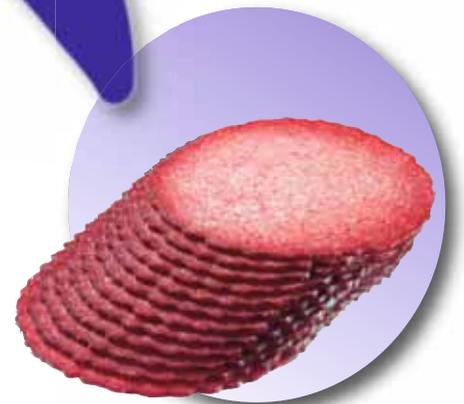
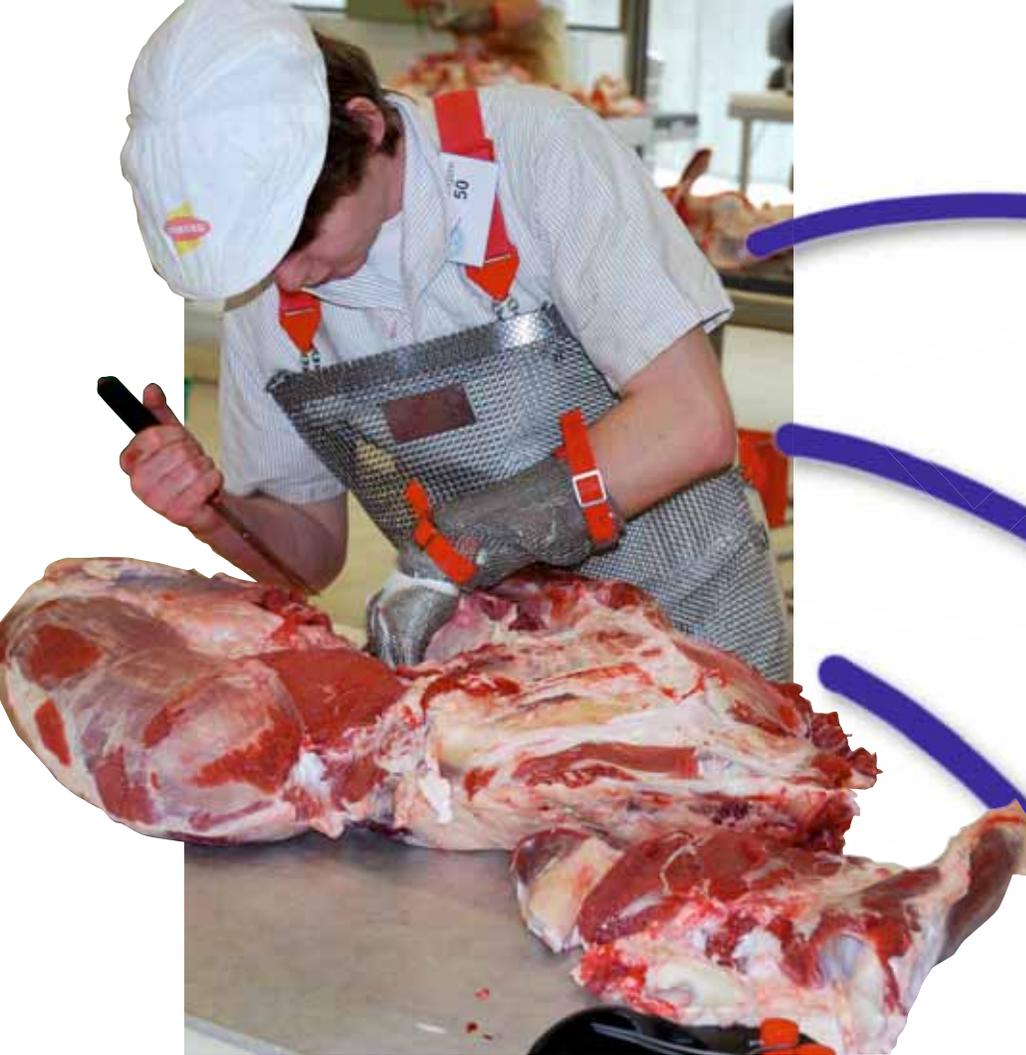
Wir freuen uns auf Ihren Besuch:
Anuga FoodTec, Köln / Halle 9.1, Stand A010

TIPPER TIE, Inc.
2000 Lufkin Road
Apex, NC 27539
Tel. +1 (919) 362-8811
Fax +1 (919) 362-4839
sales@tippertie.com
www.tippertie.com

TIPPER TIE TECHNOPACK GmbH
Otto-Hahn-Strasse 5
D-21509 Glinde/Deutschland
Tel. +49 (0)40 72 77 04-0
Fax +49 (0)40 72 77 04-100
info@tippertie.de
www.tippertie.com

TIPPER TIE ALPINA GmbH
Waldau 1
CH-9230 Flawil/Schweiz
Tel. +41 (0)71 388 63 63
Fax +41 (0)71 388 63 00
info@tippertie.ch
www.tippertie.com

TIPPER TIETM
SOLUTIONS THAT WORK. A BOWEN COMPANY



TECHNIKEN DER ZERKLEINERUNG

Die Techniken der Fleischbearbeitung durch Zerkleinern sind vielfältig. Sie gehen aus von der Handbearbeitung mit dem Messer, der Benutzung von Maschinentechiken wie Fleischwolf, Würfelschneider, Kutter bis zum Scheibenschneider.

Egal, welche Technik benutzt wird – der Zerkleinerungsvorgang ist dabei letztlich gleich. Die Fleischstruktur wird durch verschiedene Werkzeugformen unter Kräfteinwirkung aufgebrochen und damit gezielt zerstört, um das gewollte Produkt herzustellen. Da Fleisch ein sehr inhomogenes Material darstellt, gibt es keine gleichen Schneidzustände. Infolge sehr verschieden hoher, festigkeitsbezogener Materialkenngrößen innerhalb des Schneidgutes wechseln die Schneidbedingungen häufig. Dabei entstehen

im Fleisch durch seine Funktion im Tierkörper hohe Spannkkräfte innerhalb der Gewebearten, die vorrangig dem kollagenen Faserverlauf, dem Sehnen- und Muskelgewebe, folgen. Diese Kraftverteilungen senken die direkten Schnittkräfte an den Trennstellen enorm und reduzieren so die Schnittwirkungen. Diese allgemeinen Aussagen lassen sich detaillierter am Beispiel der Fleischbearbeitung im Wolfprozess aufzeigen: Die Fleischbearbeitung in einem Fleischwolf dient der kontinuierlichen Zerkleinerung von Fleisch mit den verschied-

densten Werkzeugkombinationen. Dabei greifen drei Einzelvorgänge in direkter Abhängigkeit ineinander: Die Rohstoffförderung, der Schub oder Druckaufbau mit dem Rohstoff gegen das Schneidsystem und der Zerkleinerungsvorgang. Diese direkten Abhängigkeiten voneinander sind bis heute nicht vollständig aufgeklärt, obwohl die Bearbeitung mit der Fleischwolftechnik weit älter als 100 Jahre ist. Erst mit der Feststellung, dass der Rohstoff in der Doppelfunktion als Maschinenelement zur Kraftübertragung und als Bearbeitungsgegen-

stand ganz bestimmte Eigenschaften erfüllen muss, gelang es, einen neuen qualitativen Anstieg in der Schnittqualität, der Senkung der mechanischen Belastung und Steigerung der Förderleistung zu erreichen. Die schnelle Verformungsarbeit im Rohstoff setzt einen hohen Druck im gesamten Messerraum voraus, um ein schlagartiges Ausdehnen in alle Bohrungen, die zu diesem Zeitpunkt im Messerbereich liegen, zu erreichen. Die mehrfach abgestufte Zerkleinerung steigert die Schnelligkeit der Verformbarkeit um das Mehrfache.

Der Unterschied zwischen einteiligen und siebenteiligen Schneidsätzen liegt im Verhältnis 1 zu 5 bis 7. Der Grund liegt in dem schrittweisen Herabsetzen der Teilegröße über verschiedene Bohrungsdurchmesser mit gleichzeitiger Strukturzerstörung. Dadurch dringt der Rohstoff ständig schneller in das nächste Bohrbild ein. Das führt zu abgestimmten Schneidzyklen zwischen Eindringvorgang des Rohstoffes in das Bohrbild und in den Druckkammern, die durch die Messerkörper gebildet werden. Hier

gilt, dass je Schneidebene die Anzahl der Messerbalken ansteigen muss, um die Leistungssteigerung durch eine höhere Verformbarkeit und Fließfähigkeit umzusetzen.



zwischen ca. 100 bis 1.400 kg/h. Sie verfügen über eine Schutzplatte über der Einfüllöffnung. Stopfwölfe können mit einem Kühl- und Korbsystem ausgestattet sein. (z. B. Kolbe, Mado)

SCHNEIDEN ALS GRUNDPROZESS

Der Zerkleinerungsprozess bei der Wurstherstellung lässt sich nicht nur auf das Wolfen, Kutteln und Slicen reduzieren. Doch sie gehören zu den wesentlichen Prozessen bei der Herstellung von Wurstwaren.

