

FH

FLEISCHER-HANDWERK

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



FLEISCHER MIT ERFOLG

Fleischerei J. Clausen, Flensburg

MOBILER VERKAUF

Umsatz auf Rädern

GRILLEN

Das Auge isst mit

KOLLEGENBÖRSE

Großhandel mit Kollegen

ZEIGEN SIE IHRE STÄRKEN

Europ. Fleischindustrie: tausende falsch deklarierte Fertiggerichte
Fleischerhandwerk: keine!!!



Marco Theimer
Redakteur

Dieser Vergleich sagt alles! Pferdefleisch an sich ist ja nichts Schlimmes und für manchen sogar eine leckere Spezialität, aber in tiefgekühlte Lasagne oder Gulasch aus der Dose gehört es nicht hinein – jedenfalls NICHT wenn auf dem Etikett „mit oder aus Rindfleisch“ draufsteht. Diese Täuschung der Verbraucher – ob von der Fleischindustrie bewusst in Kauf genommen oder nicht – ist nicht zu akzeptieren und muss konsequent von der Politik reglementiert und strafrechtlich verfolgt werden.

Eines ist jedenfalls sicher: Das deutsche Fleischerhandwerk hat einen in diesem Maße

groß angelegten Etikettenschwindel nicht nötig und bisher auch noch nie erlebt. Doch wie können Sie, liebe Leser, von dem jüngsten Lebensmittelskandal profitieren? Ganz einfach: Es gilt, die Kunden, die lieber Tiefkühl-Lasagne oder -Bolognese für 2,99 € oder weniger kaufen, auf Ihre Seite zu ziehen und sie noch stärker als bisher durch Qualität und Herkunftsgarantien zu überzeugen. Nutzen Sie die Chance, zeigen Sie Ihre Stärken, stellen Sie Ihr Qualitätsbewusstsein weiter unter Beweis und bieten Sie verzehrfertige, frisch hergestellte und geschmacklich kreative Speisen und Mittagsgerichte an, die es so im Supermarkt oder

Discounter nicht gibt. Erklären und betonen Sie aktiv im Kundengespräch die Unterschiede und kulinarischen Besonderheiten ihrer Spezialitäten. Der aufgeklärte Verbraucher wird es Ihnen danken und kommt bei Gefallen auch gerne wieder.

Auf lange Sicht wird sich Qualität durchsetzen. Das beweisen auch die Fleischereien, die durch Heiße Theke, Partyservice oder Catering erfolgreich sind, und für die Kunden auch einmal 30 km fahren, um regionaltypische Fleisch- und Wurstwaren zu kaufen. Und diese Kunden wissen: Wo Fleischerhandwerk draufsteht, ist auch Fleischerhandwerk drin!

**Exklusiv für
Innungs-Mitglieder!**

FleischereiPilot

Ein Gemeinschaftsprojekt mit dem
Deutschen Fleischer-Verband



**Werden Sie mobil –
mit der neuen Smartphone-App
für Fleischereien!**

Präsentieren Sie Ihr Fleischer-Fachgeschäft mobil auf iPhone und Adroid-Smartphone. Mit Ihrem Eintrag und dem eigenen Firmenprofil im FleischereiPilot finden die Verbraucher Ihr Fachgeschäft sowie Ihre aktuellen Informationen und Angebote jederzeit und von überall.

Informieren Sie sich jetzt, wie der FleischereiPilot optimal für Ihre mobile Werbung und Kundeninformation eingesetzt werden kann: www.blnewmedia.de/fleischereipilot oder telefonisch unter **02103/204700**.





BRANCHENBLICK:

Aktuelles aus der Branche 4
 Homann Snack Star 2013..... 5
 DFV-Obermeistertagung 11

NACHWUCHS:

Sarah Schulte-Austum, Rheine:
 Neue Wege gehen..... 8

GRILLEN:

Das Auge isst mit..... 16

FOOD:

Back-Snacks bringen Umsatz 21

GROSSHANDEL:

Großhandel mit Kollegen 34
 Komplettlieferant aus Tradition 36

Titelbild:

Seit über 71 Jahren besteht die Fleischerei Jacob Clausen in Flensburg, die heute erfolgreich von Dirk und Anne Hammann geführt wird.

*Foto: Fleischerei Jacob Clausen
 www.fleischerei-clausen.de*

PRODUKTION:

Rauch ist nicht gleich Rauch 39
 Verpackung: Das Auge kauft mit 43

MOBILER VERKAUF & TRANSPORT:

Umsatz auf Rädern 44

SCHÄDLINGSBEKÄMPFUNG:

Hygiene ist das A und O 47

RUBRIKEN:

Blätter zur Berufskunde 13
 Neu auf dem Markt 50
 Gesucht & Gefunden..... 51
 Impressum..... 54

FLEISCHER MIT ERFOLG

Duisburg:
 Klein, aber fein,
 Eckhard Hirtz..... 24

Flensburg:
 Wo Einkaufen ein Erlebnis ist,
 Dirk Hammann 26

Kiefersfelden:
 Am richtigen Platz,
 Ringo Pietzka..... 28

München:
 Beim Feinkostmetzger,
 Franz Künzner 30

Berlin:
 Aus Erfahrung gut,
 Jörg Staroske 32

Beilagenhinweis: Der gesamten Auflage liegen Beilagen von Beck Gewürze, Schnaittach, und der Rex Ges. mbh, Thalgau/A, sowie ein Fragebogen der B&L MedienGesellschaft, München, bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.



1. Bayerische Fleischerschule Landshut Erste Hürde genommen

Die Teilnehmer des 419. Meisterkurses an der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut haben die erste Hürde auf dem Weg zum Meistertitel genommen. Nach Beendigung der Teile I (Fachpraxis) und II (Fachtheorie) präsentierten die Schüler in der Lehrwerkstatt der Schule einen Querschnitt ihrer selbst produzierten Schmankerl, u. a. Kalbs- und Leberkäse, Bierschinken, Mosaik-Pastete, Mett-, Gelb- und Leberwurst sowie Presssack. Bei der anschließenden Verkostung bestätigten ihnen die Referenten um den 1. Fachlehrer Roland Rauscheder und den Schulverantwortlichen hohe meisterliche Qualität. Vor der Auszeichnung mit Meisterehren steht für die jungen Handwerker nun aber erst das Lernen für die Kursteile III (Betriebswirtschaft/Recht) und IV (Arbeitspädagogik) an. Die erfolgreichen Prüfungsteilnehmer werden am 10. März 2013 feierlich verabschiedet. www.fleischerschule-landshut.de

MARKENSCHAUFENSTER

GS - Schleiftechnik
www.gs-de.eu

- * "NEUHEIT"
- * Der neue Nassbandschleifer
- * Wenn's scharf sein soll

Telefon: +49 (0)9193 - 4404
mail: info@gs-de.eu

tell more - sell more

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

Gewinnspiel

Messer suchen!

... und gewinnen!



Gute Messer sind das A und O! In dieser Ausgabe sind einige Messer mit einem blauen Griff versteckt. Blättern Sie das Heft durch und zählen Sie, wie viele Messer insgesamt abgebildet sind. Achtung: Die Messer auf dieser Seite zählen nicht dazu!

Unter den richtigen Antworten verlosen wir 3 x 3 Dick-Messer der Serie ExpertGrip 2K. Diese Serie wurde speziell für das gelenkschonende Zerlegen entwickelt und erleichtert das konzentrierte Arbeiten beim Ausbeinen. Die Messer ermöglichen ein ermüdungs- und schmerzfreies Arbeiten und sind in 16 Typen erhältlich.

Die richtige Lösung senden Sie bitte an:
muc@blmedien.de

Gewinnspiel auch unter: www.fleischnet.de

Einsendeschluss ist der 19. April 2013

Viel Glück!

Aus allen richtigen Antworten wird der Gewinner per Los ermittelt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Die Gewinner werden schriftlich informiert. Eine Barauszahlung ist nicht möglich. Mitarbeiter der B&L MedienGesellschaft und deren Angehörige sind von der Teilnahme ausgeschlossen.

Dr. Oetker

Neun Medaillen gewonnen

Das DLG-Testzentrum Lebensmittel zeichnete die Marke Fleischer von Dr. Oetker Food-Service mit drei Gold-, fünf Silber- und einer Bronze-Medaille für die Qualität ihrer Produkte aus. In der internationalen Prüfung für Convenience-Food bewerteten Experten die Qualität von insgesamt 5.396 Produkten. Um eine Prämierung zu erhalten, mussten die Produkte neben Laboranalysen, Deklarationskontrollen sowie einer Verpackungs- und Zubereitungsprüfung auch umfangreiche Sensorik-Tests bestehen. www.fleischer-gmbh.de


DLG

3.054 Fleischerzeugnisse getestet

Mit der Internationalen Qualitätsprüfung für Schinken und Wurst eröffnete das Testzentrum Lebensmittel der DLG sein Prüfungsjahr. Zwei Tage lang wurden 3.054 Fleischerzeugnisse von 460 Herstellern qualitativ untersucht. Der wichtigste Test ist die sensorische Produktanalyse. Dabei stehen die visuellen (z. B. Farbe, Form), die haptischen (z. B. Konsistenz und Textur), die olfaktorischen (Geruch) und gustatorischen Dimensionen (Geschmack) im Mittelpunkt. Im März werden weitere 3.000 Produkte unter die Qualitätslupe genommen. www.dlg.org



SNACK-ATTACK

Nach dem großen Erfolg 2011 und 2012 sucht Homann in diesem Jahr in Kooperation mit den  und **FH** zum dritten Mal den „Homann Snack Star 2013“. Bei diesem bundesweit stattfindenden Wettbewerb, der unter dem Aspekt der nachhaltigen Nachwuchsförderung steht, werden kreative To-go-Snacks gesucht.

Kreativ angerichtete und abwechslungsreiche, warme und kalte Snacks sind für das To-go-Geschäft in Fleischerfachgeschäften eine wichtige zusätzliche Einnahmequelle. Deshalb setzt Homann sein Engagement für den Nachwuchs im Fleischerhandwerk auch 2013

fort und geht in Kooperation mit der f-Marke und dem Fachmagazin **FLEISCHER-HANDWERK** in die dritte Runde. Im Rahmen des Wettbewerbs können die Nachwuchskräfte eigene kreative Snack-Ideen entwerfen und damit eine gute Basis für mehr Umsatz im eigenen Betrieb schaffen. Mit diesen Snacks lassen sich vor allem jüngere Verbraucher ansprechen. Gefragt sind moderne, kreative To-go-Snacks. Jede Snack-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. Allen Gewinnern winken wertvolle Preise.

Detaillierte Infos zum „Homann Snack Star 2013“ bzw. zu den Anmelde- und Teilnahmebedingungen gibt es in der Ausgabe 3/2013 von **FLEISCHER-HANDWERK**

Ein Video zu der Preisverleihung und den Gewinnern des Snack Star finden Sie bei uns im Netz: www.fleischnet.de/snackstar2012



▲ **1. Platz 2012:** Sarah Schulte-Austum: **Gefüllte Laugenkugel**



▲ **2. Platz 2011:** Michelle Mutzbauer & Daniela Auris: **Zigeuner-Snack**



▲ **Sonderpreis 2012:** Sebastian Zock: **Puten-King**



▲ **1. Platz 2011:** Frederik Schillbock & Michael Kohlhepp: **Bayerischer Hot Dog**



▲ **3. Platz 2012:** Sascha Müller & Christian Gerlach: **Rheinischer Döner**



Fotos: Homann

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

Bitte senden Sie mir weitere Infos zu: **Wiederholungstäter sind willkommen: Auch Teilnehmer und Sieger der letzten Jahre können wieder mitmachen!**

Aktionszeitraum:
März bis Oktober 2013

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: _____



Moritz Häfele



Gabriele Bechtel und Sven Tholius



Wolfgang Apel



BRANCHEN-EVENT IN HAMBURG

Beim zweitägigen „Trendsalon Bedientheke“ am 23. und 24. September 2013 bringen der Veranstalter „Fritz Gempel marketing works“ und das Fachmagazin FLEISCHER-HANDWERK in Hamburg viele in der Branche bekannte Berater und Praktiker zusammen.

tet wurde. Diese bietet über „mehr Teilstücke für Steaks und das Kurzbraten“ eine höhere Wertschöpfung. Der Coach und Filialisten-Experte Edgar Rinke erklärt worauf es beim Filialistenerfolg ankommt. Die Berater Gabriele Bechtel und Sven Tholius befähigen die Teilnehmer dazu, „ihr eigener Verkaufcoach“ zu werden. Fachberater Roland Paule schildert die „Wurstherstellung ohne Zusatzstoffe“ und Organisator Fritz Gempel beschreibt den „Chef 3.0“. Der Ehrenpräsident des Deutschen Tierschutzbundes Wolfgang Apel erläutert die Chancen des Tierschutzlabels für die Fleischbranche. Neuland-Geschäftsführer Thomas Strauß bewertet die Chancen des

alternativ-bäuerlichen Qualitätsfleischprogramms aus besonders tiergerechter Haltung. Thomas Borsutzky von Aman Media referiert über Neue Medien und der Diplomm-Kulinaristiker Moritz Häfele von der Metzgerei Häfele aus Winnenden über „Die erfolgreiche Praxis der Markthalle – von der Wiedergeburt einer traditionellen Verkaufsform“. Am Abend des ersten Tages geht es an Bord der Luxus-Barkasse „Hanseat“. Mit dabei ist dann auch der DFV-Vizepräsident und Landesinnungsmeister Michael Durst. Die Teilnahme kostet für beide Tage 590€, für die Kunden und Partner der Referenten 440 € (zuzüglich MwSt.). www.gempel.de

MARKENSCHAUFENSTER

BRUNOX
Lubri-Food[®]

High-Tec Allrounder für die Lebensmittelindustrie NSF H1 registriert

Schmierung • Korrosionsschutz • Wartung

BRUNOX AG, BRUNOX GmbH,
CH-8732 Neuhaus/SG DE-85001 Ingolstadt

Tel.: +411055 28580-80 Tel.: 0841 961 29-04
Fax: +411055 28580-81 Fax: 0841 961 29-13

KRAMER

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

„Das Geld wird im Laden verdient!“

Optimieren Sie Ihren Verkauf mit der SBW-Schwachstellenanalyse.

Claudia Wild

Telefon 06758/328 941

SBW
FACHBERATER FÜR FEISCHER

www.sbw-beratung.de

Das interessante Veranstaltungsprogramm an beiden Tagen verspricht ein Best of für „Profis im Fleischgeschäft“. Der fachlich-praktische Höhepunkt ist die Präsentation einer „neuen Rindfleisch-Feinzerlegung“, die von der Fleischerabschlussklasse 2013 der Berufsschule Hamburg unter Leitung von Studiendirektor und Fleischermeister Norbert Latz erarbei-

Messe Frankfurt IFFA 2013

Lebensmittelsicherheit, Qualitätssicherung und Rückverfolgbarkeit sind die Themen der IFFA, die vom 4. bis 9. Mai 2013 in Frankfurt stattfindet. Rund 950 Aussteller aus 47 Ländern zeigen dort ihre Innovationen. In diesem Jahr präsentiert sich die Messe mit einer neuen Geländestruktur. Zum ersten Mal ist die Halle 1 belegt, in der die Bereiche Verpacken, Versorgungseinrichtungen, Mess- und Wägetechnik sowie Anbieter aus dem Segment Verarbeiten und Schneiden angesiedelt sind. Das Angebot für Ingredienzien, Gewürze, Hilfsstoffe, Därme und Packmittel ist in Halle 4 zu finden, der Bereich Verarbeiten in Halle 8 und die Bereiche Schlachten und Zerlegen in den Hallen 9.0 und 9.1. In Halle 4 finden die Besucher Neuheiten zum Thema „Verkaufen – Alles rund um das Fleischerfachgeschäft“. www.iffa.messefrankfurt.com



Fotos: privat, Messe Frankfurt



ICH LESE



FLEISCHER-HANDWERK, WEIL

Magnus Bauch, Fleischermeister in München

... es auf den Inhalt ankommt!



„Um seinen Traumberuf zu finden, muss man auch mal etwas wagen“, betont die Auszubildende Sarah Schulte-Austum aus dem nordrhein-westfälischen Rheine. Ihr Mut wurde sogar mit einem 1. Platz belohnt: beim Homann Snack Star 2012.

ihr so gut, dass sie über eine erneute Teilnahme 2013 nachdenkt. Von ihrem Arbeitgeber wurde sie dabei unterstützt: „Meinen Siegersnack, die „Gefüllte Laugenkugel“, habe ich mit der Juniorchefin, Marlen Achterkamp, gemeinsam kreiert“, berichtet sie. Aber jetzt steht erst einmal die Gesellenprüfung im Mai an, auf die sie sich schon fleißig vorbereitet. Was danach kommt, darüber hat sie sich noch keine konkreten Gedanken gemacht. „Ich hoffe, dass ich im Betrieb bleiben werde. Was dann kommt? Schauen wir einmal“, verrät sie schmunzelnd.

NEUE WEGE GEHEN

ABWECHSLUNG BIETEN

Nicht ganz ausschließen möchte die Auszubildende einen Aufenthalt im Ausland. „Interesse hätte ich schon, aber ich wüsste noch nicht, wohin es gehen sollte“, zeigt sie sich noch etwas unsicher, aber: „Eindrücke gäbe es dabei sicher eine Menge zu sammeln.“ In der Branche auf dem Laufenden hält sie sich unter anderem mit dem Fachmagazin Fleischer-Handwerk sowie einer Zeitung aus der Schule. Darin findet sie immer wieder Interessantes, wie etwa Ausbildungsbetriebe, die Auszubildende suchen. Diese Information gibt sie gerne an Freunde weiter. An die Jugend richtet sie folgenden Wunsch: „Viele Jugendliche trauen sich nicht, Berufe in der Fleischbranche zu ergreifen, da sie eine völlig falsche Vorstellung haben. Sie sollten einfach mal reinschnuppern und den Beruf „live“ erleben. Dann können sie sich ein realistisches Bild machen“. Aber auch über ihre Branche macht sie sich durchaus so ihre Gedanken. Damit ein Fleischerfachgeschäft auch in Zukunft bestehen kann, ist Abwechslung in der Theke absolut notwendig. „Ein wechselndes Sortiment, das auch mit der Zeit geht, ist unerlässlich für ein langes Bestehen eines Betriebes“, sieht die 23-Jährige die Kreativität und Anpassungsfähigkeit der Fleischbranche gefordert.

www.partyservice-achterkamp.de

Eine klassische familiäre Vorbelastung für diesen Beruf habe ich nicht. Dennoch gab den Anstoß dazu meine mittlere Schwester, die ebenfalls Fleischereifachverkäuferin ist. Die Erzählungen aus ihrem Berufsleben haben mir sehr gut gefallen. Daher dachte ich mir, ich probiere es einfach mal aus“, beschreibt Sarah Schulte-Austum ihre „Berufung“. Diese Entscheidung hat die Auszubildende im dritten Lehrjahr bei der Fleischerei Achterkamp in Rheine-Mesum bis heute nie bereut. „Ich liebe meinen Beruf. Ich mag den Umgang mit den Kunden, sie bei der Fleisch- und der Wursta Auswahl zu beraten und ihnen Produkte anzubieten. Zudem bietet mein Ausbildungsbetrieb auch Partyservice und Fingerfood an. Dabei kann ich viele tolle Eindrücke sammeln – auch für zu Hause. Einiges davon konnte ich schon bei Partys zu Hause umsetzen“, hebt Sarah Schulte-Austum eine nützliche Seite ihres Berufs hervor.