WÖLFE

Wölfe sind meist der erste Schritt im Zerkleinerungsprozess von Fleisch. Der Fleischwolf wird benötigt, um Fleisch zu „Faschierem“ zu zerkleinern. Er besteht aus einer Transport-schnecke mit konisch geformten Einfülltrichter und einer Arbeitsschnecke zum Durchpressen durch den Schneidsatz. Der Rohstoff wird von einer Arbeitsschnecke in die 1 bis 13 mm Boh-

rungen der Lochscheibe gedrückt und festgehalten; dann schneidet ein rotierendes Messer den Rohstoff mit einem Scherschnitt an der Boh-rungskante als Gegen-schneide ab und er-zeugt so Fleischteilchen. Der Zerkleinerungsgrad wird maßgeblich durch die Größe der Bohrun-gen bestimmt. Die Schneidvorgänge müs-sen sich aber bei Boh-rungsdurchmessern von z. B. $d = 2 \text{ mm}$ in einer Zeit von $t = 0,01 \text{ sec.}$ vollziehen. Da Fleisch ein sehr inhomogenes Material ist, ist das Schnittergebnis nicht konstant. Daher sind die physikalischen Eigen-schaften des Schneid-gutes entscheidend.

Stopfwölfe oder Wurst-küchenwölfe werden manuell beschickt und betrieben und erreichen eine Durchsatzleistung

Automatenwölfe werden mit Beladungsvorrichtungen beschickt. Ihre Motorleistungen reichen von 6 bis mehr als 75kW und die Durchsatzleistung/h beträgt ca. 2.000 bis 12.000 kg. Die Zubringerschnecke kann ebenfalls mit einem stufenlos verstellbaren Antrieb ausgerüstet werden. (z. B. Mado, K+G Wetter, Seydelmann, Risco)

Gefrierfleischwölfe sind in der Lage, ganze Gefrierfleischblöcke zu zerkleinern. Die Temperatur des Gutes kann bis zu -25°C betragen. Der Gefrierfleischwolf wird vor allem zum Herstellen von Rohwurst eingesetzt und basiert z. B. auf dem Prinzip einer Guillotine oder dem Rotations-Gegenschmittprinzip. (z. B. Laska, Seydelmann, Kilia)

Kochwölfe sind Maschinenkombinationen aus einem Kochrohr und dem Wolf. Das Vorgaren und der Zerkleinerungsprozess ist dabei für die Kochwurstherstellung in einer Maschine vereint. Das rohe Schneidgut wird im Wolf auf die gewünschte Körnung zerkleinert und passiert kontinuierlich das mit Mischelementen ausgestattete Kochrohr.

Trennwölfe trennen unerwünschte harte Partikel wie Knorpel, Knochenstückchen oder Fremdkörper aus dem Fleischgemisch über ein automatisches Trennventil ab. Es wird ein spezieller Schneidsatz benötigt, der im Auslass des Wolfes vor der zweiten Lochscheibe angeordnet wird. (z. B. Vemag)

Mischer-Wölfe vereinen zwei Maschinen in einer. Möglich sind z. B. Vormischen, Standardisieren und Wolfen, dann erneutes Einkippen in den Mischer zum Mischen u. a. mit Zutaten. Sie können mit verschiedenen Zusatzeinrichtungen ausgestattet werden, wie Wägeeinrichtungen zum Gestalten von Rezepturen, Steuern mit voreinstellbarer Intervall- und Mischzeit, Vakuum, CO_2 - und Stickstoffzugabe. Die Vorteile der Mischer-Wölfe liegen in der kürzeren Verarbeitungszeit.

KUTTER

Der Kutter ist eine Universalmaschine für die Verarbeitung bzw. Herstellung von Brät. Meist wird er in Kombination mit einem Fleischwolf eingesetzt, er kann aber teilweise auch die Aufgaben des Fleischwolfes übernehmen.

MIT UNS AUF DER ERFOLGSWELLE
www.fleischereifachberatung.de
 Tel. 02661-8226
 Seminar „Mit Gewinn in die Zukunft“ März 2012

NEULAND-Fleisch für Ihr Fachgeschäft

- Anerkannt vom Deutschen Tierschutzbund
- Nur heimische Futtermittel
- Auslauf und Stroh für alle Tiere
- Ferkelkastration nur unter Narkose
- Keine Antibiotika – keine Gentechnik

Ohne Gentechnik

Wir beraten Sie gerne:
 Vertrieb Nord: 05821/977410
 Vertrieb West: 02389/959220
 Vertrieb Süd: 07732/821345

www.neuland-fleisch.de

KOLBE **TOP-TECHNIK FÜR FLEISCH-PROFIS**

Willkommen zur ANUGA FOOD TEC Halle 9.1 Stand E040

K 440
Die leistungsstarke Bandsäge

AW 160
Der Automatenwinkelwolf

www.kolbe-foodtec.com

KOLBE GmbH • foodtec • Gewerbestraße 5 • D-89275 Elchingen
 Tel. +49 (0) 73 08 / 96 10-0 • Fax +49 (0) 73 08 / 96 10-98 • info@kolbe-foodtec.com



Beim Kutterprozess wird Fett dispergiert und emulgiert. Während der Verarbeitung lassen sich Zutaten leicht zumischen. Die rotierende Kutterschüssel, in der sich Messer an einer Welle bewegen, lagert horizontal auf einer Zapfenwelle. Das Brät kann bei unterschiedlichen Bauweisen erhitzt oder evakuiert werden. Die Beschickung mit gewolfem Fleisch und Speckstücken erfolgt chargenweise über Rollwägen. Mit dem Kutter lassen sich alle Wurstarten produzieren, bei deren Herstellung ein intensiver Zerkleinerungsprozess nötig ist. Die Zerkleinerung im Kutter zerstört die Muskel- und Fettzellen im Fleisch. Das dadurch aufgeschlossene Eiweiß sorgt für die Wasserbindung und emulgiert das Fett im Brät. Durch Zerkleinern, Reibung, Wärmeeintrag und Mischung entsteht eine stabile Emulsion, bei der sich nach der Wärmebehandlung weder Wasser noch Fett absetzen. Da sich das Brät während der Bearbeitung im Kutter insbesondere durch die Reibung mit der Messeroberfläche und durch den Wärmeeintrag über die Kutterhaube erwärmt, wird dem Brät Eis (Scherbeneis) zugesetzt. Dadurch verzögert sich die Wärmebildung und es steht

mehr Zeit zum besseren Aufschluss des Fleischeiweißes zur Verfügung. Anstelle von Scherbeneis wird zum Kühlen des Brätes häufig auch Flüssigstickstoff eingesetzt. Kutterhilfsmittel werden für eine volle Bindefähigkeit und eine feste Textur eingesetzt. Dabei kommen meist die Natriumsalze organischer Genusssäuren zum Einsatz. Genusssäuren wie Zitronen- und Milchsäure werden zu Beginn des Kutterprozesses zugegeben, um den pH-Wert zu senken, das Muskeleiweiß aufzuschließen oder um z. B. die Wirkung von antioxidativen Zutaten zu unterstützen. Die Nitritzugabe in Form von Nitritpökelsalz sorgt für die Ausbildung von Pökelfarben und -aroma sowie von antioxidativen Prozessen. Außerdem hat es auch konservierende Effekte. Die Zugabe von Kochsalz oder Pökelsalz bewirkt eine Verringerung des aw-Wertes und die Hemmung von Mikroorganismen. Phosphate beeinflussen direkt das Wasser- und Fettbindevermögen von Brät und schließen das Muskeleiweiß auf. Dadurch hat es eine erhöhte Bindekraft. Die wesentlichen Bauelemente des Kutters

sind Schüssel, Messerwelle, Schneidmesser und Antriebsmotore. Für die Brätherstellung werden typischerweise drei Messerebenen auf die Messerwelle des Schüsselkutters montiert. Auf jeder Messerebene stehen zwei versetzte Messer. Als Messerformen stehen Kombinationsmesser mit stufen- und sichelförmigen Schneidverlauf, durchweg sichelförmige Lochmesser sowie ypsilonförmige Typen zur Auswahl. Form, Anzahl, Anordnung der Kuttermesser und Messergeschwindigkeit können auf das Produkt abgestimmt werden. Bei Rohwurst werden wenige schmale Messer, bei Brüh- und Kochwurstprodukten mit hohem Zerkleinerungsgrad eine größere Anzahl breiter Messer eingesetzt. Lochmesser wurden entwickelt, um auf Maschinen mit hoher Drehzahl durch Reduzierung der Messeroberfläche eine zu schnelle Bräterwärmung zu verhindern. In der Praxis haben sich aber noch weitere Vorteile ergeben. Dazu gehören die Verkürzung der Kutterzeit, Energieeinsparung, verbesserte und früher einsetzende Brätbindung, erhöhte Wasserbindefähigkeit sowie verbesserte Messerelastizität und somit Verminderung der

Foto: Van Hees

MASCHINEN VON
K+G WETTER

Besuchen Sie uns auf der
ANUGA FoodTec
Halle 9.1 • D 028 / E 029

Beste Qualität in allen Größen

Unsere Stärke: Hochleistungsmaschinen für die Fleischverarbeitung für Handwerk und Industrie.
Unser Plus: höchste Qualität und Langlebigkeit bei geringem Energieverbrauch.
Unsere Produktpalette für das Fleischer-Handwerk umfasst Schneidmischer von 33 bis 120 Liter Fassungsvermögen und Wölfe mit einem Durchsatz von 15 bis 134 kg/min.
Für die industrielle Produktion empfehlen wir die 360- und 550-Liter-Schneidmischer und Vakuum-Schneidmischer der Cutmix-Reihe sowie den Automatenwolf K 280.