2012 nahm die 23-Jährige an ihrem ersten Wettbewerb, dem Homann Snack Star, teil, aus dem sie gleich als Siegerin hervorging. Der Wettbewerb gefiel



Kleine

Köstlichkeiten große Wirkung!



- mehr als 300 Seiten mit Rezepten, Tipps, Ideen und Vorschlägen für Catering und Partyservice
- 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) 20 42 04

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



Preis inkl. MwSt. frei Haus innerhalb Deutschlands. Auslandsbestellungen: Preis wie vor, unverzollt und unverteuert, Übersee zzgl. Versandkosten. Preisänderungen vorbehalten. Widerrufsrecht für Endverbraucher: 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

FH/2/2013

Name/Vorname

Firma

Straße/Nr.

PLZ/Ort

Telefonnummer

Datum/Firmenstempel und Unterschrift

MACHEN SIE SICH FIT: SEMINARE 2013 (AUSWAHL)

<h2 style="background-color: #c00000; color: white; padding: 5px;">FOOD</h2> <p>AVO Feinkost-Seminar „Erfolgsrezepte für Theke, Küche & Partyservice“ 18. - 20. März Fortbildungszentrum der AVO-Werke August Beise, Belm</p> <p>Hela „Grillinspirationen 2013“ 19. März Berufliche Schule Bad Mergentheim 21. März Gasthaus Back, Münnersstadt-Reichenbach 04. April Galileo-Park Sauerland, Lennestadt-Meggen 09. April Haus des Handwerks, Rheine 11. April Fleischer-Einkauf Westfalen, Dortmund 23. April Gewerbeschule Durlach, Karlsruhe</p> <h2 style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px;">TECHNIK</h2> <p>Eloma „Eloma-Praxis-Seminar“ – kostenlos 02. April Ettlingen 10. April Villingen-Schwenningen 16. April Gerolzhofen 23. April Bad Gottleuba/Berggießhübel 23. April Hamburg 24. April Bonn 25. April Berlin-Wilmersdorf 25. April Maisach 15. Mai Pegnitz 16. Mai Erfurt 28. Mai Bad Gottleuba/Berggießhübel</p>		<p>„Eloma Service Team Partner“-Weiterbildung 24. Oktober Maisach</p> <p>„Basisschulung“ 12.-13. März Maisach 10.-11. September Maisach 05.-06. November Maisach</p> <p>„Aufbauschulung“ 14. März Maisach 12. September Maisach 07. November Maisach</p> <p>Lebensmittelinstitut KIN e.V. „HACCP“ 06. März Lebensmittelinstitut KIN, Neumünster</p> <p>„Schneller Einstieg in das Qualitätsmanagement“ 18.-22. März Lebensmittelinstitut KIN, Neumünster</p> <p>Rational Themenspezial „Snack & Back“ 27. März Gerolzhofen 22. Mai Gerolzhofen 21. August Gerolzhofen 20. November Gerolzhofen</p> <p>„SelfCookingCenter“-Seminar ■ BADEN-WÜRTTEMBERG 12. März TC Dornstetten im Norma, Dornstetten 22. März Berufsbildungswerk Adolf Aich, Ravensburg</p> <p>■ BERLIN 20. März Lette-Verein, Berlin-Schöneberg 21. März Hotelfachschule Berlin, Berlin-Mitte</p>		<p>26. März Hotelfachschule Berlin, Berlin-Mitte</p> <p>■ BRANDENBURG 18. März Oberstufenzentrum, Cottbus 19. März DRV Berlin-Brandenburg, Rheinberg 25. März OSZ 2/ Bamim, Eberswalde</p> <p>■ HESSEN 18. März Berufliche Schulen, Bad Hersfeld 18. März Käthe-Kollwitz-Schule, Wetzlar 25. März Fripa, Bensheim</p> <p>■ MECKLENBURG-VORPOMMERN 18. März SeminarCenter, Schwerin 19. März Zentrum für Lebensmitteltechnologie, Neubrandenburg 20. März Berufliche Schulen für Ernährung und Hauswirtschaft, Rostock</p> <p>■ NIEDERSACHSEN 20. März Oskar-Kämmer-Schule, Braunschweig 26. März Deutsche See, Bremerhaven</p> <p>■ NORDRHEIN-WESTFALEN 19. März Hochschule Niederrhein, Mönchengladbach</p>		<p>20. März Berufskolleg Glockenspitze, Krefeld 21. März Adolph-Kolping-Schule, Münster 27. März Handwerkskammer zu Köln</p> <p>■ SACHSEN-ANHALT 24. März Maritim Hotel, Magdeburg</p> <p>■ SCHLESWIG-HOLSTEIN 19. März Gewürzwerk Herрман Laue, Ahrensburg 20. März Berufliche Schule Bau und Nahrung, Kiel 21. März Gewerbeschule Nahrung und Gastronomie, Lübeck</p> <p>■ THÜRINGEN 19. März Technologie und Bildungszentrum, Eckhardtshausen 20. März CJD Berufsbildungswerk, Gera</p> <p>Wiesheu „Wiesheu-Öfen in der Anwendung“ 19. März Wolfen 06. Juni Affalterbach 25. September Affalterbach 14. November Affalterbach 21. November Wolfen</p>	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Informationen und Anmeldung unter:

www.avo.de	www.kin.de
www.eloma.de	www.rational-online.com
www.hela.eu	www.wiesheu.de



DAS ERFOLGSREZEPT FÜR FLEISCHERFACHGESCHÄFTE

Viele Fleischereifachgeschäfte müssen schließen, aber nicht etwa, weil sie eine schlechte Qualität verkaufen. Ganz im Gegenteil, die Qualität ist sehr oft eine überdurchschnittlich gute.

Viele Inhaber von Fleischereifachgeschäften arbeiten bis zur Erschöpfung in ihrem Unternehmen, statt sich gezielt mit der Arbeit an ihrem Unternehmen zu beschäftigen – mit der Positionierung des Unternehmens am Markt. Claudia Wild von der SBW-Fachberatung für Fleischer hat dafür die „Erfolgsmethode für Fleischer“ entwickelt, die sich aus vier einzelnen Modu-

len zusammensetzt, die einzeln oder als Komplettpaket wählbar sind. Das erste Modul betrifft die Verkaufsoptimierung, d. h. eine Sortimentsüberarbeitung in Kombination mit einer ansprechenden Thekenpräsentation. Bei Bedarf stellt Claudia Wild einen speziell für die Fleischertheke ausgearbeiteten SBW-Thekenbelegungsplan zusammen, der auf die Schlagwör-

ter gesund, schnell, abwechslungsreich und unkompliziert ausgerichtet ist. Im SBW-Mitarbeitertraining „Fit für den Verkauf“ werden Verkaufstechniken, Verkaufspsychologie, Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppen, Service und betriebsrelevante Zahlen erläutert. Der nächste Schritt ist die SBW-Unternehmensstrategie. Hier arbeitet Claudia Wild gemeinsam mit dem

Inhaber an einem erfolgreichen Unternehmenskonzept. Abschließend spricht die Verkaufstrainerin das immer komplexer werdende Marketing an. Statt althergebrachter Schwarz-Weiß-Anzeigen sollten Fleischereien gekonnt platzierte Marketinginstrumente nutzen, um sich gegen die Werbeslogans der Supermärkte durchzusetzen. www.sbw-beratung.de

DISKUTIEREN SIE MIT UNS!



Diese Bitte richtete Heinz-Werner Süss, Präsident des DFV, in seiner Begrüßungsrede bei der 8. Obermeistertagung Süd in Würzburg an die Anwesenden. Steuerrecht, Werbung, Soziale Medien, Tierwohl und Energieberatung standen in der Weinmetropole auf der Tagesordnung.

Bei der 8. Obermeistertagung Süd in Würzburg war das Programm eng gestaffelt. Heinz-Werner Süss, Präsident des DFV, erinnerte daran, dass die Beschlüsse, die beim Deutschen Fleischerverbandstag 2012 in Koblenz beschlossen wurden, nicht der Schlusspunkt seien, sondern erst der Anfang der Aufgabenstellung an den DFV. „Die vier Fachbeiräte leisten hervorragende Arbeit. Jeder von ihnen hat bereits zweimal getagt, jener für Werbung sogar dreimal. Ich freue mich, dass wir diese Räte ins Leben gerufen haben. Denn so ist es möglich, intensiver über Themen zu beraten.“ Im Anschluss an die Begrüßung gab Hauptgeschäftsführer Martin Fuchs einen Überblick über die

Arbeitsschwerpunkte des DFV. Er fasste die Mitgliederbefragung mit dem Motto „Wie nehmen die Mitglieder den Jahresbericht auf?“ zusammen. Demnach bekam der Verband 2012 mit 215 Antworten so viele wie noch nie. Diesen sei zu entnehmen, dass 82 % den Jahresbericht für wichtig halten. Aktuelle Themen durften in seinem Vortrag natürlich nicht fehlen. Daher bezog der Hauptgeschäftsführer auch zum derzeitigen Brennpunkt „Pferdefleischskandal“ Stellung. „Wir haben bewusst auf eine offensive Position verzichtet und auf defensive Pressearbeit gesetzt. Denn in diesem Skandal steht die Industrie im Vordergrund, daher sahen wir keine Notwendigkeit, das Hand-

Foto: List

*Innovative Lösungen sind unsere Herausforderungen.
Die Ergebnisse Ihre Vorteile.*

Diese Aussage stellen wir täglich unter Beweis. Mit Produkten wie z.B. Industrierwölfe, Kutter, Sägen, Schärfmaschinen, Kühltumbler, Pökelsysteme, Injektoren oder...oder... ebenso wie Individuallösungen für unterschiedliche Bereiche.

Besuchen Sie uns
vom 04. - 09.05. 2013
in Frankfurt/Main
Halle 8 - Stand C 36/ C44

IFFFA



Mischen. Zerkleinern. Homogenisieren in einem Arbeitsgang. Mit dem **patentierten** System „**Extruderwolf**“ von **MADO** für die Wurstwaren-, Brät- und Hamburgerherstellung.

Mengen. Mischen. Massieren. Veredeln. **VAKONA-Systeme** für beste Produktqualität. Für Fleisch- und Wurstwaren ebenso wie für Fisch, Gemüse und viele andere Lebensmittel.



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



for the best



Für mehr Informationen:

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

www.vakona.com
Tel. : +49(0)5483-8081

werk ebenfalls in den Mittelpunkt zu rücken“, erklärte Martin Fuchs. In Arbeit befindet sich derzeit die Überarbeitung des Rahmenlehrplans für die Meisterausbildung. Hier strebt der DFV eine neue Verordnung an und möchte diese Ausbildung in puncto Niveau und Ansehen steigern. Und auch die VO über die Fortbildungsprüfung für Verkaufsleiter/innen im Lebensmittelhandwerk soll auf die selbe Stufe wie die Meisterausbildung gehoben werden. „Allerdings haben hier Bäcker und Konditoren noch andere Vorstellungen, weshalb dieses Vorhaben verzögert wird“, bedauerte Martin Fuchs. Eine Entscheidung über eine Umsatzsteuer im Partyservice und Imbissbereich steht noch aus. „Wir sind zuversichtlich, dass es keine Verschärfung Richtung 19% geben wird“, hofft Martin Fuchs. Bezüglich der Allergenkennzeichnung bei loser Ware steht ein Beschluss ebenso noch aus. Der DFV wünscht sich eine Regelung, der zufolge tagesaktuelle Produkte von der Kennzeichnung ausgeschlossen sind.

NACHWUCHSKAMPF

Über die Arbeit des Fachbeirats Werbung und Öffentlichkeit berichtete Dr. Reinhard von



Stoutz. Er berichtete den Anwesenden von der erfolgreichen TV-Werbung, die sehr gut angekommen sei. Der Gesamtvorstand entschied daher in seiner Sitzung am 31.1.2013, die TV-Werbung in diesem Jahr zu wiederholen. Gleichzeitig soll der Aufbau der Aktion Jugendfeuerwehr beginnen, die wenig Geld und lediglich Organisationsarbeit erfordere. Dieses Projekt ist eine Zusammenarbeit zwischen dem Fleischerhandwerk und der Jugendfeuerwehr, die ebenfalls massive Probleme mit der Nachwuchswerbung hat. Möglich wäre etwa eine spezielle Feuerwehrrurst, die die Fleischer bei

Veranstaltungen vor Ort präsentieren können. Neben diesen Werbemaßnahmen wurden auch die bestehenden Materialien, die beim DFV bestellt werden können, erneuert. Konrad Ammon erschütterte seine Kollegen mit einer Werbebroschüre von Edeka. Beim Einzelhandelskonzern verdienen Lehrlinge im ersten Jahr 800 €, im zweiten 900 € und im dritten 1.000 €, plus Weihnachts- und Urlaubsgeld und Übernahmegarantie. Zahlen, die Dr. Reinhard von Stoutz zu seiner abschließenden Bemerkung bewegten: „Der Kampf um den Nachwuchs ist gigantisch, und wird mit viel Geld geführt.“

FACEBOOK UND TIERSCHUTZ

Gero Jentzsch, Pressereferent des DFV, zeigte die Möglichkeiten und Risiken sozialer Netzwerke auf. Er appellierte an die Anwesenden, diese Netzwerke (Facebook, Google+, Twitter etc.) in ihrer Wirkung nicht zu unterschätzen, denn vor allem Jugendliche – mögliche Nachwuchskräfte im Fleischerhandwerk – seien in diesen Netzwerken äußerst aktiv. Sollte sich ein Betrieb für die Nutzung entscheiden, solle diese auch professionell ausgeführt werden. Besonders wichtig sei die Frage, wer diese

Seiten pflege. „Natürlich macht es Sinn, einen Azubi, der die Sprache der Jugend kennt, mit dieser Aufgabe zu betrauen. Allerdings muss ihm klar sein, dass er für das Unternehmen und nicht als Privatperson poste.“ Bei Unklarheiten bestehe jederzeit die Möglichkeit, sich an den Verband zu wenden. Bei Präsentationen etwa in Schulen oder bei Messen sei beroobi immer noch die Waffe der Wahl. Für diese Tools ist nur ein Online-Anschluss notwendig. Im Anschluss forderte Dr. Wolfgang Lutz den Einklang zwischen Verbraucherschutz und Tierschutz. Gero Jentzsch ist derselben Meinung: „Das Fleischer-

handwerk bekennt sich zur Verantwortung, den Verbrauchern gesunde und genussreiche Lebensmittel anzubieten. Eine hohe Qualität aus heimischen Regionen ist gelebter Tierschutz.“ Dieses Ziel schließe die Ebermast zur Fleischgewinnung aber aus. Der Qualitätsverlust und die zu erwartende Strukturveränderung in der heimischen Landwirtschaft müssen verhindert werden. „Die Kastration von Ferkeln ist daher unverzichtbar, und zwar unter Betäubung“, verdeutlichte er. Die Änderung des Tierschutz-Gesetzes sieht vor, dass diese Betäubung ab 2019 durch fachkundige Personen verpflichtend sei. Eine Kastration bis zum 7. Lebensstag des Tieres ohne Betäubung ist nur bis 2019 erlaubt. Ebenfalls möglich ist die Immuno-Kastration, die vom DFV jedoch abgelehnt wird. „Meiner Meinung nach ist es egal, ob ein Schwein bei der Kastration betäubt wurde oder nicht, denn der Eingriff ist nur gering. Aber für die öffentliche Meinung ist es entscheidend.“ Die Betäubung koste pro Schwein 1 €. „Die Kosten sind also überschaubar“, argumentierte Dr. Wolfgang Lutz für die Betäubung.

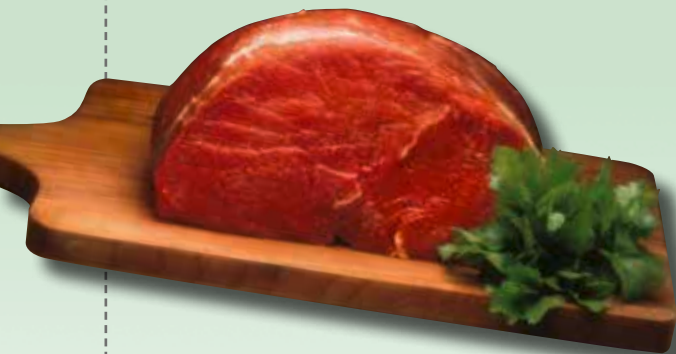
INTERNETPRANGER RECHTENS?

Nach der Mittagspause stellte Axel Nolden den Anwesenden die Angebote des DFV bei der Energieeinsparung vor. Der Energie-Schnell-Check etwa klärt die Frage, ob ein Betrieb zu hohe Energiekosten hat, ob es Auffälligkeiten bei den Regelverbräuchen gibt und wo Einsparungsmöglichkeiten vorhanden sind. „Auch eine Energieberatung vor Ort kann helfen, Kosten zu sparen.“ Rechtsanwalt Thomas Trettwer hatte die Aufgabe, die Anwesenden über die aktuelle rechtliche Lage beim Internetpranger zu informieren. „Fest steht, dass das Gesetz nicht ordnungsgemäß angewendet wird“, hielt er gleich zu Beginn seines Vortrages fest. „Bei einem Verdacht muss in zwei unterschiedlichen Laboren geprüft werden, was aber meist nicht der Fall ist.“ Eine Veröffentlichung sei auch nur rechtens, wenn ein Bußgeld von über 300 € zu erwarten ist. Ein weiteres Argument gegen dieses Gesetz ist das Fehlen von höherem Recht, also Europa- oder nationalem Recht. Auch die Bezeichnung „Sonstiger Verstoß“ reiche für eine Veröffentlichung nicht aus, da ein Bezug zu Lebensmitteln fehlt. „Wenn ein Schreiben bei Ihnen eintrifft, nehmen Sie es ernst und reagieren Sie schriftlich darauf. Halten Sie gegebenenfalls Rücksprache mit dem LIV oder dem DFV“, riet der Thomas Trettwer abschließend. *lis*



THEKE

Nur wer Fleisch verkaufen kann, macht als Fleischereifachverkäufer/in leichter Karriere. Zudem gilt die Regel: Nur, wer kochen kann, kann auch Fleisch verkaufen. Besondere Fachkenntnisse sind bei der Beratung von Rindfleisch erforderlich.