CUTMIX 33 – 550 L



VAKUUM-CUTMIX 65 – 550 L



Wölfe 98 – 280 mm



K+G WETTER
Erfolg mit eingebaut

K+G WETTER GmbH • Goldbergstraße 21 • 35216 Biedenkopf
Tel. 0049 (0)64 61 9 84 00 • Fax 0049 (0)64 61 98 40 25
www.kgwetter.de • info@kgwetter.de



Werksüberholung

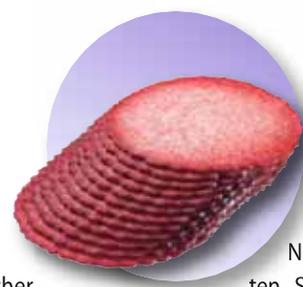
heißt bei Düker-REX so gut wie neu.

Kutter, Wölfe, Füllmaschinen – die Generalüberholung ist eine kosteneffiziente Alternative. Wir bringen gebrauchte Maschinen wieder auf den neuesten Stand. Bei uns erwerben Sie werksüberholte Maschinen mit Garantie. So gut wie neu – nur viel günstiger.

Düker-REX, Laufach
Tel: 0 60 93 / 99 32-190
www.dueker-rex.de

ANUGA FoodTec Halle 9.1 C40|C44

Erfahrung · Fortschritt · Service



Bruchgefahr. Die Verkürzung der Kutterzeit ist darauf zurückzuführen, dass die Löcher in den Messern zu einer höheren Verwirbelung des Brätes und dadurch zu einer höheren Schnitthäufigkeit im vergleichbaren Zeitraum führt.

SLICER

Bisher fanden Slicer hauptsächlich in der industriellen Verarbeitung ihren Einsatz. Doch die meisten Maschinenhersteller bieten mittlerweile kompakte Geräte, die an die Metzgerbedürfnisse angepasst wurden. Durch die modernen technologischen Möglichkeiten der Slicer sind nicht nur hohe Durchsätze gewährleistet, sie können außerdem durch neue Möglichkeiten der Produktverarbeitungs- und präsentation neue Märkte erschließen.

Vor allem für Filialbetriebe gewinnt die Produktion von „Slicerware“ mehr und mehr an Bedeutung. Hierbei handelt es sich um bereits vorgeschnittene Wurst, die im Fächer- oder Stapelaufschnitt in Fertigpackungen eingelegt wird. Dazu sollte die Ware auch ansehnlich präsentiert werden und leicht Scheibe für Scheibe entnehmbar sein. Doch der Blick wäre zu eng, würde das Thema Schneiden und Slicen auf das Thema Wurst- und Schinkenaufschnitt reduziert werden. Daneben wächst die Bedeutung von Convenience-Produkten für die Theke. Hierzu gehört die Bratenscheibe ebenso wie der Gulaschwüfel und das Geschnetzelte. Dass Rohe Schinken anders zu schneiden sind als Bierschinken oder Zungenwurst, muss nicht vertieft werden. Im Fleischwarenbe- reich sind Würste und gegarte Schinken in der Regel relativ einfach gleichmäßig zu schneiden. Das Darmkaliber oder die Größe der Kochform garantiert eine standardisierte Scheibengröße von Beginn bis zum Ende des Schneidgutes. Nur für die Endstücke muss eine Separation

tionmöglichkeit gefunden werden. Neben dem schlichten Stapel können dies verschiedene Fächer sein oder bei der hauchdünn geschnittenen Ware („shaved meat“) ein relativ loser Verbund, der auch die besondere Schnittführung repräsentativ wiedergibt. Das Produkt wird hierbei hauchdünn geschnitten (ca. 0,5 mm Scheibendicke) und nicht orientiert abgelegt, sondern ungeordnet und aufgelockert portioniert. Das Produkt, meist handelt es sich um hochwertige Wurst oder Schinkenprodukte, wird sehr ansprechend präsentiert. Durch die geringe Scheibendicke wird der Geschmack hervorgehoben. Allein durch die Portionierart erhält das Produkt hier also einen „added value“.

Nahezu alle Slicer arbeiten heute standardmäßig in Kombination mit einer Waage, um ein exaktes Portionsgewicht zu garantieren. Die Leistungen moderner Slicer reichen von den Standardmaschinen, die mit der nach wie vor bewährten, universell einsetzbaren Kreismesser-Technologie arbeiten und 600 Schnitte pro Minute erreichen, bis zu Hochleistungsmaschinen, die bis zu 4.000 Scheiben pro Minute erzeugen. Denn das Kreismesser ermöglicht das Slicen unterschiedlichster Produkte, ohne dass ein Umbau der Maschine nötig wäre. Hierbei kann das Bedienpersonal bis zu 50 % reduziert werden bei gleichzeitiger Erhöhung der Produktivität um bis zu 100 %. Konstante Qualität der Produktion und Unabhängigkeit von der „Tagesform“ des Personals sind weitere Faktoren. Weil die Wurst nach dem Entpellen nicht mehr von Menschenhand berührt wird, wird die Produktionshygiene entscheidend verbessert.

Als Einstiegsmodell mit hoher Leistung bieten moderne Slicer gleichzeitig die Vorteile einer leichten Bedienbarkeit bei einem optisch ansprechenden Schnittbild für zahlreiche Produkte.

ast

Foto: Treif

Kuttern. Wolfen. Sägen. Schleifen.

nur mit MADO

www.mado.de

- Ergonomisches Design
- Für die Profis in der Fleischverarbeitung
- Höchste Hygienestandards durch glatte Flächen und beste Materialien



MADO GmbH, D-72175 Dornhan, Tel. +49 7455 931-0, info@mado.de



SAUBERE ERFOLGSSTORY

Eine der umsatzstärksten Filialen des Wurst-Basar befindet sich im Hauptbahnhof in Hannover. Damit am Tresen alles reibungslos klappt, ist eine zuverlässige Technik hinter den Kulissen gefragt.

Es gibt wohl kaum Hannoveraner, die nicht das markante orange-grüne Logo vom Wurst-Basar mit der regionaltypischen Dachgiebelspitze und den zwei Rossköpfen kennen. Seit nunmehr 75 Jahren steht der Wurst-Basar in und um Hannover für ausgezeichnete Fleisch- und Wurstwaren, die, so der nachdrückliche Hinweis der Eigentümerfamilie Hinsemann, nach den Grundsätzen absoluter Frische und überzeugender Qualität hergestellt werden. Echte Handwerksprodukte statt Massenware vom Fließband lautet das Firmenmotto.

Die einstige Fleischerei ist mit dieser Philosophie zum soliden mittelständischen Unternehmen mit rund 500 Mitarbeitern und 50 Filialen in und um Hannover angewachsen. Dabei haben die heutige Filialen mit der althergebrachten, rundum verkachelten Fleischerei von einst nicht mehr viel gemeinsam. Zwar erfreuen sich die Fleisch- und Wurstwaren größter Beliebtheit, doch auch der Verzehr vor Ort spielt eine inzwischen unverzichtbare Rolle. Christian Reich arbeitet seit Jahren mit an der Neukonzeptionierung bzw. Neugestaltung der einzelnen Filialen, um immer wieder für die Kunden attraktivere Einkaufsbedingungen und für die Mitarbeiter optimalere Arbeitsbedingungen zu schaffen.

Die Wurst-Basar-Filiale im Hannoverschen Hauptbahnhof ist so etwas wie das Flaggschiff des Unternehmens. Seit zwölf Jahren berei-

chert sie das verkehrsgastronomische Angebot um abwechslungsreiche Snacks und ein vielfältiges Speisenangebot zum Verzehr außer Haus und direkt vor Ort. In der Filiale am Hauptbahnhof arbeiten 32 Mitarbeiter in drei Schichten und in Dauerstoßzeit. „Unsere Verkäufer brauchen nur den Kopf zu heben und schon steht der nächste Kunde da“, betont Christian Reich.

GUT GESPÜLT

Klar, dass an einem so hochfrequenten Standort auch eine Menge schmutziges Geschirr anfällt. Hinter den Kulissen bewältigt eine Haubenmaschine des Typs DV 125.2 von Meiko die Hauptlast an gebrauchtem Porzellan, Bestecken, Tassen und Schalen. Enthärtungsanlagen sorgen unterstützend in jeder Filiale des Unternehmens für die gewünschte Wasserqualität. Auch im Großteil der anderen Wurst-Basar-Filialen stehen Gewerbespülmaschinen des Offenburger Herstellers, insgesamt sind es 35 – aus gutem Grund, so Christian Reich: „Wir haben schon Erfahrungen mit Modellen anderer Hersteller gesammelt, die uns aber nicht so richtig überzeugt haben. Außerdem können wir uns auf den Kundenservice hier vor Ort verlassen, der uns bei Problemen schnell und unkompliziert zur Verfügung steht.“

Überzeugend findet man auch die gleichbleibend zufriedenstellenden Spülergebnisse der Maschinen, hat man es doch täglich bei zehnstündigem Dauerbetrieb auch mit hartnäckigen Verschmutzungen durch angetrockneten Senf, Ketchup und Fett zu tun. Als weitere Vorteile nennt Christian Reich den geringen Bedarf an Reinigungsmitteln und die bequeme Maschinenreinigung. In beiden Punkten hätten sich die Geräte auch im Produktionsbereich bewährt. „Für uns stimmt das Gesamtpaket“, lautet das Fazit von Christian Reich, der 2012 das 75-jährige Bestehen mitfeiern wird.

Nathalie Kopsa





UP TO DATE IN PUNCTO HYGIENE

Seit dem Inkrafttreten des EU-Hygienepakets 2006 sind, bis auf wenige Ausnahmen, alle Schlacht- und Fleisch verarbeitenden Betriebe zulassungspflichtig. Die Voraussetzung für eine Zulassung ist eine gute Hygienepraxis im gesamten Betriebsablauf. Viele Anbieter leisten hier Entwicklungsarbeit, um den Betrieben durch ihre Ergebnisse bestmögliche Hilfestellung zu geben.



*Cleanlight Top Complete
von Mohn*

Eine gute Lebensmittelhygiene wird etwa dadurch gewährleistet, dass beim Zutritt von außen oder von einem unreineren in einen reineren Produktionsbereich eine Hygieneschleuse vorhanden ist. Dabei geht es nicht nur um das Vorhandensein von Handwaschbecken und Desinfektionseinrichtungen, sondern dass beim Durchschreiten der Hygieneschleuse außerdem ein Zwang zur Benutzung der Reinigungseinrichtungen besteht. Geschieht das nicht, sperren die integrierten Drehkreuze automatisch den weiteren Durchgang.

Der Hygienespezialist Mohn bietet Hygieneschleusen an, die auch vom Bundesverband der Lebensmittelkontrolleure empfohlen werden. Sowohl die Sohlen von Stiefeln oder Clogs als auch die Hände werden im Durchlaufverfahren gereinigt und desinfiziert. Jeder Mitarbeiter, der die Produktions- bzw. Reinräume betreten möchte, wird durch die Anlage geführt. Zwei waagrecht liegende, rotierende Sohlenbürsten, die durch einen Laufrost aus Edelstahl abgedeckt sind, reinigen und desinfizieren die Schuhsohlen. Aktiviert werden diese durch Sensoren beim Betreten der Hygiene-

Fotos: Kärcher, Mohn

schleuse. Damit die Schleuse nur mit desinfizierten Händen passiert werden kann, werden die Hände durch zwei Sensoren erkannt und für eine zuvor festgelegte Zeit mit Desinfektionslösung benetzt. Erst wenn eine genau vorgeschriebene Menge an Desinfektionsmittel appliziert wurde, schaltet sich das Drehkreuz am Ende der Hygieneschleuse frei.

HYGIENISCH GETRENNT

Die Arbeitsstätten-Richtlinie sowie die DIN 10524 schreiben vor, dass saubere, textile Arbeitskleidung in einem dafür vorgesehenen und gekennzeichneten, gegebenenfalls verschließbaren, Schrank verschmutzungssicher und trocken aufzubewahren ist. In der ASR 34/1-5 wird auch die getrennte Aufbewahrung von Arbeitskleidung (Schwarz) und Straßenkleidung (Weiß) erklärt. Diese Trennung ist vorgeschrieben, wenn der Mitarbeiter bei der Arbeit starker Verschmutzung ausgesetzt ist. In solchen Fällen gibt es zwei Möglichkeiten: die räumliche Trennung der Schränke von Arbeits- und Straßenkleidung, deren Verbindung durch einen Waschaum empfohlen wird, oder, als kostengünstigere Variante, die räumliche Trennung der Schwarz- und Weißbereiche in einem speziell dafür vorgesehenen Schrank. Der Mitarbeiter erhält, z. B. ein Schrankabteil mit 400 mm Breite, das durch eine Trennwand aufgeteilt ist.

Außerdem wird die Optimierung der betrieblichen Hygiene durch den Einsatz von farbcodierten Reinigungssystemen wesentlich verbessert. Hierdurch lässt sich vermeiden, dass Reinigungswerkzeuge, und damit auch Bakterien, von einer Abteilung in eine andere getragen werden. In Zusammenarbeit mit der Qualitätssicherung vor Ort erstellt z. B. Mohn einen Betriebsplan, in dem die unterschiedlichen Hygienezonen verschieden-

farbig dargestellt werden. Zusätzlich werden Artikellisten der einzelnen Bereiche erstellt. So können Kreuzkontaminationen durch die Reinigungsgeräte zwischen den Hygienezonen sicher vermieden werden, da die Farben eine effektive Kommunikationsmaßnahme an die Mitarbeiter sind.

OPTIMALE REINIGUNG

Für eine hygienisch sichere Reinigung der Hände bietet Tork ein besonderes Schaumseifensystem mit der Bezeichnung S4 an. Die milde, unparfümierte Seife tötet Bakterien, Pilze und spezielle Viren ab und ist dabei dermatologisch auf eine gute Hautverträglichkeit getestet. Gleichzeitig wirken die Inhaltsstoffe feuchtigkeitsspendend und pflegend für die Haut. Die Schaumseife entspricht der Norm EN 1499 zur hygienischen Händewaschung und ist DGHM/VAH-gelistet. Sie ist in besonderen Flakons abgefüllt, deren Versiegelung die Seife vor möglichen Kontaminationen schützt.

Nach dem Händewaschen sollten die Hände auch hygienisch einwandfrei getrocknet werden, denn feuchte Hände übertragen bis zu 1.000 mal mehr Keime als trockene. Papier ist hier sehr geeignet. Durch seine Reibung entfernt es zusätzlich Bakterien von der Haut. Der neue sensorgesteuerte Rollenhandtuchspender von Tork ermöglicht zudem eine berührungsfreie Entnahme der Papiertücher. Die Papierausgabe wird durch das Vorbeiführen der Hand an einem elektronischen Sensor ausgelöst. Auch die Handtuchlänge lässt sich individuell einstellen, um einen unnötigen Papierverbrauch zu reduzieren.

Kärcher hat sich auf die Reinigung von Arbeitsräumen und Maschinen spezialisiert. Zu den Neuheiten des Unternehmens zählen drei neue stationäre Kaltwasser-Hochdruckreiniger für den Einlanzenbe-



Die saubere Lösung

Professionelle Spültechnik für den Meister



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



www.meiko.de

trieb. Die Modelle HD 7/16 ST, HD 9/18 ST und HD 13/12 ST sind in über 100 Varianten erhältlich. Sie arbeiten mit max. 180 bar Arbeitsdruck und bis zu 1.300 l/h Fördermenge. Wo viele fettartige Verschmutzungen entfernt werden müssen, empfiehlt es sich, das Gerät für den Betrieb mit bis zu 85°C heißem Zulaufwasser auszurüsten (ST-H). Als weitere Ausstattung sind eine automatische Druckentlastung, ein Trockenauslaufschutz, ein Wasserenthärtungssystem, ein Betriebsstundenzähler und die Möglichkeit zur Reinigungsmittel-Ausbringung im Hochdruck verfügbar. Praktisch ist auch die optionale Fernbedienung für die Chemieverwendung: So kann von den Hochdruck-Entnahmestellen aus die Zugabe unterschiedlicher Reinigungsmittel gesteuert werden.

DIE RICHTIGE SPÜLTECHNIK

Vor der Investition in eine Spülanlage im Betrieb sollte zuerst geprüft werden, was genau gespült werden muss, um unnötige Investitionen in eine ineffektive Technik zu vermeiden. Sind es z. B. Teller und Besteck aus dem angeschlossenen Imbissbereich oder die Gerätschaften, die bei der Produktion in der Wurstküche oder in der Küche anfallen, oder beides? Auch die Menge des Spülguts ist ein wichtiger Faktor, denn danach richtet sich die Größe der Spülmaschine. Die Korbdurchschubspülmaschinen der GS 500-Serie von Winterhalter sind z. B. eine praktische Lösung. Darin können

GS 500 Energy von Winterhalter



Tabletts, Teller, Gläser und Besteck gespült werden, aber auch große Schüsseln und Metzgerkisten. Bei der Anschaffung sollte besonders auf Nachhaltigkeit geachtet werden, d. h. dass ein möglichst geringer Wasser- und Stromverbrauch der Geräte wünschenswert ist. Das schont nicht nur den Geldbeutel, sondern auch die Umwelt. Die späteren Service- und Wartungskosten sind ebenfalls zu berücksichtigen. Sinnvoll ist ein aufeinander abgestimmtes Spülsystem aus einer Hand, bestehend aus Maschine, Reiniger sowie dem passenden Zubehör. Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Planung des optimalen Spülkreislaufes, d. h. welcher Platz für die Spülmaschine zur Verfügung steht, wo das schmutzige Geschirr abgestellt wird und wo das saubere, welche Wege zu bewältigen sind, wann gespült werden soll, usw. Für Betriebe mit geringem Platzbedarf hat der Spülspezialist aus Meckenbeuren eine kleine Gerätespülmaschine entwickelt. Die kompakte Untertischversion reinigt Auslagebleche, Tabletts und Euronormkisten – und bei Bedarf auch Geschirr und Besteck. Als Zusatzgerät für großformatiges Spülgut wie Töpfe, Bleche und andere Küchengerätschaften befinden sich die GS 600-Serie im Portfolio des Spülspezialisten.

Auch Hobart hat eine kompakte Untertischspülmaschine im Angebot, die für den Dauereinsatz in Fleischereibetrieben geeignet ist. Mit einem vergrößerten Innenraum bietet die Profi FXL Platz für Spülgut bis 600x400mm, sodass EN-Behälter und größere Platten gut Platz finden. Die Spülmaschine ist mit einem speziellen Waschsystem ausgestattet, bei dem die getrennt voneinander drehenden Arme vom Wasserdruck angetrieben werden

und die Reinigerlauge sowie den Klarspüler dabei flächendeckend im gesamten Innenraum der Maschine verteilen. Patentierte Weitwinkeldüsen sorgen zusätzlich für eine effizientere Verteilung der Waschlauge und ein weiterentwickeltes Filtersystem reduziert den Verbrauch an Reinigungsmitteln. Mit einem zuschaltbaren Wasserwechselprogramm können bei extrem starkem Schmutzeintrag außerdem Rückstände oder ungelöste Fette schnell und gründlich abgepumpt werden. Eine weitere Entwicklung ist die Behälterreinigungsanlage der Serie Fux. Sie hat eine Kapazität von über 2.000 Körben pro Stunde. Zusätzlich verfügt diese Serie über eine zweite Spur für Bleche. Weitere Technologien sorgen für einen reduzierten Verbrauch von Wasser, Energie und Reiniger und vermeiden kostspielige Leerlaufzeiten.