BEI RINDFLEISCH RICHTIG BERATEN

Durch Kochsendungen im Fernsehen und Feinschmecker-Zeitschriften sind viele Hobbyköche zu erfahrenen Fleischkennern geworden. Diese Kenner unter der Kundschaft wissen viel und fragen auch viel. Als Fachfrau oder Fachmann hinter der Bedientheke benötigt man daher immer einen Wissensvorsprung. Je mehr man über das Stück Rindfleisch weiß, das in der Theke liegt, umso besser kann man auch beraten. Rindfleisch bietet mehrere Möglichkeiten der Unterscheidung, z. B. nach:

Herkunft des Rindes und Rassen

Die geografische Herkunft des Rindes erfährt man über das Etikett der gesetzlich vorgeschriebenen Rindfleischetikettierung. Man sollte aber mehr wissen, als nur das Land, in dem das Tier geboren, gemästet und geschlachtet wurde. Im Idealfall sollte bis auf den Bauernhof genau beschrieben werden können, wo die Tiere gemästet wurden.

Hier sind einige der in Deutschland gehandelten Rindfleischrassen: Rot- und Schwarzbunte, Fleck- und Braunvieh, Charolais, Galloway, Angus, Limousin, Highland Cattle, Hereford, Pinzgauer und Blonde d'Aquitaine.

Haltung und Fütterung

Wesentlich ist hier zum einen die Haltung der Tiere in Mastställen. Insbesondere die Mast von Jungbullen, die etwa mit 18 Monaten schlachtreif sind, erfolgt meist ausschließlich in Ställen. In landwirtschaftlichen Betrieben mit einem hohen Anteil Grünland weiden die Tiere im Sommer auf der Wiese. Dabei wachsen sie etwas langsamer und werden meist erst mit 24 Monaten geschlachtet. Qualitätsfleischprogramme und die Verbände des ökologischen Anbaus haben weitere, besondere Regeln für die Haltung und Fütterung der Rinder. Grundregel für die Fleischqualität: Gutes Rindfleisch kommt von den etwas älteren, langsam gemästeten und auch etwas fetteren Tieren – allerdings ist solches Fleisch auch immer das teuerste.

Geschlecht und Alter des Tieres

Das Geschlecht des Tieres ist auch im geschlachteten Zustand am Körperbau erkennbar. Es ist auch bestimmend für die späteren Verwendungsmöglichkeiten in der Küche. So ist das Fleisch weiblicher und männlich-kastrierter Tiere meist stärker marmoriert und zarter. Die wichtigsten Unterscheidungen nach Geschlecht und Schlachtag sind:

- Färse (weibliches Rind, das noch nicht gekalbt hat), 18 bis 24 Monate
- Jungbulle (männlich), 18 Monate
- Ochse (männlich, wurde als Kalb kastriert), 24 bis 36 Monate
- Bulle (männlich), 30 Monate und älter
- Kuh (weibliches Rind, das ein oder mehrmals gekalbt hat), 30 Monate und älter

Typ: Bei jeder Gelegenheit die unterschiedliche Muskelausprägung und -struktur, Knochenfestigkeit, Fettfaserung und Fettfarbe bei unterschiedlichem Geschlecht und Alter der Tiere betrachten.

Reifegrad des Fleisches

Die Reifung von Rindfleisch kann im Vakuumbbeutel, einem speziellen Reiferaum oder durch Einstreichen oder -tauchen des Rindfleischstückes (meist des Roastbeefs) in flüssigem Rindertalg geschehen. Durch die Reifung (meist drei bis sechs Wochen) verändert sich das Rindfleisch:

- Es gewinnt an Zartheit (dafür sind fleischeigene Enzyme tätig) und Geschmack.
- Es verliert bis zu 30 % an Gewicht (durch das austretende Wasser). Entsprechend steigt gleichzeitig der Eiweißgehalt.
- Der Gewichtsverlust bei der Fleischreifung muss kalkuliert werden.

Teilstücke und Verwendungsmöglichkeiten

Eine sorgfältige Rindfleisch-Feinzerlegung nach den Vliesen (den Häuten im Fleisch, die die einzelnen Teilstücke trennen) ist Voraussetzung für eine gepflegte Fleischtheke. Hier eine Auswahl:

- Brust, Beinfleisch, Hals: z. B. für gekochtes Rindfleisch
- Falsches Filet, Schaufelstück, Dicker Bug: für Schmor-, Sauer- oder Rinderbraten
- Ober-/ Unterschale: für Rinderrouladen
- Rolle: für Spick- oder Sauerbraten
- Nuss (Runde Nuss und Flache Nuss): für Rinderbraten; Runde Nuss in gereifter Form auch zum Kurzbraten/ für Steaks
- Hüfte: für Fonduefleisch, Steaks oder besonders zarte Bratengerichte
- Tafelspitz: für Koch- und Bratengerichte
- Hochrippe: für Koch- und Bratengerichte; in gereifter Form auch für Steaks/ zum Kurzbraten

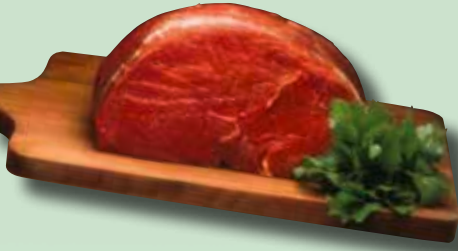
Fritz Gempel



WISSENS-CHECK TRAINING:

Rindfleisch Know-how

Ihre Aufgabe besteht darin, die folgenden Fragen zu lösen und die Antworten in kurzen Stichworten zu notieren.



? Nennen Sie die wichtigsten Kriterien, um Rindfleisch zu unterscheiden.

? Betrachten Sie im Kühlraum das Fleisch von Färsen und Jungbullen. Beschreiben Sie die Unterschiede im Aussehen.

? Nennen Sie mindestens fünf Rindfleischrassen.

? Welchen Vorteil hat der Kunde, wenn er für einen Braten gereiftes Rindfleisch kauft?

? Ein Kunde möchte „Rindfleisch mit Meerrettichsauce“ kochen. Nennen Sie die Teilstücke, die sich dafür eignen.

? Ein Kunde will einen „Rheinischen Sauerbraten“ zubereiten. Nennen Sie mindestens vier Teilstücke, die sich dafür eignen.

? Ein Kunde möchte geschnetzeltes Rindfleisch zum Kurzbraten kaufen. Welches Teilstück empfehlen Sie?

? Eine Fachrechen-Aufgabe: 4 Rinderroastbeefs mit Knochen (ohne Filet) wiegen zusammen 44 kg. Diese Teilstücke werden in einem speziellen Fleischreiferaum vier Wochen gereift. Dabei verlieren die Teilstücke 25 % Gewicht durch Wasserverlust. Durch Ausbeinen und ladenfertiges Zuschneiden gehen weitere 11 kg verloren. Die ganzen Rinderroastbeefs (frisch, mit Knochen) kosteten im Fleischerfachgeschäft im Einkauf 10,50 €/kg. Was kostet 1 kg Roastbeef in gereiftem und zugeschnittenem Zustand?

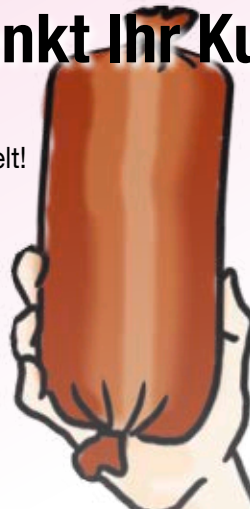


WIR SUCHEN DEUTSCHLANDS BELIEBTESTE FLEISCHER

Wie und was denkt Ihr Kunde über Sie

Fragen Sie Ihre Kunden nach Ihren Wünschen und profitieren Sie doppelt! Seien auch Sie beim Wettbewerb um den Titel „Beliebtester Fleischer Deutschlands“ dabei und steigern Sie Ihren Umsatz aufgrund der Ergebnisse einer exklusiven und bisher einzigartigen Marktforschungsumfrage. Je mehr Fragebögen Sie an Ihre Kunden verteilen, desto größer sind Ihre Chancen auf einen Titel! Die Ergebnisse werden im kommenden Herbst auf dem DFV-Fleischerverbandstag in Augsburg präsentiert.

- Deutschlands größte Marktforschung ausschließlich für das Fleischerhandwerk!
- Exklusive Beilage in „Genießen und reisen“ (Auflage: 120.000) sowie in „Lukullus“ und „LukullusTV“ (Auflage: 282.373, Family Food, iwv IV/ 2012).
- Verteilung des Fragebogens auf der Internationalen Handwerksmesse in München (6.-12.3.2013)
- Punktuelle Unterstützung durch Radiowerbung



FRAGEBOGEN BESTELLEN

Ja, ich möchte den Fragebogen auch an meine Kunden verteilen.
Ich bestelle zur kostenlosen Lieferung _____ Exemplare (max. 200 Exemplare)

Einfach Coupon ausfüllen, ausschneiden und senden an:
B&L MedienGesellschaft
Stichwort: Super-Metzger
Augustenstraße 10
80333 München

Betrieb: _____
Name: _____
Straße: _____
PLZ/ Ort: _____
Telefon-Nr. _____
Innungsmitglied: ja nein
Unterschrift _____

Oder per Fax an:
(089) 370 60-111

DAS AUGE ISST MIT

Der Wettergott ist nicht der einzige, der über den Erfolg oder Misserfolg des Grillgeschäfts entscheidet. Die Kreativität bei der Gestaltung des Grillsortiments in der Theke ist mindestens ebenso wichtig.



Eigentlich benötigt man zum Grillen nur drei grundlegende Bestandteile: ein Feuer, einen Rost und das Grillgut. In den letzten Jahren hat sich die Leidenschaft des Grillens verändert und es liegt nicht mehr nur Bratwurst auf dem Rost. Die Ansprüche der Verbraucher an Grilladen, Beilagen und das gesamten „Drumherum“ sind gestiegen. Raffinierte Steakvarianten, krosse Geflügelteile und kreative Spieße sorgen für Abwechslung. Selbst knusprige Entenbrüste, zarte Wachteln oder Kaninchenfilets sind auf dem Grill kein Tabu mehr.

Ob klassisch oder raffiniert, für den Kunden ist wichtig, dass er bekommt, was er erwartet. Deshalb sollte auf jeden Fall sichergestellt sein, dass bewährte Rezepturen über die gesamte Grillsaison hinweg gleich bleiben. Die Rezepturen müssen festgelegt und eingehalten werden. Es ist darauf zu achten, dass die Marinaden und Würzungen exakt abgewogen werden, um ein gleichbleibendes Geschmackserlebnis sicher zu stellen. Daher ist zu überlegen, welche Grillartikel in der letzten Saison die Verkaufsschlager waren und welche Spezialitäten auf jeden Fall wieder angeboten werden müssen. Um das bisherige Programm zu ergänzen und den Kunden Besonderheiten zu bieten, können auch weitere Anregungen, z. B. von der Gewürzindustrie, aufgegriffen werden.

RICHTIG PRÄSENTIEREN

Damit die guten Grilladen ins rechte Licht gerückt werden, ist immer auf eine gelungene Thekenpräsentation zu achten. Von den Fachkräften hinter der Theke hört man immer wieder, dass sie für das vielfältige Angebot nicht

Checkliste für das Grillangebot

Schweinefleisch

- Nacken/Rücken
- Steaks, natur/mariniert/gefüllt
- Taschen, gefüllt
- Bauch
- Scheiben, natur/gewürzt
- Hufeisenspieße
- Grillfackeln
- Keule
- dünne Scheiben, wellenförmig aufgespießt als Saté-Spieße
- dünne Scheiben, gefüllt mit Trockenzwiebeln, aufgerollt und gespießt als Gyros-Spieße
- Würfel mit Zwiebeln/Paprika
- Bauchfleisch, aufgesteckt als bunte Fleischspieße
- Filet/ Filetspieße
- Medaillons, natur/mariniert/mit Bauchfleisch umwickelt

Rindfleisch

- Hochrück
- Steaks, natur/mariniert
- Roastbeef
- Gefülltes Schmetterlingssteak
- Filet/ Filet Mignon
- Chateaubriand
- Keule
- Fleischspieße
- Fleischtaschen, gefüllt

Hackfleisch

- Hacksteaks, natur/gewürzt, gefüllt
- Spieße mit Hackbällchen

Lammfleisch:

Rücken:

- Koteletts, natur/ mariniert
- Chops
- Rückenfilets, natur/ mariniert

Keule:

- Steaks, natur/mariniert
- Spieße (Bohnen/Bauchfleisch)

Pute:

Brust:

- Putensteaks, natur/mariniert
- Taschen

Hähnchen:

- Brust
- Brust, mit Haut und Knochen, natur/mariniert
- Brustfilet, natur/mariniert/gefüllt (Kräuter der Provence)
- Hähnchenflügel und -keulen natur/mariniert

Besonderheiten:

- Entenbrüstchen, Stubenküken, Wachteln



digte Thekenplatten verwenden. Gut geeignet sind dafür etwa schwarze, weiße oder grüne Platten in verschiedenen Größen. Am besten wird der Platz genutzt, wenn auch die Thekenshelves das gleiche Maß haben. Hilfreich für die Grundgestaltung ist ein Thekenplan. Darauf zeichnet man die Platten ein. Als „Trockenübung“ werden sie mit den Produkten bestückt, indem man auf jede gezeichnete Platte oder Schale schreibt, welcher Artikel dort liegen soll. Ein solcher Thekenplan gewährleistet, dass jeder Mitarbeiter weiß, was wo in der Theke zu finden ist. Zudem legt man im Vorfeld fest, wieviele Produkte für die Theke hergestellt werden müssen. Absatzstarke Produkte gehören auf eine größere Platte, weniger verlangte auf eine entsprechend kleinere. Produkte, die mariniert oder schwer zu entnehmen sind, sollten im hinteren Bereich der Auslage platziert werden. So wird vermieden, dass abtropfende Öle oder Marinaden auf anderen Produkten landen. In den Blickpunkt der Theke kommen Spezialitäten, die dem Kunden ins Auge fallen müssen, z. B. Neuheiten oder besondere Angebote. In der Regel verzichtet man darauf, Sonderpreisangeboten den besten Platz in der Theke zu geben.

OPTISCHE ANREIZE SETZEN

Die 1-A-Lage sollte den Grilladen mit einem hohen Deckungsbeitrag vorbehalten sein. Das können Spezialitäten sein, die etwa mit den Vantasia®-Schlemmer-Ölen von Van Hees zubereitet sind. Diese Würzöle weisen einen kräftigen Geschmack sowie eine leuchtende, appetitanregenden Optik auf. Ob rustikal, mediterran oder exotisch, ob mit Kräuter-, Zwiebel- oder Pfeffernote – das Sortiment ist sehr vielfältig. Ganz neu sind die Vantasia®-Schlemmer-Öle Virginia oGAF, Rosmarin oGAF und Thym Citron oGAF. Die Sorte Virginia fällt durch eine feuerrote Optik sowie durch feinsten sichtbaren Pfefferschrot auf. Das gelbliche Würzöl Rosmarin mit feinem sichtbarem Paprikagranulat und geschnittenem Rosmarin passt

genug Platz haben. Im Fachgeschäft geht Qualität vor Quantität. Vielleicht ist es machbar, gewöhnliche Produkte aus der Fleischtheke zu verbannen und sie im Schaukühlschrank oder im Kühlhaus zu lagern. In der Theke sollte Platz geschaffen werden, um mit attraktiven Grilladen Appetit zu wecken. Bietet man sehr viele unterschiedliche Artikel an, ist es ratsam, auf eine ak-

kurate Gliederung der Theke zu achten. Da jedes einzelne Produkt für sich wirkt, könnte das Auge des Kunden sonst überfordert sein. Um ein ruhiges Gesamtbild zu schaffen, muss man gleichmäßige, saubere und unbeschä-



Van Hees

auch zu küchen- und pfannenfertigen Fleischerzeugnissen oder zu Lammfleisch. Die Variante Thym Citron mit geriebener Zitronenschale verleiht Geflügel-, Lamm- oder Schweinefleisch eine mediterranen Geschmack. Für gefüllte Grillspezialitäten, z. B. Grillbonbons, führt der Anbieter den Gütezusatz Prallo F Dry im Sortiment, der in einer Matrix mit Öl und Wasser angerührt dafür sorgt, dass eine schnittfeste Füllung entsteht. Außerdem werden Gewürzpräparate für grobe und feine Bratwürste angeboten. So dient das Präparat Van Hees® pH-Optimal zur Einstellung des pH-Wertes, was Platzer vermeidet. Auch das Nubassa Gewürzwerk hält für die bevorstehende Grillsaison eine Vielzahl an Marinaden, Gewürzen und Saucen bereit. Bei den Marinaden gibt es über 40 Geschmacksrichtungen, bei den Grill- und Bratengewürzen sind

es sogar mehr als 60. Für eine fruchtig-pikante Note sorgt etwa die Quicksoft-Marinade Lemon-Pepper mit echtem Lemongrass, die Marinade Teroero macht das Grillgut feurig. Die Marinaden stabilisieren die Haltbarkeit und Frische des Fleisches und steigern die Wirtschaftlichkeit. Zu den Gewürzen zählen z. B. die Gewürzmischung Steak-Pfeffer oder das Gewürzsalz Provencale mit Pfeffer, Kümmel und Knoblauch. Zudem hält der Anbieter Gewürzmischungen, Komplettwürzungen und Gütezusätze für die Herstellung von Bratwurstspezialitäten bereit. z. B. die französische Merguez oder pikante Bärlauch-Griller.

DIE THEKE GESTALTEN

Da der Abverkauf der Grillartikel unterschiedlich sein wird, ist ein Grillrost oder Tischgrill als Blickfang in der Thekenmitte geradezu ideal. Darauf können kleinere Mengen oder einzelne Produkte zusammengefügt werden. Auf diese Art und Weise arrangiert kommt kein Kunde auf den Gedanken, dass es sich hier um „Restposten“ handelt. Sofern die Möglichkeit im Laden besteht, kann zum Wochenende auch eine Grill-Schautheke installiert werden. Dazu sollte die Theke mit einem interessanten Tuch oder einer farbigen Folie ausgelegt und darauf attraktive Schüsseln und Platten arrangiert werden. Dabei sollte

die Ware sehr großzügig angerichtet werden. Komplettiert wird das Ganze mit hausgemachten Grillsaucen und Grillutensilien wie Grillzangen o. ä. Für zusätzlichen Umsatz sorgt zudem ein Hinweis auf die Salate sowie auf passende Brot- und Backwaren. Und nicht vergessen: Eine ordentliche Preisauszeichnung gehört in jede Theke. Astrid Schmitt

Grillen Spezial

Grillen Special

Die B&L Medien Gesellschaft veröffentlicht in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Fleischer-Verband und der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Fleischerhandwerks die inzwischen achte Ausgabe des Kundenmagazins „Grillen Spezial 2013“. Das 24 Seiten starke Magazin kann während der gesamten Grillsaison von April bis August an die Kunden verteilt werden – zusammen mit den dazugehörigen kostenlosen Werbemitteln und digitalen Werbevorlagen, z. B. Internetbanner oder digitale Plakate für Werbedisplays. Redaktionell im Schwerpunkt stehen in diesem Jahr Rezepte aus der Karibik, Südamerika und Asien. Erstmals im Magazin enthalten sind QR-Codes und Internetadressen, die zu weiteren online abrufbaren Informationen und Rezepten führen. Zudem können die Betriebe, die sich für den Einsatz von „Grillen Spezial 2013“ entscheiden, die App FleischereiPilot kostenlos nutzen. Weitere Informationen dazu gibt es unter www.blmedien.de/grillen.