Profi FXL von Hobart

Als Spezial-Spüler für die Fleischerei präsentiert sich das Modell FV 60.2 von Meiko. Es kann als normaler Geschirrspüler arbeiten, reinigt aber auch Auslagebleche und große Transportkörbe bis 600 mm Tiefe. Trotz großer Ladekapazität lässt sich der Spüler als Tisch- oder Untertischmodell einsetzen. Das Düsenystem der Wasch- und Dreharme wurde optimiert, wodurch es nun möglich ist, bis zu 40 Körbe pro Stunde zu reinigen. Die Anlieferung der Maschine erfolgt steckerfertig. Sie kann ohne Zwischenschaltung von Sicherheitsarmaturen an das Frischwassernetz angeschlossen werden. Dank eines glatten und modernen Edelstahl-Designs gilt der neue Automat zudem als pflegefreundlich. *Bernadette Wagenseil*



FV 60 von Meiko

GUTEN APP-ETIT!



Sechs Millionen Deutsche haben ihre Lebensmittel bereits einmal online gekauft. Viele nutzen dazu Apps. Bieten sich hier nur Chancen für die Industrie oder ist dies auch ein Markt für das Fachgeschäft?

Kunden im Fachgeschäft wollen die Produkte mit allen Sinnen wahrnehmen, denn Lebensmittel verkaufen sich über Frische und im Rahmen einer kompetenten Fachberatung. So lautet die landläufige Meinung – doch einige Fachgeschäfte gehen neue Wege und präsentieren ihre Unternehmen

SHOPPING AUS DER HOSENTASCHE

Nachdem sie sich als Telefon genauso etabliert haben, wie als Kommunikationszentrale, Musikspieler, Taschencomputer und Kamera, sind Smartphones derzeit schon wieder auf bestem Wege, auch das nächste Feld zu erobern: den mobilen Einkauf. Wie die aktuelle Studie „Connected Europe“ von Telefonica Germany und Comscore in Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien und Großbritannien (EU5) zeigt, haben die Nutzerzahlen für die Einkaufsmöglichkeiten in der Hosentasche im vergangenen Jahr um mehr als 112 % zugelegt. Gleichzeitig verwendet demnach inzwischen jeder Achte sein Smartphone auch zum Bezahlen, 20 % erledigen ihre Bankgeschäfte zumindest teilweise per Smartphone.

nicht nur über eine Homepage, sondern bieten auch Apps. Darüber können Kunden Angebote einsehen und sich über das Fachgeschäft und dessen Spezialitäten informieren. Damit wird das Einkaufen von unterwegs möglich. Oft bieten die Apps auch Rezepte und Kochtipps. Die Zahlen sprechen für diesen Weg: Laut einer Forsa-Umfrage haben bereits 12 % der Internetnutzer Lebensmittel im Internet gekauft. Insbesondere bei jüngeren Usern (Internetnutzern) und Männern ist das Potenzial besonders groß. Etwa jeder dritte User zwischen 18 und 29 Jahren kann sich vorstellen, Lebensmittel über das Internet zu bestellen, allerdings sagt dies nur jeder Zehnte über 50 Jahren. Rewe liefert seit Ende September 2011 online bestellte Waren nach Hause. Das Angebot, das allerdings nur für Kunden aus Frankfurt gilt, umfasst auch Fleisch- und Wurstwaren. Kaiser's Tengelmann startete im August 2011 ein ähnliches Pilotprojekt in Berlin und München.

Die Funktionen, die solche Bestell- oder Kochbuch-Apps bieten, sind tatsächlich überwältigend. Heute findet man Rezepte per Suchfunktion und klickt den „I like“-Button, um das

Rezept in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Google+ zu bewerten. Beim Kochen helfen Schritt-für-Schritt-Bilder oder Videos. Produkt- oder Rezeptfotos lassen sich per Fingerstreich um 180 Grad drehen und so von allen Seiten betrachten. Die App weiß außerdem, worauf man beim Einkauf achten soll. Sie erstellt sogar den Einkaufszettel – und Anbrennen kann auch nichts mehr. Das verhindert der eingebaute Timer.

APPS IM FLEISCHERHANDWERK

In den heimischen Küchen hat das digitale Zeitalter also bereits Einzug gehalten. Doch wie

Wer Fleisch mag, wird unsere Software lieben



agmadata
it systems
www.agmadata.com

schaut es für die Kunden der Fleischer-Fachgeschäfte aus? „Jederzeit für Sie da, wenn Sie kulinarische Sehnsüchte haben“, wirbt z. B. die Metzgerei Geist in Bretten mit ihrer App. Diese steht im App-Store von Apple für alle Verbraucher kostenlos zum Download zur Verfügung und kann sowohl auf dem iPhone als auch auf dem iPad installiert werden. Das Familienunternehmen stellt den Kunden mit dieser App die Metzgerei und das angeschlossene Restaurant vor. Informiert wird nicht nur über Tages-

angebote und Spezialitäten, sondern es ist auch möglich, in der Gastwirtschaft Tische zu reservieren. Eine Fotogalerie und Neuigkeiten runden das Angebot ab.

Die Metzgerei Keller GmbH aus Moosburg an der Isar bietet ebenfalls im App-Store die Anwendung „iKeller“ zum kostenlosen Download an. Metzgermeister Augustin Keller ist von seiner „kulinarischen App“ überzeugt: „Ich möchte meine Prozesse im Geschäft schneller und besser machen. Meine Kunden sollen

WAS SIND APPS?

Der Begriff App (von der englischen Kurzform für application) bezeichnet im Allgemeinen jede Form von Anwenderprogrammen. Im Sprachgebrauch sind damit jedoch meist Anwendungen für Smartphones und Tablet-Computer gemeint, die über einen in das Betriebssystem integrierten Online-Shop bezogen und so direkt auf dem Smartphone installiert werden können. *Quelle: Wikipedia*

IHR „PILOT“ FÜR MEHR UMSATZ

Traditionelles Handwerk in interaktiven Zeiten präsentiert die **B&L MedienGesellschaft** mit dem Projekt „FleischereiPilot“. Der Kunde erreicht damit immer sein Fleischer-Fachgeschäft. Dieses Angebot steht ausschließlich Innungsmitgliedern zur Verfügung.



www.blnewmedia.de/fp-info



Mit dieser App für iPhone und Android kommt das Fleischerhandwerk direkt zum Endverbraucher. Diese bundesweite Zusammenarbeit zwischen dem Deutschen Fleischer-Verband und der B&L MedienGesellschaft wird als Pilot-Projekt in den Innungen München und Hamburg umgesetzt und den Innungsmitgliedern auf der IHM erstmalig vorgestellt.

Der Kunde erhält Informationen zu Aktionen von Verbänden, Innungen und Fachgeschäften sowie zur f-Marke oder der handwerklichen Produktion. Natürlich findet er auch sein Fleischer-Fachgeschäft in der Nähe. Ist dieses in der bundesweiten Datenbank gemeldet, kann sich der Verbraucher über die Angebote, Spezialitäten oder den Betrieb informieren. Eine Rezeptdatenbank sowie eine Übersicht aktueller Stellenausschreibungen sind ebenfalls in die App integriert. Auch ein QR-Code-Scanner ist in der App enthalten.

In diesem Umfeld präsentiert sich das Fleischerhandwerk als moderne und attraktive Ausbildungsbranche.

Der „FleischereiPilot“ ist ebenso eine Profilierungsmöglichkeit gegenüber Discountern und

Supermärkten, die im Internet bereits sehr aktiv sind. Die teilnehmenden Betriebe und Innungen erhalten ein eigenes mobiles Profil und einen QR-Code, mit dem eigene Aktionen beworben werden können. Damit kann gerade die junge Zielgruppe angesprochen werden.

„Es wird Zeit, dass sich das Fleischerhandwerk in den modernen Medien präsentiert und sich mit der Konkurrenz auf Augenhöhe zeigt“, erklärt Georg Schlagbauer, Landesinnungsmeister des Fleischerverbandes Bayern und ergänzt: „Eine

App, die den Weg zum nächsten Metzger zeigt, ist deshalb lange überfällig.“

Die Innungsbetriebe begegnen der Konkurrenz auf diesem Weg gemeinsam und zeigen damit am Markt Stärke und Präsenz. Alles zusammen garantiert eine starke Wahrnehmung beim Endverbraucher und damit Werbung für das Handwerk, das eigene Geschäft und die eigenen Produkte.