Fotos: Van Hees, Nubassa Gewürzwerk, Schmitt

Nubassa Gewürzwerk





TYPISCH DEUTSCH.

www.tippertie.com



Die Feinstzerkleinerer für mehr Effizienz.

TTCut

- **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 und Molkereiprodukten sowie stabilen Emulsionen
- **Robust**
Solide Konstruktion, komplett in Edelstahl-Ausführung
- **Kostenneutral**
Wartungs- und servicefreundlich, Schneidplatten einzeln austauschbar

Wir freuen uns auf Ihren Besuch: **IFFA**
IFFA, Frankfurt / Halle 11.1, Stand C31/C41



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

TIPPER TIE TECHNOPACK GmbH
Otto-Hahn-Strasse 5
21509 Glinde/Deutschland
Tel. +49 40 72 77 04 0
Fax +49 40 72 77 04 100
infoDE@tippertie.com

TIPPER TIE ALPINA GmbH
Waldau 1
9230 Flawil/Schweiz
Tel. +41 71 388 63 63
Fax +41 71 388 63 00
infoCH@tippertie.com

TIPPER TIETM
SOLUTIONS THAT WORK. A DOVER COMPANY



TYPISCH DEUTSCH.

www.tippertie.com



Universell für Ihren Erfolg.

KDCM und KDCMA

- Modular und je nach Bedarf individuell erweiterbar
- Effizient programmierbare Steuerung mit Touchscreen (KDCMA)
- Variabler Kaliberbereich modellabhängig von 25–120 mm
- Für alle Kunststoff-, Natur- und Faserdärme
- Robust und korrosionsfrei sowie komplett in Edelstahl-Ausführung
- Wartungs- und servicefreundlich



Wir freuen uns auf Ihren Besuch:
IFFA, Frankfurt / Halle 11.1, Stand C31/C41

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

TIPPER TIE TECHNOPACK GmbH
Otto-Hahn-Strasse 5
21509 Gilde/Deutschland
Tel. +49 40 72 77 04 0
Fax +49 40 72 77 04 100
infoDE@tippertie.com

TIPPER TIE ALPINA GmbH
Waldau 1
9230 Flawil/Schweiz
Tel. +41 71 388 63 63
Fax +41 71 388 63 00
infoCH@tippertie.com

TIPPER TIE™
SOLUTIONS THAT WORK. A DOWRY COMPANY



BACK-SNACKS BRINGEN UMSATZ

In der Not schmeckt die Wurst auch ohne Brot!
Wirklich? Frische Backwaren sind heute auch
in Fleischerfachgeschäften ein Muss.



Früher war es in der Regel so: Der Einkauf führte vom Metzger zum Bäcker oder umgekehrt. Doch in den Zeiten der Beschleunigung des Alltags gewinnt die Heiße Theke in der Metzgerei immer mehr an Wichtigkeit. Durch die Auflösung der klassischen Mahlzeiten Frühstück, Mittag- und Abendessen zugunsten mehrerer, kleiner über den Tag verteilter Verzehranlässe steigt die Nachfrage nach Snacks für Zwischendurch. Gerade heiße und kalte Zwischenmahlzeiten, die unkompliziert

gegessen werden können, erleben daher einen Boom. Nicht nur der Klassiker, die Leberkäsesemmel, geht über die Ladentheke, sondern auch Schnitzsemmel, Sandwiches, belegte Baguettes oder kleine Pizzastücke. Fleischerfachgeschäfte sehen sich immer mehr der Herausforderung gegenüber, den Trends im Außer-Haus-Markt zu folgen und Zusatzprodukte als Erweiterung ihres Sortimentes für die Kunden anzubieten. Doch woher bezieht der Metzger seine Backwaren? Entweder er bedient sich bei ortsansässigen Bäckereien oder bezieht seine Waren bei Brot-Convenience-Herstellern.

REGIONAL UND TRADITIONELL

Die Metzgerei Raab aus Obermenzing, einem Stadtteil Münchens, kooperiert z. B. mit zwei Bäckereien aus dem Umfeld. Eine davon ist der direkte Nachbar, beide profitieren voneinander

und schalten zusammen Werbung mit jährlich 15.000 Flyern. Die zweite Bäckerei liefert jeden Morgen frische Ware – v. a. Brezen und verschiedene Brötchensorten. Für die Mittagspause hat Inhaber Johann Raab täglich zwei wechselnde Gerichte, dazu sind zu jeder Zeit verschiedene Snacks im Angebot. Der Verkaufrenner ist nach wie vor die fast überall beliebte Leberkäsesemmel, aber auch Bratwürste, Frikadellen, Schnitzel oder Schweinebraten finden den Weg zwischen die Brötchenhälften. Die Metzgerei bietet zudem einen Catering-Service an, für den Johann Raab vornehmlich Baguettes und Partysemmeln geliefert bekommt. „Meine Geschäftsauffassung ist traditionell, für mich ist das tägliche Gespräch mit den Kunden sehr wichtig und ich möchte durch meine Kooperationen auch

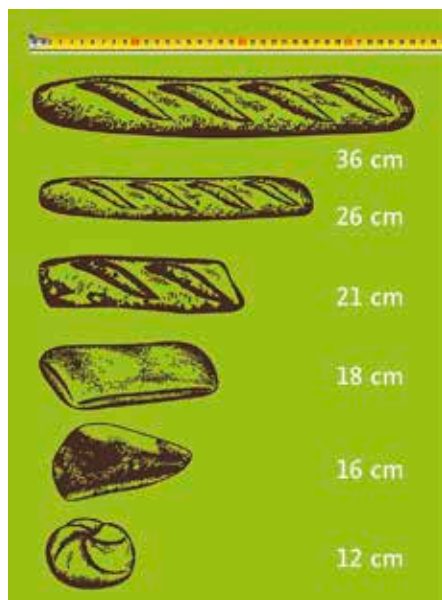
Nützliche Links

- www.delifrance.de
- www.edna.de
- www.hiestand-suhr.de
- www.raab.metzgereiundfeinkost.de
- www.resch-frisch.com
- www.vandemoorte.de

die ansässigen Bäckereien unterstützen. Außerdem bin ich mit der Ware immer zufrieden gewesen“, betont Johann Raab.

IM NU FERTIGGEBACKEN

Der To-go-Markt wird jedoch immer größer – die Metzgereien müssen jederzeit bereit sein, eine große Menge an Snacks verkaufen zu können. Um sich auf dem Markt abzusetzen, sollten immer wieder neue Produkte im Sortiment vorgestellt werden. „Warme oder kalte Back-Snacks und Sandwiches erfüllen heute zwei Ansprüche. Zum einen werden diese als Zwischenmahlzeit im To-go-Geschäft gereicht, zum anderen ersetzen sie in einer Kombination z. B. mit Salat oft eine komplette Mahlzeit. Der Zuspruch in diesem Bereich wächst stetig und das besonders in Fleischereien“, betont Josef Stöckle, Verkaufsleiter bei *Edna International*. Für die Planung sind hier tiefgekühlte Convenienceprodukte, die innerhalb kurzer Zeit fertig gebacken sind, praktisch und einfach zu handhaben. Gerade in Fleischereien, in denen der tatsächliche Bedarf oft nicht vorhersehbar ist, bieten sich tiefgekühlte Backwaren an. Damit können Fleischereien zu jeder Tageszeit flexibel und bedarfsgerecht agieren. „Das Angebot ist standortabhängig. In der Nähe von Schulen, Unternehmen, Fußgängerzonen oder etwa an Bahnhöfen wird verstärkt ein reichhaltiges Sortiment an belegten Sandwiches zum Mitnehmen und zum einfachen Verzehr geboten“, ergänzt Josef Stöckle. Der Top-Seller für Fleischerfachgeschäfte bei Edna ist das Knusperbrötchen, ein klassisches Brötchen nach traditionellem Rezept hergestellt und mit rustikaler Kruste. Das Unternehmen bietet zudem



seine Sandwich-Backwaren in Längenangaben an – abgestimmt auf Auslagen, Geräte sowie das richtige Verpackungsmaterial. Die Angaben erleichtern dem Kunden den Einkauf und die Kalkulation. „Durch den engen Kundendialog registrierten wir die gesteigerte Nachfrage nach Längenangaben. Die Längen sind neben den verschiedenen Belagvariationen für Kunden oftmals wichtiger als das Gewicht,“ erklärt Josef Stöckle weiter.

MEDITERRANE SNACK-IDEEN

Ideen für die Heiße Theke gibt es viele – Paninis liegen derzeit im Trend. Für originell und hochwertig belegte Panini-Snacks sind etwa Focaccia und Grilly aus dem Panitaly-Sortiment von *Délifrance* geeignet. Im Handumdrehen sind Sandwiches mit mediterranem Flair zu-

bereitet. Die fertig gebackenen Produkte sind schnell und flexibel verfügbar. Den letzten Pfiff bekommen sie durch kurzes Erhitzen im Kontaktgrill. Sie harmonieren vor allem mit Belägen wie Salami, Mortadella und Schafskäse. Mediterran wird es auch bei *Hiestand & Suhr*: In rustikaler Optik zeigen sich das Ciambella Natur, das Casareccio mit Oliven sowie die mediterranen Singlettes, die z. B. mit Parmaschinken oder Mailänder Salami belegt zum Highlight in der Fleischertheke werden. Weitere neue Varianten bringt *Vandemoortele* aus seiner Linie „EinfachSoften“ auf den Markt: vier Rauten und zwei Focaccias. Fertig gebacken sind diese schnell und unkompliziert zu belegen – die Mengen im Verkaufstresen sind steuerbar. Durch die soften Eigenschaften bleiben die Produkte lang ansprechend und frisch. Die Rauten à 60 g gibt es in den Sorten Mais, Cranberries, Multikorn und Pizza, die Focaccias à 100 g in den Geschmacksrichtungen Tomato-Olive und Rosmarin.

TREND: GESUNDHEIT

Generell ist ein Trend hin zu gesundheitsbewusster Ernährung zu beobachten, im Bereich Backwaren bedeutet das: mehr Vollkornbackwaren und gesunde Sandwiches mit Gemüse und Salat. Neu im *Edna*-Sortiment sind etwa die Vitalbackwaren, wie das FF-Bio-Vital-Party-Gebäck oder die FF-Bio-Vitalbreze, beide mit Leinsamen, Quinoa-Sprossen im Teig und außen mit Sesam, Kürbis- und Sonnenblumenkernen bestreut. Auch *Resch & Frisch* führt neue Produkte mit gesundheitlichem Mehrwert im Sortiment. Die Eiweißweckerl z. B. fördern mit ihrem erhöhten Eiweißanteil die Fettverbrennung und sorgen für ein langanhaltendes Sättigungsgefühl. Das Bio-Kartoffelweckerl eignet sich als Beilage zu Mittagsgerichten oder zum Belegen mit Wurst oder Käse.

Anders verhält es sich in der Metzgerei von Johann Raab: „Neue Trends kann ich bei meinen Kunden nicht erkennen, Obermenzing ist doch eher traditionell und ländlich geprägt. Mein Angebot hat sich in den letzten Jahren kaum verändert.“ Ob vom lokalen Bäcker oder von Brot-Convenience-Herstellern – Backwaren sind heute ein unverzichtbarer Bestandteil in jeder Metzgerei und für das Zusatzgeschäft Heiße Theke und Snacks unerlässlich. Die Nachfrage ist groß – aber man sollte sie auch nutzen. *wit*



Mehrwert mit Mehrkorn & Co.



Das Snack-Geschäft boomt – damit auch fertig gebackene, tiefgekühlte Backwaren. Gerade kleinere Haushalte und Singles greifen bevorzugt zum schnellen Mitnehm-Snack. Sie sind echte ‚Impuls-käufer‘ und besonders empfänglich für attraktive Angebote, die Einkaufswege sparen.



Für das Fleischeri-Fachhandwerk sind schnell belegbare Brot- und Brötchen-Snacks ein einträgliches Nebengeschäft. Eine breite Range neuer Back-Snacks für das Mitnahme- und Beleggeschäft präsentiert der Backwarenspezialist Vandemoortele zum Frühjahr 2013. Zum Beispiel in Form von fertig gebackenen soften Rautenbrötchen mit extra lockerer Teigstruktur in je einer Mais-, Cranberry-, Mehrkorn- und Pizza-variante. Dazu gesellen sich Focaccias der Sorten Tomato-Olive und Rosmarin sowie saftige Käsebrötchen und Bagel-Varianten. Alle diese Gebäcke stehen als jederzeit abrufbare, fertig gebackene TK-Ware zur Verfügung. Die ‚Einfach Soften‘ reihen sich in das umfangreichste Sortiment hoch-convenienter Brot-



artikel ein, das Vandemoortele je-mals präsentiert hat. Traditionell unterhält das belgische Familienunternehmen ein breites Programm mediterraner Backwaren (darunter zahlreiche Ciabatta-Varianten sowie ein großes Spektrum an saatenreichen Brötchensorten) oder die Sauerteigspezialität ‚Les Pains Pérènes de Roland Cottes‘ aus den Pyrenäen, der man in Deutschland eine eigene Internetseite (www.cottes.de) gönnt.

Mit Handwerk punkten

So vielfältig die Trends im Backwarenmarkt auch sind: Wichtig ist immer die handwerkliche Anmutung und ein hoher Frische-Appel. Für beides steht Vandemoortele als familien-

geführte Großbäckerei, die mit ihren Spezialbrötchen und -brotten, insbesondere den im Steinofen gebackenen, zu den Marktführern zählt.

Derzeit ist besonders das Frühstücksgeschäft ein umkämpftes Geschäftsfeld. Wo Bäckereien und Schnellrestaurants miteinander konkurrieren, dürfen sich auch gut sortierte Fleischeri- und Feinkostbetriebe ‚einmischen‘. Warum also nicht auch mal ein ‚Cross-Over‘ wagen, z. B. mit einem zart-blättrigen Mehrkorn-Croissant und frischem Tatar?

Informationen zu den Brot- und Brötchenspezialitäten, sowie zahlreiche Rezeptideen für das Beleggeschäft finden sich auf www.vandemoortele.de.



Klein, aber fein...



...sagt Inhaber Eckhard Hirt selbst über seinen Betrieb, der in einer verkehrsberuhigten Seitenstraße in Duisburg liegt. Das Sprichwort „klein aber oho“ – und hygienisch top – trifft hier jedoch allemal zu.

Der Besitzer Eckhard Hirt als Metzgermeister und seine Frau Anja als Fleischereifachverkäuferin kommen in ihrer gleichnamigen und zugleich ältesten Metzgerei in Duisburg ohne Mitarbeiter aus. „Eine funktionierende Partnerschaft und ein starker Zusammenhalt sind in einer solchen

KONZEPT

METZGEREI HIRTZ – DUISBURG

Traditionsreiche Metzgerei, die sich bereits seit 125 Jahren am selben Standort befindet. Die Ware wird in kleinen Chargen stets frisch produziert und vor allem frisch aufgeschnitten.

ERFOLGSFAKTOREN

- **Familiengeführter Betrieb**
- **Tradition**
- **Lebensmittel-Smily**
- **Heiße Mittagsgesichte**
- **Kleine Chargen, daher ständige Frische**

Situation sehr wichtig“, erläutert Eckhard Hirt die Situation. Einiges habe sich in den letzten Jahren verändert. „Die Konkurrenten sind nicht mehr die Kollegen, sondern die Discounter mit ihren langen Öffnungszeiten“. Immer mehr Metzgereien mussten daher in der jüngsten Vergangenheit schließen, sodass die von Eckhard Hirt die einzige, auch in den angrenzenden Stadtteilen, ist. Eine Möglichkeit, um zu überleben, sei es, sich von den Discountern abzuheben. „Im Lebensmittel-Smily sahen wir dafür den richtigen Weg. Für viele ist das Lebensmittelüberwachungsamt eine Hemmschwelle. Aber das bringt ja nichts, wir müssen mit dem Amt zusammenarbeiten. Deshalb entschieden wir uns zum Mitmachen.“ Und es hat sich gelohnt. Das Endergebnis ist eine glatte Eins und daher ziert seit einigen Monaten ein Smily die Ladentüre und bestätigt den Kunden die einwandfreie und zuverlässige Arbeitsweise von Eckhard

Hirt und dass Verbraucherschutzrechtliche Vorgaben beachtet werden. Mit dieser Auszeichnung wurde das Geschäft durch Berichte in den Medien auch überregional bekannt. „Plötzlich kamen Kunden in den Laden, die ich nicht kannte. Eine ungewohnte Situation, denn in der Regel bediene ich 99 % Stammkunden“, berichtet Anja Hirt vom Erfolg der Aktion. Die Flugblätter, die zusätzlich in der Umgebung in den Briefkästen landeten, lockten weitere Kunden in die Fleischerei. Obwohl das Geschäft im Laufe der Zeit durch Strukturwandel immer kleiner wurde, wissen viele Bürger der umliegenden Stadtteile, in denen es keine Metzgereien mehr gibt, das Angebot der kleinen aber feinen Metzgerei zu schätzen.

GROSSES JUBILÄUM

Als kleiner Betrieb müsse man natürlich Abstriche beim Sortiment machen. „Zu unserem Standardsortiment zählen u. a. Fleischwurst,

Fotos: List, Metzgerei Hirtz



Foto: List

Mettwurst, Pfefferbeißer und Fleischkäse. Hin und wieder variere ich die Produkte etwas, aber auf die ausgefallenen Sorten verzichten wir. Wir sind klein aber fein und dafür gut in dem, was wir tun“, betont Eckhard Hirtz. Und seine Frau attestiert: „Unsere Lage in einem Wohngebiet mit diesem sehr hohen Stammkundenanteil erfordert auch keine großen Experimente. Im Gegenteil, die Kunden kommen wegen der Klassiker zu uns“, berichtet sie. Als Eckhard und Anja Hirtz den Betrieb im Jahr

2000 übernahmen, trat die fünfte Generation der Familie ans Ruder des Geschäftes. Der Besitzer wurde sogar in dieser Straße geboren. Bereits seit 125 Jahren besteht an gleicher Stelle eine in Familienhand befindliche Fleischerei. In diesem Jahr wird dieses 125-jährige Bestehen gefeiert. Ob es ein großes Fest geben wird, ist jedoch noch nicht geklärt, denn: „Ich muss ja alles allein stemmen. Die Belastung wäre daher schon sehr groß“, sagt der Metzgermeister. Die Öffnungszeiten der

Fleischerei wurden bei der Übernahme beibehalten. „Montags ist traditionell Schlachttag. Daher sperren wir auch heute noch am Montag um 13 Uhr zu – auch wenn wir nicht mehr selbst schlachten“, erläutert der Fleischereimeister. Und auch die Mittagspause von 13 bis 15 Uhr sei sinnvoll, da sich keine Büros in der Nähe befinden, die Kundschaft zu dieser Zeit in den Laden bringen würden. Ein kleines Vormittagsgeschäft, etwa mit Fleischkäse, gibt es aber dennoch an einigen Tagen in der Woche. „Die wenigen Arbeiter, die noch in der Umgebung tätig sind, wissen das, und kommen ganz gezielt bei uns vorbei“, freut sich Eckhard Hirtz. *lis*

PROFI-PARTNER

- **Füller:** Düker Rex Fleischereimaschinen
- **Kochkessel:** Bastra/Bayha & Strackbein
- **Kutter:** Maschinenfabrik Seydelmann
- **Räucherammer:** Fessmann
- **Schneiden + Zerkleinern:** Bizerba
- **Wägetechnik:** Bizerba
- **Wolf:** Maschinenfabrik Seydelmann



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 Schnellschliff 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



Wo Einkaufen zum Erlebnis wird

Bereits in dritter Generation überzeugt die Fleischerei Jacob Clausen in Flensburg ihre Kunden mit regionalen Wurst- und Fleischspezialitäten, Aktionswochen und einem vielfältigem Cateringangebot.

Seit über 71 Jahren besteht das Fleischerfachgeschäft Jacob Clausen in Flensburg. Mit dem Slogan „Die feine Bockwurst“ machte es sich schon früh weit über die Grenzen der Stadt hinaus einen Namen. Nach 37 Jahren übergab der Unternehmensgründer Jacob

Clausen 1978 das Geschäft an seine Tochter Helga und ihren Ehemann Dieter Hamann. Die beiden eröffneten 1985 einen Laden in der Mürwiker Straße und zwei Jahre darauf das heutige Hauptgeschäft im Engelsbyer Einkaufszentrum. Ihr Sohn Dirk Hamann ging nach seiner Fleischerlehre in die Meisterschule in Frankfurt. Bei einem Feinkostseminar 1986 in Berlin lernte er seine Frau Anne kennen. 2003 übernahm das Paar die elterliche Fleischerei und eröffnete nach mehrwöchiger Umbauphase in neuem Design. Zehn Tage vor der Neueröffnung hatten sie in einem Verkaufswa-

gen vor dem Laden Wurst und Suppe verkauft sowie mit zahlreichen Aktionen für das neue Geschäft geworben.

ERFOLGSFAKTOREN

- Herstellung nach altbewährten Familienrezepten
- Durchführung von Aktionswochen
- Eigene Produktion
- Spaß und Freude am Beruf
- Verarbeitung regionaler, nachhaltig erzeugter Produkte
- Qualität und Freundlichkeit an der Theke

SMØRREBRØD & KOHLWOCHE

Das Hauptgeschäft, der 30 m² große Laden, befindet sich günstig gelegen direkt im Flensburger Einkaufszentrum Engelsby. Das ist das Reich von Anne Hamann, die hier mit ihrem qualifizierten Team täglich die Kunden fachkundig beim Einkauf berät. In der Innenstadt gibt es zudem einen Produktionsstandort für die Fleisch- und Wurstspezialitäten, die nach traditionellen

Fotos: Polster, Fleischerei Jacob Clausen





Rezepturen der Familie hergestellt werden. Das Fleisch, das hier verarbeitet wird, stammt von kontrollierten Betrieben aus der Region. Wichtige Voraussetzungen für die besondere Fleischqualität sind für Dirk Hammann gesunde Tiere, eine artgerechte Haltung, gutes Futter und eine natürliche Reife. Aus der eigenen Produktion werden Fleisch- und Wurstwaren sowie Waren für die Heiße Theke angeboten. „Die Katenrauchwurst und unsere Wiener Würstchen etwa

wurden für ihre Qualität schon mehrfach prämiert. Die Wurstwaren werden nach jahrelanger Tradition in Kaltrauch geräuchert“, betont Dirk Hammann. Gourmetbraten, Kohl- und Rinderrouladen oder Königsberger Klopse stehen auf der Menükarte für den Außer-Haus-Verkauf. Renner sind Rinderleber und Bohnen mit Hackfleisch. Großen Erfolg hat Dirk Hammann auch mit der dänischen Spezialität Smørrebrød. „Die Kunden und damit das Kaufverhalten ändern sich stetig. Es gibt viele Dinge, auf die man sich einstellen muss“, erklärt er. So bietet er jährlich verschiedene thematische Aktionswochen an wie „Spargel & Schinken“ oder „Grillen & Grillfleisch“. Ein Highlight ist die „Kohlwoche“, in deren Mittelpunkt u. a. die traditionelle Kohlroulade sowie die Kohleintöpfe mit Rind, Schwein oder Lamm stehen. Auch die Grünkohlsuppe hat Kultstatus. Im Rahmen des Partyservice bietet die Fleischerei kalte Platten, Buffets sowie warme Speisen für unter-

schiedlichste Anlässe an. Mit einem mobilen Imbisswagen nimmt die Fleischerei an Stadtfesten teil und versorgt damit auch das ländliche Umfeld. „Gleichbleibend gute Qualität ist für uns entscheidend“, betont Dirk Hammann. Die Auszeichnung zum „Fünf-Sterne-Fleischer“ sowie die Teilnahme an den DLG-Leistungsprüfungen bezeugen, dass die Fleischerei mit ihren Produkten hält, was sie verspricht: „Qualität und Einkaufserlebnis“. *dmp*

www.fleischerei-clausen.de

KONZEPT

FLEISCHEREI JACOB CLAUSEN – FLENSBURG

Die Fleischerei setzt auf Tradition und altbewährte Rezepturen. Das Fleisch stammt aus regionalen, kontrollierten Betrieben mit artgerechter Haltung. Mit einer Heißen Theke sowie dem Cateringbetrieb bestehen florierende Zusatzgeschäfte. Regelmäßige thematische Aktionswochen steigern die Nähe zu den Kunden zusätzlich. Zahlreiche Auszeichnungen sind ein klares Zeichen für eine hohe Qualität.



Fotos: Polster

PROFI-PARTNER

- **Bandsäge:** KKT Kolbe Küchentechnik
- **Berufskleidung:** Josef Benedikt Berufskleidung
- **Füller:** Vemag Maschinenbau
- **Gartechnik:** Wiesheu
- **Gewürze:** AVO-Werke
- **Kassensystem:** Mettler Toledo
- **Kochkessel:** Maurer Söhne
- **Kutter:** Düker-Rex Fleischereimaschinen
- **Ladentheke:** Haeku Innenausbau
- **Pökelinjektor:** Günther Maschinenbau
- **Räucherammer:** Bayha & Strackbein
- **Schalen für das To-go-Geschäft:** Allpak
- **Scherbenemaschinen:** Maja-Maschinenfabrik
- **Schneidetechnik:** Freund Maschinenfabrik
- **Spül- und Reinigungstechnik:** Hobart
- **Wägetechnik:** Rhewa-Waagenfabrik

Sun[®]
Products

by World Pac

**MEHR ALS
NUR EIN
DARM!**

**DAS
ORIGINAL!**



Sun[®]
Products

Vertriebs GmbH

SPM*Sun Products

Vertriebs GmbH

Parkstraße 21

76131 Karlsruhe

Tel: 0721-62811-0

Fax: 0721-62811-28

spm@sun-products.de

www.sun-products.de

"WE DON'T IMITATE...
...WE INNOVATE!"[®]

Den Kurven-Metzger in Kiefersfelden-Mühlbach gäbe es wohl nicht mehr, hätte sich Ringo Pietzka nicht Ende 2009 kurzentschlossen zur Pacht bereit erklärt. Der Metzgermeister brachte den Betrieb aus eigener Kraft wieder auf die Erfolgsspur.



Am richtigen Platz



Wenn man ihn fragt, wieso er Erfolg hat, antwortet der 34-Jährige: „Höchste Qualität, sonst geht gar nichts“. Er achtet darauf, zu erfahren was die Kunden wollen. Nicht zuletzt aus diesem Grund ist er viel im Laden, um Kundenwünsche im direkten Gespräch zu erfragen. Die Wurst wird zum größten Teil selbst hergestellt. Das Spitzenprodukt sind die Weißwürste. Die Kunden kommen teilweise auch aus dem knapp 80 km entfernten Innsbruck. Tirol ist für ihn ein wichtiger Markt. „Bei uns kaufen Kunden, die Wert auf Qualitätswürste und Qualitätsfleisch legen, das auf traditionelle Art zugeschnitten und produziert wird, und das möglichst rein und ohne Zusatzstoffe“, betont er.

Das Hauptaugenmerk gilt dem Ladengeschäft und dem Endverbraucher. Für Familienfeste oder Betriebsfeiern bietet der Kurven-Metzger kalte oder warme Buffets. Unterschiedliche Platten, z. B. für vier Personen à 19,99 €, und/oder schön dekorierte Häppchen werden individuell, auf Wunsch mit Beratung, zusammengestellt. Im Sommer werden viel Halsgrat und Grillprodukte, im Winter die Edelteile verkauft. Wieviel Wurst produziert wird, ist schwierig zu kalkulieren, da die Nachfrage stark variiert. „Zerlegung rentiert sich bei uns nicht mehr so“, meint der Metzger, der in Zerlegebetrieben in Altenburg und München, aber auch im bayrischen Gut Filzenhof, einer Rinderzucht mit Fleischverkauf in Selbstvermarktung, arbeitete. Schön wäre es für ihn, eine kontinuierlichere Versorgung mit Bio-Fleisch zu erhalten. Neben dem regulären Sortiment bietet er auch 5-kg-Bio-Pakete für 60 € an, die alles außer Steaks enthalten.

AUFGABE GEMEISTERT

Die Geschichte der Kurven-Metzger in Kiefersfelden-Mühlbach begann 1963 mit Ulrike Schmied. 1980 übernahm Rudolf Reinbrecht die Metzgerei. Seit Dezember 2009 ist Ringo Pietzka der neue Inhaber. Wie vor 1980 heißt der Betrieb seit August 2010 wieder „Der Kurven-Metzger“. Der Name entstand aufgrund des Standortes in einer scharfen Kurve an der Landstraße zwischen Rosenheim und Kufstein. „Das war eine sehr waghalsige und schnelle Entscheidung von heute auf morgen. Wir haben das einfach durchgezogen – sonst gäbe es diese Metzgerei heute nicht mehr“, erinnert er sich. Die ersten beiden Jahre waren hart, da der Betrieb aufgrund der EU-Vorschriften komplett umgebaut werden musste. Der Bestand war alt und renovierungsbedürftig. Ringo Pietzka ist stolz darauf, dass es ihm gelungen ist, den Auflagen zu entsprechen und das Fortbestehen der Metzgerei

DER KURVEN-METZGER – KIEFERSFELDEN

Metzgerei im deutsch-österreichischen Grenzgebiet, die auf hohe Fleisch- und Produktqualität, große Kundennähe und Regionalität setzt. Teilweise eigene Schlachtung in kleinerem Schlachthof der Region.

KONZERT



so gesichert zu haben. Jetzt läuft der Betrieb, aber man müsse am Ball bleiben. Die Supermärkte empfindet der Jungunternehmer als größte Konkurrenten. Daher hat er es im Sommer ausprobiert, sogar bis 19 Uhr offen zu haben, aber das rentierte sich nicht. „Unser höchster Kostenfaktor ist das Personal“, erklärt der

Metzger seine Öffnungszeiten: vormittags von Mo. bis Do. von 8 bis 13 Uhr, freitags durchgehend bis 18 Uhr und samstags von 8 bis 12 Uhr. „Da ich mich dazu entschieden habe, selbst zu produzieren, brauche ich auch die Zeit dazu. Die Nachmittage sind für die Produktion und die Buchhaltung vorgesehen. Die Arbeitstage dauern für Ringo Pietzka und seine Lebensgefährtin auch einmal bis 22 Uhr. Sie beschäftigen vier Mitarbeiter, davon – abgesehen von ihnen selbst – zwei im Verkauf sowie eine Hilfskraft für die Reinigung und alles, was gerade anfällt sowie einen weiteren Metzger, der dazu kommt, wenn es die Produktion erfordert.

„Ich bin der Meinung, man muss nicht jeden Tag Fleisch und Wurst essen“, erklärt der Metzger manchmal seinen Kunden. Zuhause in Sachsen-Anhalt hat seine Familie eine kleine Landwirtschaft mit Hühnern, Schafen und Ziegen, die auf 3 ha frei leben dürfen. Dieser Hintergrund festigt seine Ansichten über die Massentierhaltung: „Wer nicht selber schlachtet, kann nicht kontrollieren, woher ein Tier stammt und wie es aufgewachsen ist“, bedauert er, der dieses System zu umgehen versucht, indem er zu einem kleineren Schlachthof geht, bei dem er teilweise auch selber schlachtet: „Als Menschen sind wir verantwortlich dafür zu sorgen, dass die Tiere artgerecht aufwachsen können“. F.König
www.der-kurven-metzger.de

ERFOLGSFAKTOREN

- Aktive Kommunikation mit dem Kunden
- Hoher Qualitätsanspruch
- Große persönliche Einsatzbereitschaft
- Gutes Team
- Kundenangepasste Öffnungszeiten

Fotos: F. König

PROFI-PARTNER

- Bandsäge: KKT Kolbe
- Kutter: Düker-Rex Fleischereimaschinen
- Räucherammer: Kerres Anlagensysteme
- Scherbeneismaschine: Maja Maschinenfabrik
- Schädlingsbekämpfung: Ernst GmbH

K+G WETTER Prinzip:

Cutmix 120 L

Traditioneller Genuss dank zukunftsweisender Technik





Mit dem Cutmix 120 L hat K+G WETTER den idealen Kutter für die zeitgemäße Wurstproduktion konstruiert. So hat sich der variable Schneidraum bei der Herstellung aller Wurstsorten mehr als bewährt und findet im erhöhten Schüsselrand eine einfache und doch absolut sinnvolle Ergänzung. Benutzerfreundliche Bedienung und Wartung gehören ebenso zur K+G WETTER-Qualität wie der Einsatz hochwertigster Materialien. Als mittelständisches Familienunternehmen produzieren wir keine Massenware, sondern stellen uns auf die spezifischen Anforderungen der Praxis ein, denn: Der Erfolg unserer Kunden ist die Basis unseres Erfolges. Praxisorientierte Lösungen – Made in Biedenkopf. www.kgwetter.de

IFFA 2013 • Halle 8 • Stand B 68



Mittagspause beim Feinkostmetzger

Seit Oktober 2009 führt Franz Künzner die Feinkostmetzgerei Franz in der Fürstenrieder Straße in München-Laim. 500 Essen täglich und 90 % Stammgäste sind ein eindeutiger Beweis dafür, dass sein Konzept aus Metzgerei und Gastronomie funktioniert. Auf den Angeboten aus der Heißen Theke hat er seinen Betrieb aufgebaut.



Jeden Tag ist diese Metzgerei mit Café und Biergarten für viele Berufstätige aus dem Umfeld sowie in der Nähe lebende Senioren und Stammgäste die erste Adresse, wenn der Magen knurrt – und das fast den ganzen Tag über. Warme Speisen aus der Heißen Theke gibt es hier von morgens 7 bis etwa 18 Uhr. „Die ersten Brotzeitler kommen schon sehr früh, deshalb liegen frischer Leberkäse, Fleischpflanzerl oder Currywürste ab 7 Uhr in den Theken“, berichtet Metzgermeister Franz Künzner. Die Speisen werden ab 6 Uhr morgens über den ganzen Tag hinweg von vier Mitarbeitern zu 100 % in der direkt hinter der Heißen Theke liegenden Küche frisch

zubereitet. Beim Einkauf seiner Rohstoffe handelt Franz Künzner sehr qualitätsorientiert und das schätzen seine Kunden. Das Fleisch bezieht er z. B. ausschließlich aus artgerechter Tierhaltung von der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall, die es zweimal pro Woche anliefert. „Bezüglich der Qualität, Präsentation und Geschmack sind unsere hausgemachten Speisen sicherlich nicht schlechter als in der nor-

KONZEPT

METZGEREI FRANZ – MÜNCHEN

Feinkostmetzgerei mit Café-Theke und Biergarten. Hausgemachte Speisen aus der Heißen Theke – auch zum Mitnehmen.

Fotos: Theimer

malen Gastronomie. Das moderate Preisniveau spricht viele Kunden an“, betont Franz Künzner. 2009 zählte er pro Woche 1.200 Kunden, heute sind es etwa 4.000. Davon wählen etwas über 50 % die wechselnden Gerichte aus der Heißen Theke. 300 Gerichte pro Tag nehmen die Kunden mit. „Die Menschen wollen frische, hausgemachte Speisen. Nur Metzger, die das erkennen und nicht mehr den alten Stiefel fahren, werden überleben“, ist er sich sicher. Zwei seiner Kollegen in seinem Umfeld mussten bereits schließen.

BEDARFSGERECHTE PRÄSENTATION

Zwölf Standardgerichte und täglich fünf wechselnde Gerichte der Wochenkarte stehen auf dem Plan. Von den Tagesgerichten (6 - 8,90 €) ist eines vegetarisch und eines enthält Fisch. Um das Speisenangebot den ganzen Tag über hinweg bedarfsgerecht und attraktiv zu präsentieren, entschied sich Franz Künzner nicht wie üblich für eine Heiße Theke mit Wasserbad, sondern für die verkaufsfördernden Standgeräte Culinario Master des Schweizer Herstellers Beer Grill. „Wir starteten mit vier GN 1/1, heute haben wir 17 GN 1/1“, betont Franz Künzner. Die L-förmige Heiße Theke besteht aus 3 x 3 GN, 2 x 2 GN und 1 x 4 GN fassenden, steckerfertigen Standgeräten. Die letzten sechs GN kamen im Juni hinzu. Die Fronten wurden durch einen Tischler individuell mit einer zum Ambiente passenden Verkleidung versehen. Franz Künzner schätzt vor allem die flexible Bestückung der Thekenmodule mit kalten und warmen Speisen sowie die geringen Energiekosten. Durch das Culinario-System gelangt die Feuchtigkeit immer auf die warmen Speisen, die so nicht austrocknen. Der Austausch eines Moduls erlaubt es zudem,



trockene Hitze auf ein bestimmtes GN-Feld zu steuern. „Wollen wir auf kalte Speisenkomponenten umstellen, füllen wir Eis auf und stellen auf Kaltlicht um und haben ganz schnell eine Frische-Theke, z. B. für Salate“, erklärt der Metzgermeister, der die gute Zusammenarbeit mit dem Beer Grill-Mitarbeiter Wolfgang Mittermayr lobt. Und so gibt es z. B. den Franz-Burger aus Kalbfleisch mit drei hausgemachten Saucen, gratinierte Schwammerl-Cannelloni mit Tiroler Bergkäse, Rindergulasch aus der mageren Ochsenwade oder gegrilltes Zanderfilet auf Weißwein-Gemüsebett mit Schnittlauchkartoffeln. Vom Zander gehen jeden Freitag 120 Portionen über die Theke. Auch Spareribs, haus-

gemachter Kartoffelsalat (200 kg pro Woche) oder Tiramisu, das in der separaten Café-Theke präsentiert wird, zählen zu den beliebtesten Speisen.