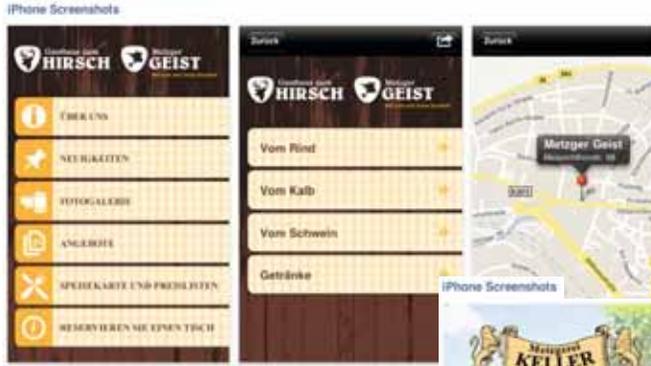


B&L NewMedia GmbH

Ein Unternehmen der B&L Medien-Gruppe
 Max-Volmer-Straße 28 • 40724 Hilden
 Fon: 02103/20 47 00 • Fax: 02103/20 47 70
www.blnewmedia.de • info@blnewmedia.de

anstatt Wartezeit Genusszeit gewinnen.“ So entstand die Idee, mit einer eigenen App den Kunden eine bequeme Bestellung der Brotzeiten und Mittagsmenüs mit Getränken zu ermöglichen. Die Verbraucher geben ihre Menüwünsche am iPhone ein und schicken diese an die Metzgerei. Diese Bestellungen laufen direkt an der Theke auf einer Bizerba-Waage auf und werden in verkaufschwachen Zeiten bearbeitet. So wird das Geschäft entzerrt und die Wartezeit der Kunden verkürzt.

Außerdem nutzt Augstin Keller die App, um für seinen Partyservice zu werben. Direkt aus der Anwendung heraus, lassen sich Anfragen stellen. Das erleichtert die Kommunikation und bietet dem Kunden schnellen Zugriff auf das Fachwissen der Metzgerei. Ein Mehrwert für die Verbraucher ist auch die integrierte Rezeptsammlung.



Phone Screenshots



NUTZEN UND KOSTEN

Die individuelle Programmierung der Apps durch Agenturen ist momentan noch relativ teuer. Je nach Umfang kann ein solcher Auftrag schnell Summen von 10.000 € erreichen. Hier gilt es für das handwerkliche Fleischerfachgeschäft Kosten und Nutzen abzuwägen. In den meisten Fällen werden über die App keine Umsätze generiert, sondern für das eigene Unternehmen geworben. Anders schaut es aus,

wenn die Metzgerei auch einen Online-Shop betreibt und Produkte verschickt. Ein solches System lässt sich problemlos in eine App integrieren. Da sich Smartphones und Tablet-PCs

am Markt immer weiter etablieren, wird die Nutzung von Apps in den nächsten Jahren weiter zunehmen und die Programmierung der Anwendungen preiswerter. Damit bietet sich für das Fleischerhandwerk ein interessantes Werbeumfeld, denn die Nutzer der Apps könnten die Kunden von morgen sein. *ust*

Wiegand FLEISCHEREIMASCHINEN

Seit mehr als 40 Jahren ist Qualität unser Programm



Hängfix®

Die original Schlaufenmaschine knüpft bis zu 2800 Schlaufen/Stunde. Mit dem Stockmat hängen die Teile direkt am Rauchstock.

Rollmatic®

Die Garantie für optimale Bindeergebnisse bei Fleisch jeder Art, z.B. Rollbraten mit oder ohne Füllung. Auch für Geflügel und Fisch.



NETMAN®

Rollbraten und Schinken werden gleichmäßig und schonend in Netz oder Darm gefüllt. Und optional dazu: Der vollautomatische Netzraffer.

Profi-Schliff

Naß schleifen, naß polieren. Direkt am Arbeitsplatz einsetzbar. Für Messer aller Art. Neu: Naß schleifen, trocken polieren. Die neue Schnell-schliff bietet ein perfektes Ergebnis in Sekunden.



24Stunden Service ist bei Wiegand selbstverständlich

Hermann Wiegand GmbH, Am Anger 27, 36169 Rasdorf, Tel: +49(0)6651/9600-0, Fax: +49(0)6651/9600-16, Internet: <http://www.h-wiegand.com>, E-Mail: h-wiegand@web.de

Füllmaschinen, Kutter und Wölfe



Als Generalvertretung für REX-Füllmaschinen in Deutschland bietet Düker-REX eine komplette Produktpalette an Kolben- und Vakuumfüllmaschinen auf modernem technischen Standard und Niveau. Die Vakuumfüllmaschinen mit Füll-Leistungen von 2.700 bis 13.000 kg/h sind leicht zu bedienen und mit einer Touch Screen-Steuerung und hygienischem Design ausgestattet. Für kleine und mittlere Handwerksbetriebe mit häufigem Sortenwechsel hat der Hersteller einen kompakten und geräuscharmen Kolbenfüller mit 30 l Zylinderinhalt im Sortiment, der wenig Energie verbraucht. Gleiches gilt auch für den

Kutter mit 45 l Schüsselinhalt, der zudem über ein besonderes Hygienesystem verfügt. www.dueker-rex.de

Automatisierter Kutterprozess

Für alle Maschinen der Cutmix-Baureihe von K+G Wetter ist der zeitgemäße Touchscreen optional bestellbar bzw. fester Bestandteil der Grundausstattung. CutControl ist eine Programmsteuerung zur Automatisierung des Kutterprozesses, bei dem die Rezeptur und die Steuerungsbefehle an der Maschine oder auf dem PC eingegeben werden. CutVision läuft auf einem PC im Netzwerk und zeichnet automatisch alle relevanten Produktionsdaten und Statusmeldungen



auf, die jederzeit angesehen oder ausgedruckt werden können. Optional sind die Maschinen auch mit dem herstellerübergreifenden IT-Schnittstellenstandard WS Food lieferbar. www.kgwetter.de

Gratis-Service

Der Fachhändler- und Beraterverbund Syner.con bietet allen Neukunden der Warenwirtschaftssoftware Apro.con bis zum 31.3.2012 sechs Monate kostenlosen Service und Support. Dieser Service soll den



Einstieg in Apro.con 10 erleichtern und umfasst eine garantierte Hilfe bei Fragen und Problemen rund um Apro.con und dessen Anwendung sowie einen freien Zugang zur Telefontothline. Die Warenwirtschaftssoftware Apro.con 10 unterstützt Unternehmer z. B. bei der Betriebsführung, vernetzt Produktion, Verkaufsfiliale und Büro und ist mit den meisten Geräten der Wäge- und Kassentechnik kompatibel. www.aprocon.de



Reifeprozess beeinflussen

Die Reifung von Rohschinken kann u. a. durch die Zugabe von Reifekulturen abgesichert werden. Die Kombination aus Gewürzen, Natriumascorbat sowie Zucker

im Reifepreparat RohPökelfit von Moguntia sorgt dafür, dass der pH-Wert des Produkts nicht zu stark absinkt. So wird ein unerwünschter grün-goldener Schimmel vermieden. Neben den Starterkulturen für Rohschinken bietet das Unternehmen Mikroorganismen für Rohwurst in vier Varianten an: Diese bewirken eine gesteuerte Absäuerung und Reifung und sind zudem in der Lage Salmonellen aktiv einzudämmen. www.moguntia.com

Neue Art der Tischwäsche



Aufwändiges Wäschehandling kann man sich ab sofort ersparen: Mit Evolin™, der „Evolution of Linen“, verleiht Duni dem Thema Tischwäsche eine

ganz neue Dimension. Das Tischdeckenmaterial bietet die Vorzüge einer modernen und flexiblen Einweglösung und ist laut Hersteller in Eleganz und Stil allerdings nicht von textiler Wäsche zu unterscheiden. Die optisch stoffähnliche, neue Art der Tischwäsche ist schnell verfügbar und benötigt weder einen großen Handling- noch Pflegeaufwand. Darüber hinaus besteht eine farbliche Auswahl. www.duni.de

Für zarte Schnitzel und Steaks

Mit dem Fleischmürber – Plätter – Walzensätzen PMW ergänzt Edertal Elektromotoren sein Sortiment für den Edertal Steaker und die Streifenschneid-Antriebsgeräte der Typen GM 35, FM 35 und FM 35 K sowie das Handgerät HST 35. Bei diesen Walzensätzen werden die knochenlosen Fleischscheiben mittels zwei gegeneinander laufender Kunststoffwalzen gemürbt und durch den Anpressdruck leicht vergrößert. Die Standard Mürber Walzensätze sind für Fleischstücke bis 15 mm Stärke und für Fleischstücke von 15 bis 22 mm Stärke erhältlich. Auf Kundenwunsch sind auch abweichende Ausführungen lieferbar.

www.edertal-elektromotoren.de



Additive und Gewürzzusätze

Nubassa Gewürzwerk
Tel. 06204 9627-0 • www.nubassa.de

Autoklaven



ASCA AUTOKLAVEN

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

Telefon 0 69/98 55 07 61 • Fax 0 69/98 55 07 62
E-Mail ascaauth@aol.com
www.asca-consulting.com
Emmastraße 13 • D-63071 Offenbach am Main



KORIMAT

Kessel und Autoklav
- mit 120 Liter, 240 Liter oder 380 Liter
- mit Mikroprozessor-Steuerung MP4 mit Programmspeicher

KORIMAT Metallwarenfabrik GmbH
Zum Neuland 12, 35708 Haiger-Weidelbach
Tel. 02774/923993, Fax. 02774/9230191
www.korimat.de, info@korimat.de

Berufs- und Hygienebekleidung



HELE

Hygiene-, Arbeitsschutzkleidung und mehr...



Fordern Sie kostenlos unseren 432-seitigen Katalog an!

HELE GmbH
Gutenbergstr. 16 • D-91560 Heilsbronn
Tel. 09872 / 9771-0 • Fax 09872 / 9771-77
E-Mail: info@hele.de • Internet: www.hele.de

Backtrennmittel

Wir kriegen's gebacken!



PROFI - „LÖSUNG“ für alle Brat- und Backformen

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

INTERNORGA

Besuchen Sie uns auf der INTERNORGA Halle B6, Stand 400 9. - 14. März 2012

boyens backservice

www.boyensbackservice.de

SPRÜH-SYSTEME
UNIFILLER-SYSTEME
BACKTRENNMITTEL

Be- und Entstapelgeräte

wvgkainz GMBH

83737 Irschenberg . Germany
Tel. +49 (0) 80 62 . 70 75-0
Fax +49 (0) 80 62 . 61 64
www.wvgkainz.de

Brat- und Kochanlagen

berief 59329 Wadersloh - Diestedde
Lange Straße 63 - 67
Telefon 0 25 20 / 89 - 0
Fax 0 25 20 / 89 - 50
www.berief.de info@berief.de

Clipverschlusstechnik



LIPTechnik DEUTSCHLAND GMBH

Beratung • Vertrieb • Service • Onlineshop

Clips, Schlaufen, Garne etc.
gebührenfrei bestellen

www.cliptechnik24.de
oder telefonisch
0800-380 33 00

Darmaufziehgeräte

DA-TURBOFIX® Steinmetz CH

Inh. Arild Steinmetz
34225 Baunatal • Porschestr. 19
Ruf 05 61/40 31 30
Fax 05 61/40 27 17
www.steinmetzohg.de
stohg@gmx.de

Emulgatoren und Frischhaltemittel

Nubassa Gewürzwerk
Tel. 06204 9627-0 • www.nubassa.de

Entsehnungsmaschinen und -anlagen



Immer auf dem neuesten Stand ...

Das Original! Baadern = Gewinn

BAADER®
Food Processing Machinery

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

Fleischereimaschinen



K+G WETTER
Erfolg mit eingebaut

Goldbergstr. 21 • 35216 Biedenkopf
Tel. (0 64 61) 9 84 00 • Fax 9 84 025
www.kgwetter.de • info@kgwetter.de

Kutter • Wölfe • Mischer

Eilige Anzeigen

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

**Fleischereimaschinen
Verpackungsmaschinen
Gebrauchtmaschinen
An- und Verkauf**

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

Fleischereimaschinen



LASKA

www.laska.at e-mail: laska@laska.at

KUTTER, MISCHMASCHINEN
WÖLFE, GEFRIERFLEISCHSCHNEIDER

A-4050 TRAUN, Makartstraße 60
Tel. 0043/72 29 606-0, Fax 0043/72 29 606-400
Mobiltelefon Deutschland 0171-3139307

▲ Füllen
▲ Küttern
▲ Wölfen



DUEKER REX
FLEISCHEREIMASCHINEN

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

FleischNet.de

Onlinemagazin rund um Fleisch und Wurst

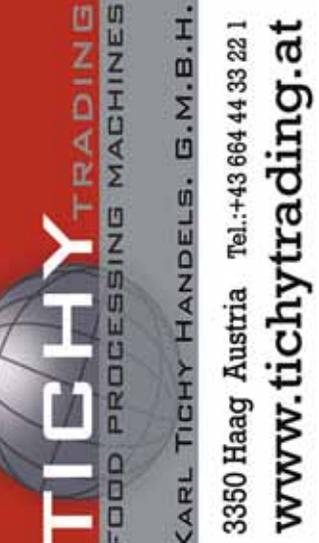
Content Service zum Top-Preis
Wir liefern Ihnen die Inhalte, die Sie brauchen.

Förder- und Lagertechnik

wvgkainz GMBH

83737 Irschenberg . Germany
Tel. +49 (0) 80 62 . 70 75-0
Fax +49 (0) 80 62 . 61 64
www.wvgkainz.de

Gebrauchtmaschinen



TICHY TRADING
FOOD PROCESSING MACHINES

KARL TICHY HANDELS. G.M.B.H.

3350 Haag Austria Tel.:+43 664 44 33 22 1
www.tichytrading.at

GESUCHT & GEFUNDEN

Gelatine und
Kutterhilfsmittel

Nubassa Gewürzwerk
Tel. 06204 9627-0 • www.nubassa.de

Gewürze -
Gewürzpräparate und
Gewürzextrakte -
auch Allergenfreie



Gewürze • Gewürzmischungen • Aromen
Technologie-Compounds • Marinaden
Grillile • Convenience • Gütezusätze
Starterkulturen • Entwicklungen für die
Lebensmittel- und Fleischwarenindustrie
und vieles mehr...

*Wir liefern auch Produkte ohne Zusatz von
Gluten • Lactose • Glutamat • Milcheiweiß
künstlichen Farb- und Konservierungsstoffen!*

Nubassa Gewürzwerk GmbH
Tel. 06204 9627-0 • Fax: 06204 75811
info@nubassa.de • www.nubassa.de
... Ihr Partner für Sicherheit und Erfolg!

**gastroinfo
portal**
www.gastroinfoportal.de

Gewürze

Die ganze Welt
des Würzens



HAGESÜD INTERSPICE
Gewürzwerke GmbH & CO.KG
71282 Hemmingen • Saarstraße 39
Telefon: (0 71 50) 942-60
Telefax: (0 71 50) 942 880
www.hagesued.de
E-Mail: info@hagesued.de



VAN HEES
We know how!

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

Grill-Marker

berief 59329 Wadersloh - Diestedde
Lange Straße 63 - 67
Telefon 0 25 20 / 89 - 0
Fax 0 25 20 / 89 - 50
info@berief.de
www.berief.de

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

Heißluft-, Brat-
und Kochanlagen

berief 59329 Wadersloh - Diestedde
Lange Straße 63 - 67
Telefon 0 25 20 / 89 - 0
Fax 0 25 20 / 89 - 50
info@berief.de
www.berief.de

Hygienetechnik



WALTER
cleaningsystems

Reinigungssysteme
Individual-Druckreinigung
Schaumreinigung
Desinfektion
Pumpenaggregate
Sonderanlagen

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

Information

ERFOLGSKONZEPTE,
wir stellen Sie vor!



Lesen Sie auch,
was erfolgreiche
Gastronomen
richtig machen!
Abo unter:
(089) 370 60-150



Kabinen-,
Durchlaufwaschanlagen

wvgkainz

83737 Irschenberg . Germany
Tel. +49 (0) 80 62 . 70 75-0
Fax +49 (0) 80 62 . 61 64
www.wvgkainz.de

Käse



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

Kippkoch- und
Bratkesselanlagen

berief 59329 Wadersloh - Diestedde
Lange Straße 63 - 67
Telefon 0 25 20 / 89 - 0
Fax 0 25 20 / 89 - 50
info@berief.de
www.berief.de

Klima- und
Rauchanlagen
Maturing and smoke systems



info@autotherm.de
AUTOTHERM
Klima- und
Räuchertechnik

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

Kochkammern
und -schränke
Cooking chambers and cabinets



info@autotherm.de
AUTOTHERM
Klima- und
Räuchertechnik

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

Kochkesselanlagen

berief 59329 Wadersloh - Diestedde
Lange Straße 63 - 67
Telefon 0 25 20 / 89 - 0
Fax 0 25 20 / 89 - 50
info@berief.de
www.berief.de

Kontinuierliche
Teflon-Bratanlagen

berief 59329 Wadersloh - Diestedde
Lange Straße 63 - 67
Telefon 0 25 20 / 89 - 0
Fax 0 25 20 / 89 - 50
info@berief.de
www.berief.de

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

Kuttermesser



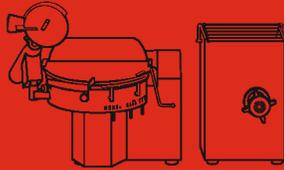
Messer-Hersteller
Eingetragenes
Warenzeichen
seit 1895
COLUMBUS

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

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

Kuttertechnik

Kutter · Mischer · Wölfe
Feinstzerkleinerer



Seydelmann
In den Händen der Besten

Maschinenfabrik Seydelmann KG
Hölderlinstr. 9 · DE - 70174 Stuttgart
Tel. +49-(0)711-4 900 90-0 · Fax +49-(0)711-4 900 90-90
sales@seydelmann.com · www.seydelmann.com

Ladengestaltung

promedia theken TV

Das digitale Kunden-
Informationssystem
für das moderne
Fleischerfachgeschäft



moderne
Info-Displays

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

Weitere Infos unter:

**www.promedia-
thekenTV.de**

BHH Beratungsgesellschaft
für Handel und
Handwerk mbH

Mühle 64 • 40724 Hilden
Tel.: 0 21 03/36 38-48 • Fax: -57

Marinaden und
Würzsoßen - mit
ungehärteten Fetten

Nubassa Gewürzwerk

Tel. 06204 9627-0 · www.nubassa.de

Messer für
Lebensmittelverarbei-
tungsmaschinen



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 | Abschneidmesser | Schweinespaltmesser
Gattermesser | Entschwartungsklingen | Geflügelschneider
Slicermesser | Kreismesser | Steakmesser | Injektornadeln
Schneidwerkzeuge für Großwölfe | Messer mit Verzahnungen

Eilige Anzeigen

unter

Tel.: 0 89/ 3 70 60-120

Fax: 0 89/ 3 70 60-111

Panier- und
Frittieranlagen

berief
59329 Wadersloh - Diestedde
Lange Straße 63 - 67
Telefon 0 25 20 / 89 - 0
Fax 0 25 20 / 89 - 50
info@berief.de
www.berief.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