KLAPPERN ZÄHLT ZUM HANDWERK

Trotz seines Erfolges ist Franz Künzner weiterhin ein Metzger mit Weitsicht. Im vergangenen Sommer eröffnete er einen Brotzeitgarten mit Brunnenelementen rechts neben dem Laden. „Man kann der Beste sein, aber wenn man nur im Laden steht und nichts macht, nützt das auch nichts“, sagt er. Rund 100.000 € investierte er in drei Jahren in Werbemittel und -maßnahmen. So schickte er z. B. Promotion-Girls mit kulinarischen Kleinigkeiten und Speisekarten in umliegende Unternehmen oder sprach potenzielle Kunden per Direktmailing auf dem Postweg an. Erfolgreich ist auch das Bonuskarten-System, bei dem das elfte Gericht gratis ist. Alle 1 ½ Wochen bestellt der Metzgermeister 500 Bonuskarten nach. Das ist auch ein Beweis dafür, dass er mit seinem Konzept richtig liegt. „Im Gegensatz zum Metzger, der hier vorher seinen Laden hatte, erreichen wir mit der Heißen Theke einen sechs bis siebenmal höheren Umsatz“, freut sich Franz Künzner. Darauf kann er stolz sein. *mtH*

www.metzgerei-franz-gmbh.de

ERFOLGSFAKTOREN

- **Hochwertige Speisenqualität**
- **Schnelle und frische Küche, geringe Wartezeiten**
- **Umsatzstarkes Mittagsgeschäft**
- **Mut zum Risiko**
- **Attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis**
- **Gezielte Werbeaktivitäten**

Fotos: Theimer





Aus Erfahrung gut

Der Berliner Jörg Staroske ist Fleischermeister mit Leib und Seele. Mit seinem Fachgeschäft in der Hauptstadt behauptet er sich seit Jahrzehnten an einem Standort, der es ihm nicht immer leicht machte.

Jörg Staroske ist seit 25 Jahren Fleischermeister. 1994 hat er den Betrieb von seinen Eltern übernommen. Diese wiederum konnten die Geschichte der Fleischerei bis in das Jahr 1880 zurückverfolgen. Nur der Standort hat sich ein wenig verändert. Die Fleischerei in der Potsdamer Straße 116 in

Berlin-Tiergarten befand sich bis 1981 etwa 200 m entfernt. Gleich geblieben aber ist der Anspruch, handwerklich zu produzieren. „Eines unserer beliebtesten Produkte ist der Kochschinken. Den stellen wir noch so richtig handwerklich traditionell her – ohne Poltern. Er wird gepökelt, gut gewickelt und gebrüht“, betont der Fleischermeister. „Auch Brühwurst, die es bei uns sogar fettreduziert gibt, und Leberwurst sind Produkte, auf die ich besonders stolz bin. Ich versuche die Wurst einfach so zu machen, wie sie auch mir am besten schmeckt“, erklärt er.

In der Fleischerei werden wöchentlich etwa acht bis zehn Schweinehälften sowie ein halbes Rind zerlegt. Was in der Theke verkauft wird, stammt zu 80 % aus der eigenen Produktion. Nur Serrano- und Parmaschinken oder bestimmte Rohwürste kauft er hinzu. Auch die Salate, außer Weißkrautsalat, werden selbst hergestellt.

In seiner Fleischerei sind 15 Mitarbeiter beschäftigt, davon neun im Verkauf. Auch seine Frau arbeitet im Laden mit. „Das Ladengeschäft ist unser Kerngeschäft“, sagt Jörg Staroske.

Gestützt wird es durch ein starkes Mittagsgeschäft. Täglich gibt es mindestens fünf verschiedene Suppen und Eintöpfe, diverse klassische Fleischgerichte wie Schnitzel, Rouladen, Desserts und einen wechselnden Wochenplan mit je zwei Hauptgerichten. „Mit dem Mittagsgeschäft machen wir etwa 50 % unseres Um-

KONZEPT

FLEISCHEREI STAROSKE – BERLIN

Traditionsreiche Fleischerei im Herzen Berlins. Bodenständige Produkte wie Kochschinken, frische Salatvarianten und umfangreiches Mittagsgeschäft. Partyservice als Zusatzgeschäft für Privatpersonen und Unternehmen. Engagement in der Innung.

ERFOLGSFAKTOREN

- Handwerklich geprägte Produktion
- Mittagsgeschäft „wie bei Müttern“
- Geringe Fluktuation der Mitarbeiter
- Viel Zeit für die Kunden
- Partyservice als weiteres Standbein



satzes“, berichtet Jörg Staroske. Ein weiteres Standbein ist der Partyservice. „Im privaten Bereich erleben wir das eher als rückläufig, aber für Firmenveranstaltungen und Sitzungen sind solche Angebote gefragt.“

MAN KENNT SICH

Die Fleischerei befindet sich nahe der Grenze zum Stadtteil Schöneberg. Der Anteil der Bevölkerungsgruppen, die aus religiösen Gründen auf Schweinefleisch verzichten, ist hier vergleichsweise hoch. „Wir sind froh, dass wir uns hier behaupten konnten“, gibt Jörg Staroske zu. Wie sich ein Kiez entwickelt, könne man ja nicht beeinflussen, aber er ist guter Dinge, dass die Talsohle durchschritten sei. „Es siedeln sich zunehmend Galerien hier an und es entstehen viele Eigentumswohnungen“, freut er sich. Seit über 20 Jahren führt die Fleischerei Markenfleisch der Marke Landjuwel. „Wir haben hier in Berlin besonders kritische Verbraucher. Und da ist es gut, Landjuwel anzubieten“, betont Jörg Staroske, der von der durchgängigen Qualität des Markenfleisches überzeugt ist. „Ich kann mich darauf verlassen, dass das Schnitzel

in der Pfanne nicht zusammenfällt. Natürlich ist im Kundenkontakt immer die Person entscheidend, die an der Theke steht, aber wenn ich dann zusätzlich noch ein Landjuwel-Zertifikat zeigen kann, ist das umso überzeugender.“ Hinter der Theke herrscht eine freundliche Stimmung. Viele Kunden werden namentlich begrüßt, es bleibt immer Zeit für ein nettes Wort. Den Anteil seiner Stammkunden schätzt Jörg Staroske auf 70 bis 80 %.

DAS HANDWERK FÖRDERN

„Die Innung ist für mich sehr wichtig. Denn das ist der einzige Zusammenhalt, den das Handwerk noch hat“, meint Jörg Staroske. Auch deshalb engagiert er sich dort. Er ist Schatzmeister und Stellvertretender Obermeister der Innung Berlin. Zudem ist er als Vorsitzender des Prüfungsausschusses aktiv. Natürlich sei es schwer, Auszubildende zu finden. „Neben den üblichen Anzeigschaltungen versuchen wir in unserem Geschäft, eine ordentliche Ausbildung anzubieten und hoffen, dass sich das dann herumspricht. Schließlich haben wir auch schon den einen oder anderen Landessieger

hervorgebracht“, sagt er bescheiden. Derzeit hat er zwei Auszubildende im Verkauf. Im Laden liegen zudem schmale, mehrseitige Flyer aus. Darin werden der Partyservice vorgestellt, die lange Tradition sowie und das Mittagsangebot. Demnächst möchte er auch seine Homepage wieder auf Vordermann bringen. Gemeinsam mit Landjuwel wurde ein Folder entwickelt, der das „Landjuwel-Prinzip“ darstellt. „Die beste Werbung ist aber noch immer die Mundpropaganda“, resümiert er. *Heike Sievers*
www.spanferkel.de

PROFI-PARTNER

- **Bandsäge:** Reich Fleischereimaschinen
- **Füller:** H. Frey Maschinenbau
- **Gartechnik Heiße Theke:** Bartscher
- **Gewürze:** Raps
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kutter:** K+G Wetter
- **Pökelinjektor:** Günther Maschinenbau
- **Räucherammer:** Fessmann
- **Speckschneider:** Rühle
- **Spültechnik:** Meiko
- **Wägetechnik:** Bizerba

Lösungen für Handwerk und Industrie



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



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



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



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



Rudolf Schad GmbH & Co. KG

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



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



GROSSHANDEL MIT KOLLEGEN ...

... denn wo Fleischerhandwerk drauf steht, sollte auch Fleischerhandwerk drin sein!

Zum einen möchte man alle seine Kunden zufriedenstellen und der eigenen Berufsehre gerecht werden, zum anderen muss aber auch die Wirtschaftlichkeit des eigenen Betriebes sichergestellt werden. Ein sinnvoller Lösungsansatz ist der Handel mit Kollegen.

Ein möglichst breites Sortiment, eine hohe Frische der Produkte und gleichzeitig die Kundenerwartung, dass alle Waren – außer den regional geschützten Spezialitäten – zu 100 % aus der eigenen Herstellung kommen sollen – das ist eine echte Herausforderung. Folgende Fragen treten dabei auf:

- Was heißt es seine Kunden zufriedenstellen?
- Wann sind Kunden zufrieden?

Was bedeutet Kundenzufriedenheit?

Die Marktforschung liefert dafür eine – oberflächlich betrachtet – sehr einfache Formel:

Ist-Leistung (Wahrnehmung) – Soll-Leistung (Erwartung) = Zufriedenheit

Der Kunde ist zufrieden, wenn die Leistung, wie er sie beim Einkauf in Ihrem Geschäft mit allen Sinnen wahrnimmt, besser ist als das, was er erwartet hat.

KOLLEGENBÖRSE: WER BIETET WAS?

Betrieb	Produkte	Betrieb	Produkte
Metzgerei Brunner Holzhamer Str. 17 83128 Halfing Tel. (0 80 55) 90 30 84	Lohnschlachtungen	Metzgerei Preußner Dr.-Enders-Str. 1 95030 Hof Tel. (0 92 81) 70 98-0	Fleisch und Wurstprodukte
Metzgerei Eberle Krenmoosstr. 22 a, 85757 Karlsfeld b. München Tel. (0 81 31) 9 19 81	Wurst, Rohschinken, Salami	Metzgerei Schiller Ringstr. 1 94234 Viechtach Tel. (0 99 42) 83 06	Fleisch
Landmetzgerei Gassner Wasserburger Str. 2 83556 Griesstätt b. Wasserburg a. Inn Tel. (0 86 36) 58 10	Fleisch und Wurstprodukte	Metzgerei Schuhbauer Bischof-Krautbauer-Str. 8 92436 Bruck i. d. OPf. Tel. (0 94 34) 6 83	Wurstspezialitäten, Bauernseufzer, Pfefferbeißer
Metzgerei Groß Hauptstr. 68 95131 Schwarzenbach a. Wald Tel. (0 92 89) 3 20	Schinken, Wurst, Salami	Metzgerei Wirth Hochsträßweg 1 88179 Oberreute Tel. (0 83 87) 4 90	Schwarzgeräuchertes und Landjäger
Metzgerei Kaindl Eichendorffstr. 2 86415 Mering Tel. (0 82 33) 56 95	verschiedene scharfe Pfeffersalamis	<div style="background-color: #003366; color: white; padding: 10px;"> <p style="text-align: right; font-weight: bold; color: red; font-size: 1.2em;">Machen Sie mit!</p> <p>FLEISCHER-HANDWERK versteht sich als aktiver Förderer des deutschen Fleischerhandwerks und veröffentlicht daher für alle Abonnenten kostenlos ab der nächsten Ausgabe, sowohl hier im Fachmagazin als auch unter www.fleischnet.de, alle Fleischerfachgeschäfte mit Kontaktdaten und Produkten, die gerne auch ihre Kollegen beliefern möchten oder es schon tun!</p> <p>Melden Sie sich unter: (089) 370 60-271 (Patrick Dornacher) um sich kostenlos in unsere Datenbank aufnehmen zu lassen, in der alle Fleischerfachgeschäfte mit ihren Produkten aufgelistet sind.</p> </div>	
Metzgerei und Imbiss Maisch Heinrich-Vogl-Str. 23-25 85560 Ebersberg Tel. (0 80 92) 2 23 70	Fleisch und Wurstprodukte		
Metzger-Innung Dingolfing-Landau Kreuzstr. 12 84130 Dingolfing Tel. (0 87 31) 7 35 75	Wurst		

An dieser möglichst positiven Wahrnehmung arbeiten Sie täglich mit Ihren Mitarbeitern: ob bei der Kundenansprache, der Thekenpräsentation, der allgemeinen Atmosphäre im Laden oder der Werbung. Dazu gehört es sich ständig zu verbessern und sein Angebot zu optimieren.

Doch welche Erwartungen haben die Kunden heute an ein Fleischerfachgeschäft? Meinungen dazu gibt es viele. Um ein wirklich klares und aussagekräftiges Bild davon zu erhalten, beteiligt sich „Fleischer-Handwerk“ derzeit an einer groß angelegten Befragung von über 400.000 Endverbrauchern (siehe Aufruf Fragebogen, S.15).

Doch unabhängig von den Ergebnissen dieser Marktforschung ist eines gewiss: Einen großen Einfluss auf die Erwartungen der Verbraucher haben vor allem die Bedientheken des Lebensmittel-einzelhandels, die in ihrer Fülle und Warenpräsentation immer öfter so manchem guten Fleischerfachgeschäft das Wasser reichen können. Wie sollte man also darauf reagieren, um die zu Beginn beschriebene Zerissenheit bezüglich

der Kundenzufriedenheit erfolgreich aufzulösen? Wünschenswert, aber wirtschaftlich nicht machbar, ist die frische handwerkliche Herstellung des gesamten eigenen Sortiments mehrmals pro Woche. Es müssen also Kompromisse eingegangen werden: entweder das Sortiment wird bis auf die gut laufenden Artikel reduziert, die dann auch nur selbst produziert werden, oder die Sortimentsbreite wird beibehalten bzw. erweitert und das übrige Sortiment wird hinzugekauft.

NUR DAS BESTE

Ganz allgemein ersparen sich Fleischereifachgeschäfte, durch die Entscheidung für einen Zukauf einzelner Artikel, notwendige Investitionen in den Maschinenpark. Außerdem ist es dann eher möglich, Zeit, Geld und Energie in die eigenen Stärken, die Kreativität sowie die Weiterentwicklung des Geschäftes zu investieren und sich auf das Wesentliche im Betrieb zu konzentrieren.

Mancher mag beim Ersetzen oder Ergänzen der eigenen Herstellung durch Zukauf denken: „Bin ich dann eigentlich noch ein echter Fleischermeister?“ Die Antwort darauf ist ein klares „Ja“. Gerade durch Zukauf beim Handwerkskollegen bleiben die Werte des Fleischerhandwerks sowie das eigene handwerkliche Profil erhalten. Denn sogar in der Definition der f-Marke heißt es: „...in Kooperation mit

Landwirten, Zulieferern, Kunden und Kollegen ...!“

Jedes Fleischerfachgeschäft führt eigene Spezialitäten in seinem Sortiment, manche weil die Produktionstechnik besonders ausgefeilt ist, andere haben sogar eigene Marken kreiert – und sind bereits sehr erfolgreich damit. Und: Was ist das für ein toller Ser-

Qualität unter Beweis stellen!

Da es bei der Zufriedenheit Ihrer Kunden auf deren Wahrnehmung ankommt: Nutzen Sie sowohl Ihre als auch die Prämierungen der Produkte von Ihren Kollegen. Nehmen Sie an Qualitätsprüfungen und Wettbewerben teil, wenn Sie Kollegen beliefern wollen: ob die internationalen Qualitätswettbewerbe des Deutschen Fleischer-Verbands im Rahmen der IFFA, f-Qualitätsprüfzeichen in Bayern, Fleischwurstpokal und Meisterstücke in Nordrhein-Westfalen oder die Süffa-Wettbewerbe in Baden-Württemberg. Jeder Einzelne gibt so ein wichtiges Qualitätssignal an seine Kunden weiter!



vice, wenn Sie für Ihre Kunden, „von den Besten das Beste“ aussuchen und mit dem eigenen Sortiment verschmelzen – egal ob es sich dabei um Spezialitäten aus Bayern, der Pfalz, Hessen, dem Rheinland, Sachsen oder Thüringen handelt. Über die Zeit hinweg findet sich für jeden Standort auch das passende Sortiment – und das immer frisch und ohne dass ein großes Risiko eingegangen wird.

Wer als Fleischerfachgeschäft auch in der Kommunikation mit den Kunden offen mit dem Thema „Großhandel unter Kollegen“

umgeht, dem wird die dadurch vorhandene Vielzahl an Spezialitäten von Berufskollegen ein ganz besonderer Wettbewerbsvorteil sein. Und: Dies ist ein vom Lebensmittel-einzelhandel nicht kopierbares Alleinstellungsmerkmal. Denn das vielversprechende Motto lautet: „Wo Fleischerhandwerk draufsteht, muss auch Fleischerhandwerk drin“ sein. *lie*



Der starke Partner des Fleischerhandwerks mit dem persönlichen Rund-um-Service.



1. Vollsortiment für Metzgerei, Imbiß, Partyservice im C+C-Markt (mit 50.000 Fachartikeln).
2. Leistungsfähiger Lieferservice über Nacht – mit eigenen Kühlfahrzeugen.
3. Kompetente Fachberatung mit qualifizierten Fachkräften aus der Praxis.
4. Individuelle Branchenlösungen nach Kundenwunsch.
5. **StaufenFleisch® / Staufferico®** vom eigenen Göppinger MetzgerSchlachthof.
6. Fleischverarbeitung und -veredelung im modernen EU-Fleischerlege- und Produktionsbetrieb.