Räder und Rollen

Räder und Rollen
aus Edelstahl: V2A und V4A

Direkt ab Werk:
Tel. 02992-3017 · www.fw-seuthe.de

Rauchstockwasch-
maschinen

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

Kühl-/Tiefkühlzellen

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

Tel. 07475-451101, Fax 451102
W. Balling
Kühlanlagen
Postfach 111 · 72393 Burladingen
www.kuehl-balling.de

Kostenlose Info-Pakete

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



Bauernhof-Urlaub



Wander-Urlaub



Wellness-Urlaub



Fahrrad-Urlaub



Städte



Familien-Urlaub

Einfach Coupon ausfüllen, ausschneiden und senden an:

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

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Augustenstraße 10
80333 München



Bitte Info-Paket(e) senden für:

- Bauernhof
- Wandern
- Wellness
- Rad
- Städte
- Familie

Absender:

Vorname, Name: _____

Straße, Hausnummer: _____

PLZ, Ort: _____ Telefon: _____



GESUCHT & GEFUNDEN

Rauchwagen



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

Rauchwürzpräparate und Rohwurstreifemittel

Nubassa Gewürzwerk
Tel. 06204 9627-0 · www.nubassa.de

Schinken-/ Spindelpressen



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

Schinkenspritzmittel und Pökeltüteszusätze

Nubassa Gewürzwerk
Tel. 06204 9627-0 · www.nubassa.de

Schleifmaschinen



Hermann Wiegand GmbH, Am Anger 27, 36169 Rasdorf,
Tel: -49(0)6651/9600-0,
Fax: +49(0)6651/9600-16,
Internet: http://www.h-wiegand.com,
E-Mail: h-wiegand@web.de

Schneidwerkzeuge



Friedr. Dick GmbH & Co. KG
Postfach 1173 · D-73777 Deizisau
Germany

Messer · Werkzeuge · Wetzstähle · Schleifmaschinen

www.dick.de

Sortieranlagen



www.liebel-waegetechnik.de
Telefon 091 87- 808 90 - 0

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

Teigwarenkoch- und -kühlanlagen



59329 Wadersloh - Diestedde
Lange Straße 63 - 67
Telefon 0 25 20 / 89 - 0
Fax 0 25 20 / 89 - 50
info@berief.de

Trockner für Kunststoffbehälter



83737 Irschenberg · Germany
Tel. +49 (0) 80 62 · 70 75-0
Fax +49 (0) 80 62 · 61 64
www.wvgkainz.de

PATE WERDEN - LEBEN RETTEN



www.worldvision.de

Vakuumverpackung



Kammer-, Schalensiegel-, Tiefziehmaschinen, Verpackungsmaterial
VC999 VERPACKUNGSSYSTEME GMBH
Industriestrasse 10
D-78234 Engen
Telefon +49 77 33 948 999
info@vc999.de www.vc999.de

Verpackungsmaschinen



VARIOVAC

know-how in packaging

19246 Zarrentin am Schaalsee
www.variovac.de
Tel.: 038851-823-0

FleischNet.de

Onlinemagazin rund um Fleisch und Wurst

Content Service zum Top-Preis
Wir liefern Ihnen die Inhalte, die Sie brauchen.

Zerlegeanlagen



83737 Irschenberg · Germany
Tel. +49 (0) 80 62 · 70 75-0
Fax +49 (0) 80 62 · 61 64
www.wvgkainz.de



Impressum 1. Jahrgang

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

Verlagsniederlassung München
Postadresse:

Postfach 34 01 33,
D-80098 München

Hausadresse:

Augustenstraße 10,
D-80333 München

Telefon: 0 89 / 3 70 60-0

Telefax: 0 89 / 3 70 60-111

Internet: www.blmedien.de

E-Mail: muc@blmedien.de

Verlagsleitung München:

Annemarie Heinrichsdobler
Paula Pommer (Stellvertretung)

Chefredakteurin (verantwortlich i.S.d.P.):

Annemarie Heinrichsdobler (hei)
Telefon: 0 89 / 3 70 60-100

Ständige Autoren:

Fritz Gempel (fge), Christine Mathea-Litke (cmli),
Astrid Schmitt, Heike Sievers, Stefan Ulbricht
(ust), Bernadette Wagenseil (bew)

Anzeigen:

B&L Medien Gesellschaft mbH & Co.KG
Augustenstraße 10, 80333 München
Telefon: 0 89 / 3 70 60-110
Telefax: 0 89 / 3 70 60-111

Paula Pommer (verantw.) -110

Gerhild Burchardt -205

Rosi Höger -210

Gabriele Leyhe -225

Rocco Mischok -220

Bernd Moeser -200

Torsten Sievers -215

Edda Evertz, Tel.: 0 61 24 / 70 28-68

Gültige Anzeigenpreisliste Nr. 15
vom 1.1.2012

Anzeigenabwicklung:

Stefanie Wagner -260
Felix Hesse -261

Layout:

Sanda Kantocci -256
Michael Kohler -255
Liane Rosch -258

S. Anderle/ Sonar Gröbenzell,
Rita Wildenauer

Abonnentenbetreuung:

Basak Aktas (verantw.) -270
E-Mail: b.aktas@blmedien.de

Bezugspreis:

Erscheint 6-mal jährlich, 80,- € jährlich
inkl. Porto u. Mwst. Ausland 95,- €

inkl. Porto. Kündigungsfrist: Nur schriftlich
drei Monate vor Ende des berechneten Bezugsjahres.

Anschrift aller Verantwortlichen:

B & L MedienGesellschaft mbH & Co. KG,
Verlagsniederlassung München,
Augustenstraße 10, D-80333 München

Repro und Druck:

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

Verlagskonten:

Postbank Köln, Konto-Nr. 33 735 507
(BLZ 370 100 50); Dresdner Bank AG
Düsseldorf, Konto-Nr. 0590 340 300

(BLZ 300 800 00); Commerzbank AG
Hilden, Konto-Nr. 6 522 007

(BLZ 300 400 00);

Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte
übernimmt der Verlag keine Gewähr. Namentlich
gekennzeichnete Beiträge geben nicht immer die
Meinung der Redaktion wieder. Nachdruck
und Übersetzung veröffentlichter Beiträge dürfen,
auch auszugsweise, nur mit vorheriger
Genehmigung des Verlages erfolgen. Im Falle von
Herstellungs- und Vertriebsstörungen durch
höhere Gewalt besteht kein Ersatzanspruch.
Für den Inhalt der Werbeanzeigen

gen ist das jeweilige Unternehmen verantwortlich.

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

Gerichtsstand: Hilden

ISSN: 0176-9502
Der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der
Verbreitung von Werbeträgern angemeldet.

Bekanntgabe laut Bayrischem Pressegesetz vom 3.10.1949: persönlich haftender Gesellschafter der B & L MedienGesellschaft mbH & Co. KG, D-40724 Hilden, ist zu 6,865% die B&L MedienGeschäftsführungsgesellschaft mbH, D-40724 Hilden, und Kommanditist ist zu 93,135% die Erbengemeinschaft T. Zaack van Heel, Bevollmächtigter und Beiratsvorsitzender Prof. Dr. Bernd H. Kossow, 51429 Bergisch-Gladbach.

JETZT

Prämie sichern!



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

Zur Begrüßung erhalten Sie ein exklusives Geschenk:

- Geschenkbox mit zwei Tassen von Kahla: Die Plastizität des kobaltblauen Dekors verleiht dem Porzellan eine besondere Lebendigkeit.
- Eine VitaJuwel® Edelsteinphiole mit Wellness-Mischung (Rosenquarz, Amethyst, Bergkristall) für eine wirkungsvolle, energetische Veredelung von Trinkwasser

Abo auch im Internet:



Einfach Coupon ausfüllen,
ausschneiden und senden an:

B&L MedienGesellschaft
Abo-Service
Postfach 34 01 33
80098 München

Oder faxen an:
(089) 370 60-111

Meine Bestellung kann ich innerhalb von 14 Tagen ohne
Angabe von Gründen schriftlich widerrufen. Zur Wahrung
der Widerrufsfrist genügt die rechtzeitige Absendung einer
schriftlichen Kündigung an: B&L MedienGesellschaft,
Abo-Service, Postfach 34 01 33, 80098 München

Ja, ich abonniere **FH** FLEISCHER-HANDWERK

6 Ausgaben zum Abo-Preis von 80 €
inkl. Postgebühren und MwSt. (Ausland: 95 €)

Als Begrüßungsgeschenk wähle ich

- die Porzellantassen von Kahla in der
Geschenkbox
- eine VitaJuwel® Edelsteinphiole

Firma

Name

Vorname

Straße, Nr.

PLZ, Ort

Telefon, Fax

E-Mail

Datum, Unterschrift

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

- Ich begleiche mein Abo
nach Rechnungseingang.
- Bitte buchen Sie den Jahres-Abo-Preis
von 80 € bzw. 95 € von meinem Konto ab:
(Abbuchungen nur von deutschen Konten)

Bankinstitut

Bankleitzahl

Kontonummer

Kontoinhaber

Datum, Unterschrift

INNOVATIVE GÜTEZUSÄTZE,
GEWÜRZE UND MARINADEN
FÜR EXZELLENT FLEISCHWAREN



FRISCHHALTER | KUTTERHILFSMITTEL | LAKEZUSÄTZE | EMULGATOREN | FARBSTOFFE | UMRÖTE-
HILFSMITTEL | ROHPÖKELWAREN | ROHWURSTPRÄPARATE | DÖNERPRODUKTE | GESCHMACKS-
VERSTÄRKER | GEWÜRZE | AROMEN | MARINADEN | PANADEN | BEILAGEN | SOSSEN | DESSERTS