MEGA Das Fach-Zentrum für die Metzgerei und Gastronomie
Schlachthofstr. 6 | 70188 Stuttgart | Tel. (0711) 16 84 – 0 | Fax – 125
www.mega-stuttgart.de | www.staufenfleisch.de

Stuttgart | Göppingen | Nürtingen | Stockach | Dresden | Chemnitz





Schon der Name Mega lässt erahnen, welche hohen Ansprüche die Stuttgarter Genossenschaft bedient. Sie ist ein Full-Service-Anbieter und lässt dabei keine Wünsche offen.



KOMPLETTLIEFERANT AUS TRADITION

Mega blickt auf eine 75-jährige Tradition als Komplettlieferant für das Metzgerhandwerk, Imbiss- und Partyservicebetriebe, Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung zurück. Neben dem 9.000 m² großen Cash & Carry-Markt am Hauptsitz in Stuttgart verfügt das Unternehmen über drei weitere Standorte in Baden-Württemberg. Auch die sächsische Tochtergesellschaft Mega mit zwei Cash & Carry-Märkten in Dresden und Chemnitz zählt seit über 20 Jahren zur Gruppe. Zudem verfügt das Unternehmen über einen Zustelldienst mit 90 Mehrkammer-Kühlfahrzeugen für die individuelle Belieferung der Kunden. Jüngstes Kind der Genossenschaft ist der 2011 eröffnete Cash & Carry-Markt in Stockach am Bodensee. Er bietet den Kunden auf 7.000 m² unter dem markanten Gewölbedach eine besondere Einkaufsatmosphäre.

ALLES WAS DAS HERZ BEGEHRT

Mit über 50.000 Fachartikeln lässt das Warenangebot kaum Wünsche offen. So finden sich in der Obst- und Gemüseabteilung viele ta-

gesfrische Marktwaren, vorzugsweise aus der Region, die Abteilung für Käse und Molkereiprodukte bietet mit über 600 Käsesorten für die Bedientheke und den Partyservice alles, was man für ein abwechslungsreiches und exklusives Angebot benötigt. Das Sortiment umfasst zudem frischen und geräucherten Fisch sowie Frischfleisch, das aus der eigene Schlachtung und Zerlegung stammt.

Im EU-Fleischzerlege- und Produktionsbetrieb werden nach Kundenwunsch über 300 Fleisch-, Wurst- und Schinkenprodukte, Menükomponenten sowie Fleischzuschnitte hergestellt. Neben dem Fleischsortiment als Handelsware führt Mega die Premiumfleisch-Marke Staufenfleisch, dessen Fleisch aus dem hauseigenen Göppinger MetzgerSchlachthof stammt. Mit einer großen Auswahl an Berufskleidung und -schuhen sowie durch die hauseigene Logo-Stickerei erhalten die Kunden ein individuelles Erscheinungsbild. Auf 3.000 m² herrscht zudem die Qual der Wahl aus über 20.000 Fachartikeln des modernen Gastronomiebedarfs. Ähnlich breit ist das Sortiment an klassischen Fleischereibedarfsartikeln wie

Verkaufsverpackungen, Därme oder Gewürzen. Seit jeher setzt das Unternehmen nur auf gelernte Fachkräfte aus der Region. Mit einem kompetenten Telefonverkauf und Außendienst ist die FleischerGenossenschaft ganz nah an ihren langjährigen Fleischermitgliedern und -kunden.

Neben der reinen Warenlieferung nimmt Mega ihren genossenschaftlichen Förderauftrag in Form kostenloser Beratungen und informativer Fortbildungsseminare sehr ernst. Weit über 2.000 Mitglieder und Kunden nutzen den Seminar-Service. Die Seminare mit einem hohen Praxisbezug und hochkarätigen Referenten werden mehrmals jährlich an den verschiedenen Standorten durchgeführt und behandeln die unterschiedlichsten Themen rund um die Warenkunde, -verarbeitung und -präsentation. Ein wichtiges Augenmerk legt Mega außerdem auf die Schulung seines Nachwuchses. So besucht jeder Absolvent der Fleischer- und Hotelfachschulen bei Mega z. B. mindestens einmal eine Fleischschulung.

bew
www.mega-stuttgart.de, www.staufenfleisch.de,
www.megadresden.de



HANDTMANN AUF DER IFFA 2013: KUNDENNAH UND FACHKOMPETENT

IFFA

Die Fachmesse
für die Fleischbranche
4.- 9. Mai 2013
Messe Frankfurt
Halle 8, Stand D 96

Handtmann auf der IFFA 2013.

Für Handwerk und Mittelbetriebe präsentiert Handtmann auf der IFFA 2013 Lösungen, die Sie jeden Tag noch erfolgreicher machen. Erleben Sie Qualität, Vielfalt und Effizienz im Einklang.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch und das Gespräch mit Ihnen!



handtmann
Ideen mit Zukunft.



Handtmann auf der IFFA: Innovativ und praxisgerecht!

Höchste Qualität, vielseitige Produkte und eine wirtschaftliche Produktion sind entscheidende Erfolgsfaktoren. Erleben Sie auf der IFFA Handtmann-Lösungen, die Ihnen genau diese Wettbewerbsvorteile mit innovativer und zuverlässiger Technik eröffnen.

- **VF 608 plus**
mit neuen Haltevorrichtungen

Die neuen Haltevorrichtungen für schonendes und effizientes Abdrehen, schnellen Darmwechsel und eine hohe Standzeit. Profitieren Sie von Kosteneinsparung mit jeder Portion!

- **VF 612 KOMPAKT**
mit Rundformer und Plättband

Erleben Sie die wirtschaftliche und vielseitige Herstellung von Klößchen, Frikadellen und Burgern. Praxisgerecht vorgeführt mit Ersatzmasse!

- **Automatisierte Würstchenproduktion**
für expandierende Handwerksbetriebe

VF 612 mit AL-Aufhängelinie PLH 216 mit neuer Haltevorrichtung mit effizienten Zusatzfunktionen für schnellen Darmwechsel und deutliche Leistungssteigerung!



Das Handtmann Forum.
Raum für Dialog und Innovation.

Nutzen Sie unser Forum zur Realisierung Ihrer innovativen Produktideen. Diese testen wir unter Praxisbedingungen und stimmen sie exakt auf Ihre Anforderungen ab. Besuchen Sie uns!

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.



RAUCH IST NICHT GLEICH RAUCH

Das Räuchern zählt nicht nur zu den ältesten Konservierungsmethoden, sondern ist ein Veredelungsvorgang, der über die Qualität der Produkte entscheidet. Dafür stehen technisch ausgefeilte Anlagen zur Verfügung, die diesen Prozess sicher und wirtschaftlich gestalten.

Um ein gleichmäßiges und gutes Ergebnis zu erreichen, findet das Räuchern meist in vollklimatisierten und elektronisch gesteuerten Anlagen statt. Dabei werden drei Methoden unterschieden:

Bei der Heißräucherung werden rohes Fleisch oder Fisch über die

Dauer von wenigen Stunden gegart und konserviert. Der Prozess erfolgt bei Temperaturen zwischen 70 und 100°C – die Produkte sind aber nur wenige Tage haltbar. Die hohen Temperaturen fördern zwar die Umrötung bei Brühwürsten, lassen aber nur wenige Raucharomastoffe ins Innere des Pro-

duktes eindringen. Diese Methode wird hauptsächlich bei Brühwürsten und Kasselerzeugnissen angewendet. Intensives trockenes Heißräuchern bei Temperaturen zwischen 60 und 80°C nennt man „braten“, was zu einem hohen Wasserverlust und einer stärkeren Geschmacksausbildung führt.

Die Warmräucherung erfolgt bei Temperaturen bis 50°C. Kochpökwaren, großkalibrige Brühwürste und Kochschinken werden mit dieser Methode behandelt.

Das Kalträuchern findet bei 15 bis 25°C mit speziellen Hölzern (vor allem Harthölzern) statt. Mit diesem Verfahren wird die längste Halt-





Fessmann

barkeit erreicht. Es wird etwa bei Rohwurst, Rohschinken, Speck und Räucherlachs angewandt. Dabei ist das Eindringen des Rauches in das Produkt am intensivsten.

Prinzipiell gilt: Je höher die Temperatur, desto kürzer ist die Räucherzeit. So dauert die Heißräucherung zwischen 20 und 60 Minuten, die Warmräucherung ein bis drei Stunden und bei der Kalträucherung reift das Produkt bis zu mehreren Wochen in der Räucherammer.

Der Rauch wird durch die Verschwelung zerkleinerter Harthölzer erzeugt und entsteht durch eine unvollständige Holzverbrennung. Geräuchert wird im Allgemeinen mit Sägespänen oder -mehl von Buchenhölzern. Um eine dunklere Farbe der Ware zu erhalten, werden der Buche auch Sägespäne oder -mehl von der Erle beigegeben. Für die Geschmacksgebung sorgt vor allem die Beimischung von Wacholderbeeren, Kräutern, Tannen- oder Kiefernzapfen und -nadeln. Dabei ist das Mischungsverhältnis für den charakteristischen Geschmack verantwortlich. Während Westfälischer Schinken z. B. über Buchenholz geräuchert wird, sorgt beim Schwarzwälder Schinken Tannenholz für den typischen Geschmack. Dafür sind Verbindungen verantwortlich, die über den Räucherprozess in die Ware eindringen – etwa 500 davon sind identifiziert, wovon nicht alle wünschenswert sind. Dazu zählt etwa das krebserregende Benzpyren, ein polyzy-

klisch aromatischer Kohlenwasserstoff (PAK). Über den Anteil an erwünschten und unerwünschten Verbindungen im Rauch entscheiden die Menge an Luftsauerstoff, die Feuchtigkeit des Holzes, die Verwendung der Holzart sowie die Raucherzeugungstemperatur. Je höher die Temperatur ist, umso höher ist auch der PAK-Anteil. Moderne Räucheranlagen reduzieren diesen Ausstoß aber enorm.

RAUCH ERZEUGEN

Die Erzeugung des Rauches kann nach unterschiedlichen Methoden erfolgen. Dabei folgt der eigentlichen Raucherzeugung oft eine Rauchwäsche zur Reduktion fester Bestandteile wie Ruß, Teer und Harz. Abhängig von der Räucher- methode und der Temperatur sowie des Ausgangsmaterials lassen sich sehr unterschiedliche Raucharten erzielen. Diese sind für die Charakterisierung der jeweiligen Fleischerzeugnisse von großer Bedeutung und daher je nach Betrieb meist unterschiedlich. Zu den gängigsten Verfahren gehören das Räuchern mit Glimmrauch (von Hackspänen und Sägemehl), mit Reiberauch und Wasserdampf. Der Glimmrauch wird in Rauchkammern oder offen erzeugt, indem entweder Sägemehl (z. T. aromatisiert) oder Hobelspäne auf einer Glimmplatte verglüht werden und der Rauch über einen Luftstrom zum Produkt gelangt. Bei der Reiberaucherzeugung (auch Frik-

Fotos: Höhenrainer, Fessmann

NACHHALTIGKEIT

Energiesparende und qualitätserhaltende Brattechnik von **silex**®

Die spezielle Oberflächenveredelung unserer Bratplatten durch das Verfahren DURANEL®+plus Easy Clean in Verbindung mit der digitalen Steuerung wirkt nachhaltig effizient und effektiv in puncto Energie und Wirtschaftlichkeit. Leistung mit Klasse – für mehr Rendite.

www.silex-de.com

Doppel-Kontakt-Braten mit der S-Klasse - Modell S161K



Maurer-Atmos Middleby

tionsrauch) wird ein Holzstab auf ein sich drehendes Rad gepresst. Die daraus resultierende Reibung führt zum Verglühen des Holzstabes und so zur Entwicklung von mildem Rauch. Vor allem bei Brühwürsten erfolgt die Heißräucherung vielfach durch überhitzten Wasserdampf. Eine andere Methode ist das Räuchern mit Flüssigrauch. Diese Option der Räucherung wird inzwischen von allen Räucheranlagenherstellern angeboten. Sie ermöglicht im Gegensatz zu den konventionellen Methoden eine emissionsfreie Räucherung, da die Schadstoffe im Rauch bereits bei der Herstellung des Flüssigrauchs herausgefiltert wurden. Der Flüssigrauch wird als Aerosol über ein Tauchbad oder durch eine Berieselung auf die Oberfläche der Produkte gegeben, auf der er antrocknet. Das Aroma dringt aber nicht so tief ins Produkt ein wie beim konventionellen Räuchern über Glimm- bzw. Reiberauch. Die Tropfengröße beeinflusst Geschmack und Farbintensität der Produkte. Je kleiner diese, umso intensiver ist der Rauchgeschmack und heller das Produkt, bzw. je größer die Tropfen umso intensiver ist die Farbe und weniger aufdringlich der Rauchge-

schmack. Am häufigsten wird diese Methode bei der Herstellung von Brühwürsten verwandt. Red Arrow ist Spezialist für flüssige Raucharomen. Eine weitere Möglichkeit, die das Unternehmen bietet, ist das Räuchern mit gereinigtem Rauch. Aus unbehandelten Sägespänen wird unter kontrollierten Bedingungen Räucherrauch erzeugt. Dieser Rauch wird mit Trinkwasser auskondensiert und dann in einem mehrstufigen Verfahren von unerwünschten Stoffen wie Asche, Teer und 3,4-Benzopyren befreit. Das so gewonnene gereinigte, naturbelassene Rauchkondensat wird mit Hilfe von Druckluft zu einem stabilen Rauch wiedererzeugt und ist physikalisch mit konventionell



Red Arrow

Fotos: Maurer-Atmos Middleby, Red Arrow

FREY füllt die Würstchen!

FREY
Maschinenbau

- Top Füllergebnisse in Produktbild und Qualität
- Moderne Füll- und Steuerungstechnik
- Niedrige Wartungskosten
- Modernste Hygienetechnik
- **Touch Control** vereint Funktion, Ergonomie und Hygiene

Besuchen Sie uns in Frankfurt

IFFA

04. - 09. Mai 2013
Halle 8.0 Stand D44

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



Vakuumfüller
F-Line F60

Die neue Kutter-Generation ist ideal für das Fleischerhandwerk.



Für die spezifischen Anforderungen des Fleischerhandwerks haben wir den Blizzard 45 L neu konzipiert. Ein effizientes, leistungsgerechtes Antriebssystem wird in einem komplett geschlossenen Edelstahlkorpus eingesetzt. Dies zeichnet den neuen Kutter ebenso aus, wie sein einzigartiges Hygiene-System. Produziert wird nach neuesten ergonomischen Kenntnissen, mit maximaler Funktionalität, an unserem Standort in Laufach.

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

IFFA 2013 • Halle 8 G30

Erfahrung • Fortschritt • Service





Klaus Werner von Werners
Schlachthaus Siebengebirge

erzeugtem Rauch identisch. Der Tarber Smoke Master-Räucherzeuger kann an eine bestehende Räucher kammer installiert werden und ist für alle Räucher methoden geeignet.

DIE ANLAGEN

Um konstante, reproduzierbare Räucherergebnisse zu erreichen, ist es egal, mit welcher Methode geräuchert wird. Wichtig sind qualitativ hochwertiges Fleisch bzw. eine gleichmäßige Wurstproduktion, ein Räuchermittel mit gleichbleibenden Eigenschaften sowie ein kompetenter Räucheranlagenhersteller. Die Technologie von Fessmann ist durch ein stufenloses Umwälzgebläse gekennzeichnet. In handwerklichen Betrieben sind vorwiegend Turbomat-Anlagen im Einsatz, z. B. die Modelle T1800, T1900 sowie T3000, in dem Salami ohne Manpower über das Wochenende hinweg reifen kann. Je nach Größe fassen die Anlagen pro Rauch-

wagen zwischen 90 und 180 kg. Alle Anlagen dieses Typs werden in der Eco.Line-Bauweise hergestellt. Diese reduziert den Wärmeverlust dank einer weiterentwickelten Paneelbauweise mit Triplex-Isolierung um mehr als 25 %. Zudem liegt der Verbrauch eines Reinigungsmittels bei einer 20-stündigen Rauchzeit bei durchschnittlich 3 l pro Reinigungszyklus.

Maurer-Atmos Middleby bietet mit der ASR Anlage eine platzsparende Mehrwagenlösung zum Räuchern und Kochen. Die Räucher- oder Kochware kann darin liegend auf Gitterrosten oder hängend an Spießen behandelt werden. Dadurch dass die Räucherzeugungssysteme in der Anlagentür oder an der Kammerrückwand installiert sind, ergeben sich sehr kompakte Bauweisen. Auch bei dieser Anlage kann die Luftumwälzung individuell eingestellt werden, was sich u. a. positiv auf die Prozesszeiten auswirkt. Jeder Wagenplatz wird mit der gleichen Temperatur und relativer Feuchte behandelt. Für Hygiene sorgen u. a. eine automatische Innenreinigung und das kompakte Fertiggehäuse.

Echte Allroundtalente bietet Bayha & Strackbein/ Bastra mit den Universal Koch- und Rauchanlagen. Neben den gängigen Räucherverfahren, beherrschen diese u. a. auch die Prozesse Kochen, Heißluftgaren, Halbkonservieren, Braten und Auftauen. Diese Anlagen sind für Betriebe geeignet, die bei kleinem Platzbedarf eine Vielfalt an Anwendungsmöglichkeiten umsetzen möchten. Zwei unterschiedliche Räucherzeugungsverfahren in einer Anlage ermöglichen es außerdem, Produkte traditionell oder mit Flüssigrauch in Kombination mit einem traditionellen Verfahren zu veredeln. Alle gängigen Beheizungssysteme sind erhältlich. Die Bastra-Steuerungen TS 800 und GPTec 500 gewährleisten eine optimale Feuchtere gelung und ermöglichen eine zuverlässige Kontrolle von Umluft, Temperatur und Feuchtigkeit. *Bernadette Wagenseil*



Bayha & Strackbein (Bastra)

Nützliche Links

www.bastra.de
www.fessmann.de
www.maurer-atmos.de
www.red-arrow-deutschland.de

DAS AUGEN KAUFEN MIT



Immer mehr kleine und mittlere Fleischereifachbetriebe legen Wert auf eine professionelle Präsentation ihrer Produkte. Dabei haben sie die Wahl zwischen verschiedenen Verpackungskonzepten.

Das Auge isst mit“ sagt der Volksmund und meint damit, dass Fleisch, Fisch oder Salate, appetitlich angerichtet, vielen Menschen einfach besser schmecken. Auf den Point-of-Sale, in diesem Fall die Fleisch-, Fisch- oder Salattheke übertragen, könnte der Satz auch lauten: „Das Auge kauft mit“. Je ansprechender und kundenfreundlicher Lebensmittelprodukte verpackt sind, desto eher finden sie ihren Käufer. Kein Wunder also, dass im Lebensmittelfachhandel und -handwerk auch immer mehr kleine und mittelständische Betriebe ihre Produkte professionell präsentieren. Diese Unternehmen wissen, dass die Verpackung eine wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung spielt – eine Erkenntnis, die von diversen Studien untermauert wird.

Bei der Suche nach dem am besten geeigneten Verpackungskonzept haben kleine und mittelständische Lebensmittelfachbetriebe die Qual der Wahl. Das Spektrum moderner Verpa-

ckungslösungen reicht vom klassischen Vakuumbbeutel über tiefgezogene Verpackungen aus Weich- oder Hartfolie bis hin zu den variantenreichen vorgefertigten Trays. „Die Möglichkeiten moderner Verpackungskonzepte und Verpackungstechnologien sind groß. Daher sollten sich kleine und mittelständische Unternehmer im Vorfeld umfassend beraten lassen bzw. sich einen ersten Überblick verschaffen“, rät Valeska Haux von Multivac.

VERSCHIEDENE VARIANTEN

Bei Handwerksbetrieben im Lebensmittelbereich nach wie vor stark verbreitet ist die klassische Vakuumverpackung in Beuteln. Während des Verpackungsprozesses wird die Atmosphäre und damit der Sauerstoff aus der Verpackung abgesaugt. Das verhindert die Vermehrung der von Sauerstoff abhängigen Mikroorganismen und verlangsamt den Oxidationsprozess des Packguts. Vakuumverpackungen in Beuteln

sind vergleichsweise kostengünstig und einfach mit Kammermaschinen herzustellen.

Eine Alternative zum klassischen Vakuumbbeutel bilden Trayverpackungen. Das Verpacken von Lebensmittelprodukten in Trays hat mehrere Vorteile: Form und Material lassen sich individuell auf das zu verpackende Produkt abstimmen. So gibt es eine große Auswahl von Trays aus Kunststoff, Karton oder auch Aluminium. Soll z. B. ein Fertiggericht verpackt werden, können transportsichere und ofen- oder mikrowellengeeignete Trays eingesetzt werden. Ebenso existieren Trays mit Zusatzfunktionen wie Varianten mit mehreren Mulden, in denen unterschiedliche Menükomponenten von Fertiggerichten getrennt verpackt werden können. Der Traysealer T 100 von Multivac kann auf einem Tisch oder einer Verkaufstheke aufgestellt werden. Trotz seiner Kompaktheit ist der T 100 mit einem Vakuumier- und Begasungssystem ausgestattet. Er kann daher auch MAP-Packungen produzieren. Auch das Herstellen von Trays mit Aufreißbecken ist möglich. „Mit dem T 100 können Metzgereifachbetriebe die ausgewählten Produkte direkt vor den Augen der Kunden qualitativ hochwertig, sicher und hygienisch verpacken“, sagt Valeska Haux.

Die dritte Alternative für die Verpackung von Lebensmitteln ist das Tiefziehverpacken. Tiefziehverpackungen können sowohl aus Weichfolie als auch aus Hartfolie hergestellt werden. Beim Tiefziehverpacken erfolgt die Formgebung der Verpackung in der Verpackungsmaschine. So können aus demselben Folienmaterial Packungen mit unterschiedlichen Formen produziert werden. Zu den Einstiegsmodellen gehört z. B. die R 095 e-concept von Multivac. Die Maschine benötigt weder einen Druckluft- noch einen Wasseranschluss.

Foto: Multivac

DAS ORIGINAL



Mit uns fällt Ihnen die Trennung leicht!
„Baadern“ Sie jetzt!

Entsehen

Trennen

Struktur

Beffe

Kalziumarm

Überzeugen Sie sich auf der
IFFA · Halle 8.0 · Stand G59



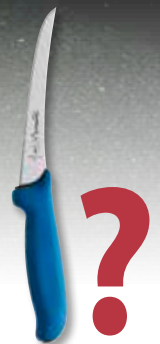


UMSATZ AUF RÄDERN

Mobile Verkaufseinheiten stehen fast überall in der Republik: auf Wochenmärkten, bei Events, auf Jahrmärkten und Parkplätzen oder in Gewerbegebieten. Sie ermöglichen einen direkten Kundenkontakt und bieten auch Fleischereien große Umsatzchancen.

Die Gesellschaft wird immer mobiler und fordert Möglichkeiten, an denen man sich schnell, gut und preiswert mit Speisen oder Getränken versorgen kann. Erfolgreiche Beispiele für mobile Verkaufseinheiten gibt es viele, z. B. den Fleischermeister Manfred Kemper aus Laer in Nordrhein-Westfalen, der sich auf den mobilen Verkauf auf Wochenmärkten

spezialisiert hat. Der Tresen des Verkaufswagens von Kemper's Markthandel, der zusammen mit *Borco-Höhns* entwickelt wurde, ist 7,70 m lang. Der Wagen ist mittwochs und samstags auf dem Domplatz in Münster im Einsatz. „Rund 50 Schweine und etwa zwei Bullen werden in der Woche zerlegt und dann u. a. über die mobile Theke verkauft. Die installierte Klimaanlage sorgt für die passende Kühlung“, betont Manfred Kemper. Weitere Verkaufsorte sind u. a. Wettingen und Laer.



Georg Fischer



Gamo Fahrzeugwerke



WINTERfrische Ideen für den temperaturgeführten Fleischtransport

+49 (0)6659/96 46 - 0

www.winter-kuehlfahrzeuge.de

■ Individuelle Transportlösungen ■ Bundesweiter Außendienst mit Vorführwagen ■ Hoher Qualitätsstandard durch ISO 9001



Hofmann Fahrzeuge



Fahrzeugwerk Borco-Höhns



Barthau Anhängerbau

„Dank der rollenden Filiale ist ein Höchstmaß an Flexibilität möglich“, ergänzt der Fleischermeister. Bevor man ein Verkaufsmobil erwirbt, ist es ratsam, das Verkaufsgebiet zu analysieren und mögliche Mitbewerber sowie deren Angebot und Preisstruktur genau zu kennen. Die Erfolgskriterien des mobilen Geschäftes, das Know-how der Neukundengewinnung, der guten Präsentation und die Schulung der Mitarbeiter sind Grundlagen, dass das Vorhaben auf Anhieb klappt. In der Borco-Höhns Akademie erhalten Unternehmer und Neueinsteiger fundierte Informationen.

WAS GIBT ES NOCH?

Aber auch andere Hersteller von mobilen Verkaufseinheiten, Anhängern und Kühl- und Nutzfahrzeugen haben ihre Sortimente für die kommende Saison aufgestellt. Hier nun einige Neuheiten:

Eine groß dimensionierte Tür, serienmäßige Rohrstützen, Regalwände, PU-Isolierung sowie ein abschließbarer Sicherheits-Pressverschluss kennzeichnen den Kühlkoffer-Anhänger Typ IK von Barthau Anhängerbau. Damit ist ein

vorschriftsmäßiger Transport der Kühlware auch bei geringen Energiekosten möglich. Für einen konstanten Temperaturbereich im Anhänger sorgt ein leistungsstarkes Standkühlungsaggregat, d. h. das der Wagen kann auch stationäres Kühlhaus genutzt werden.

Für den mobilen Fleischverkauf hält Georg Fischer Fahrzeuge mit einem Elektronikkonzept parat, das die Ware während der Fahrt kühlt. Unter der Theke befinden sich zudem Kühlschränke, in denen Vorratsware gelagert werden kann. Zur Auswahl stehen u.a. kleine Verkaufsanhänger und -mobile. Dabei kann der Kunde zwischen einer Serienbauweise oder einem individuell gestalteten Fahrzeug wählen. Das kompakte und wendige Verkaufsmobil Freshmaster SM 290 der Gamo Fahrzeugwerke ist mit seiner integrierten Kühltheke speziell für den Tourenverkauf ausgelegt. Es beinhaltet serienmäßig das Gamo-Optimobil Stromversorgungspaket, das dem Betreiber einen mobilen Verkauf von acht bis zehn Stunden ohne fremde Stromquellen ermöglicht. Da auf eine separate und platzraubende Energiequelle verzichtet werden kann, sparen Fleischer neben Gewicht und Treibstoff auch Kosten für den Unterhalt.

Die Verkaufssysteme als Anhänger oder Mobile von Hofmann Fahrzeuge sind in unterschiedlichen Größen und Ausstattungsvarianten variabel im mobilen Verkauf einsetzbar. Eine fachgerechte Innenausstattung erfolgt individuell auf

Kundenwunsch, wobei Kühltheken mit stiller Kühlung, Umluft- oder Kontaktkühlung möglich sind. Zusätzliche Bevorratungskühlungen sind als Kühltische, Boxen oder Vitrinen erhältlich. Unterschiedliche Lichtkonzepte mit konventionellen Leuchtstofflampen, Thekenflutern oder einer LED-Thekenbeleuchtung sorgen für die passende Ausleuchtung. Neben praktischen Zubehörtiteln bietet das Unternehmen auch einen isolierten Fahrboden mit Fußbodenheizung.

TBV arbeitet permanent daran, das Gewicht seiner zertifizierten Kühlaufbauten zu reduzieren und dabei die hohe Stabilität beizubehalten. So wurde durch die Optimierung der Konstruktion oder den Einsatz von glasfaserverstärkten Kunststoffen in der Kofferdeckschicht anstelle von Stahldeckschichten das Gewicht vermindert. Effiziente Kälterückhaltesysteme erhalten nicht nur die geforderte Laderaumtemperatur auch bei vielen Türöffnungen, sondern ent-

Eine grüne Entscheidung Kühlfahrzeuge von TBV



Kälteverlust und Kraftstoffverbrauch reduziert. Energierückgewinnung bei Ladebordwänden. Sparen Sie mit uns: Ihre Profis für Kühlkoffer und Fahrzeugisolierungen
☎ 07852 9179-0 www.tbv-kuehlfahrzeuge.de



EINFACH MEHR Erfolg haben, mit ...



Telefon: 04261 671-0
... Verkaufsfahrzeugen vom Marktführer! **BORCO HÖHNS** borco.de

Fotos: Hofmann Fahrzeuge, Fahrzeugwerk Borco-Höhns, Barthau Anhängerbau

Nützliche Links

- www.barthau.de
- www.borco.de
- www.fischer-fahrzeuge.de
- www.gamo.de
- www.kempers-markthandel.de
- www.verkaufssysteme.de
- www.winter-kuehlfahrzeuge.de
- www.woermann.eu

lasten auch den Fahrer und die Umwelt.

Ab dem Frühjahr 2013 bietet Winter Kühlfahrzeuge den Kleintransporter Dacia Dokker Express inklusive Isolierausbau mit GFK-Formteilen an. Nach dem Umbau mit Bauteilen und Kühlaggregat beträgt die Ladekapazität 28 Euro-2-Kisten. Der Ford-Transit Custom mit zwei verschiedenen Radständen/ Laderaumlängen ist dann auch als Hochdachvariante erhältlich. Der Isolierbausatz mit Kühlaggregat ist ab April für beide Radstände lieferbar. Serienmäßig verfügen alle Frischdienst- und Tiefkühlbauten über

eine Laderaumbeleuchtung in LED-Technik und eine rundumlaufende Airlineschiene zur Warensicherung. Das Anhänger-Center Wörmann führt spezielle Marktanhänger sowie Kühl- bzw. Tiefkühlanhänger. Die Thermo-King-Baureihe etwa garantiert den sicheren Transport von Frisch- und Tiefkühlware sowie speziell von hängendem Großfleisch. Dafür sorgt die serienmäßige Ausstattung mit zwei Rohrbahnen mit Euroanschluss. Zusammen mit der Kombi-Kühlmaschine umfasst das Fahrzeug einen Regelbereich von 2-10°C und bis zu -20°C im Tiefkühlbereich. Die Anhänger sind für eine ansprechende Präsentation der Waren mit unterschiedlichen Thekenvarianten oder mit einem Imbissbereich erhältlich. *mth*



Winter Kühlfahrzeuge



FLEXIBEL IM PARTYSERVICE

Kiesling Fahrzeugbau ist seit über 30 Jahren als Spezialist für Kühlaufbauten bekannt. Im Partyservice erleichtern praktische Zubehörteile wie Trennwände oder Regale das Geschäft.

Steht bei Fleischereien etwa tagsüber die Belieferung von Filialen an, kann das gleiche Fahrzeug abends für den Partyservice genutzt werden. Das ermöglicht z. B. die Trennwand Vario Lite®, die abends als Partyboden fungiert. Sie wurde für den Einsatz im Coolen Flitzer® entwickelt und wiegt 50 kg – herkömmliche Trennwände kommen auf rund 100 kg. Die Trennwand ist im Laderaum verschiebbar und kann zur Decke hochgeschwenkt werden. Damit können Lebensmittel in zweierlei Temperaturbereichen voneinander getrennt transportiert werden. Für den Einsatz im Partyservice wird die Vario Lite® mittig in einer Ankerschiene befestigt und dann in die Waagrechte gedreht. So entsteht ein Zwischenboden, der eine vom TÜV Nord geprüfte Tragkraft von bis zu 800 kg hat. Dieser ist mit einem rutschfesten Belag beschichtet, so dass auf einer zweiten Ebene z.B. auch Platten, Kisten oder Körbe Platz finden. Wird die Wand nicht

benötigt, kann sie leicht herausgenommen werden. Alle Aufbauten verfügen zudem über LED-Innenleuchten, eine flüssigkeitsdichte Bodenwanne aus Aluminium-Gersenkorn-Boden, die leicht zu reinigen, stabil und abriebfest ist, sowie einen Easy Lock®-Verschluss für ein schnelles Öffnen und Schließen der linken Hecktüre. Die Aufbau-typen: Beim Speedy Flitzer® schließt die Aufbauhöhe mit dem Dach des Fahrgestelles ab. Der City Flitzer® bietet Platz für 120 E2-Kisten oder vier Europaletten, der Mini Flitzer® für 140 E2-Kisten oder vier Europaletten und der Coole Flitzer® für 200 E2-Kisten oder fünf Europaletten. www.kiesling.de

Fotos: Winter Kühlfahrzeuge, Kiesling Kühlfahrzeuge



MARKENSCHAUFENSTER

BARTHAU Kühlanhänger
ANHÄNGERBAU
CATERING TRANSPORT KÜHLRAUM
Kälte Wärme
PU 80 mm 0,235 W/(m²K)

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

www.verkaufssysteme.de

Wir planen u. fertigen auf hohem Niveau zu günstigen Preisen.
• Gebrauchte • Miete • Leasing •
Hofmann Freudenberg
Tel. 0 27 34 / 497-0
info@verkaufssysteme.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

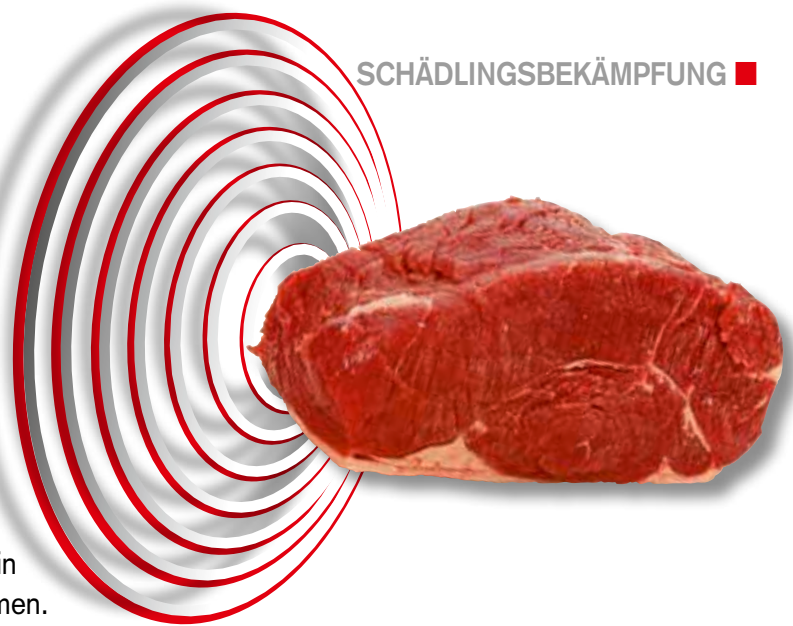
FISCHER Verkaufs- und Sonderfahrzeuge
Qualität made in Germany

- ✓ Bundesweite Service-Stützpunkte
- ✓ Individuelle Beratung
- ✓ Finanzierung, Miete, Leasing, Kauf
- ✓ Über 65 Jahre Firmengeschichte

Georg Fischer GmbH
Heidenheimer Straße 63
D-89312 Günzburg
Tel: +49(0)8221/9019-0
Fax: +49(0)8221/9019-69
www.fischer-fahrzeuge.de



Das Rundum-Sorglos-Paket ist in sein zweites Jahr gestartet. Mit den bisherigen Ergebnissen ist Svenja Fries, die technologische Beraterin des Fleischerverbands Bayern, mehr als zufrieden. Neuerungen wie ein Schädlingsmonitoring werden ebenfalls gut angenommen.



HYGIENE IST DAS A UND O



sondern unterstützt auch bei prophylaktischen Maßnahmen. Im Gespräch berichtet Svenja Fries (l.), die „Mutter“ des Hygienepaketes H+, über die ersten Ergebnisse, Neuerungen und Schädlingsbekämpfung beim Metzger.

Das Rundum-Sorglos-Paket befindet sich in seinem zweiten Jahr. Wie wird es angenommen?

Es läuft sehr gut – sowohl bezüglich der Probenergebnisse als auch der Teilnehmerzahl. Wie beim letzten Jahreswechsel spürten wir auch 2013 wieder einen verstärkten Zuspruch in den ersten Wochen des neuen Jahres, sodass wir bereits knapp 300 Teilnehmer haben. Die Ursache dafür ist vielfach die Erkenntnis der Betriebsinhaber, dass sie im vergangenen Jahr nichts für die Hygiene getan haben, es aber dringend sollten. Einige wechseln auch wegen der Einfachheit vom eigenen Labor zu uns. Zu den Ergebnissen kann ich ganz klar sagen, dass ich mehr als zufrieden bin.

Wie stellen sich die Ergebnisse im Detail dar?

Sehr, sehr gut. Bei den Hackfleischproben wurden 91 % mit sehr gut bewertet, bei den Rohwürsten und Rohschinken erhielten 98 %

das Prädikat „sehr gut“, bei den Fleischzubereitungen und den Brühwürsten waren es 99 % und bei den Konserven konnten wir keinerlei Beanstandungen feststellen – 100 % waren in Ordnung. Diese Ergebnisse zeigen deutlich die hervorragende Arbeitsweise des Fleischerhandwerks. Um solch ein tolles Ergebnis zu erhalten, ist Frische das A und O. Auch die kurzen Wege, die unsere Metzger zurücklegen, wirken sich natürlich positiv aus. Ein interessanter

Aspekt, der diese Vermutung unterstreicht, sind die noch besseren Ergebnisse der Hackfleischproben von selbstschlachtenden Betrieben.

Das Rundum-Sorglos-Paket wurde seit seiner Einführung verändert. Was ist neu?

Anfänglich deckte das Rundum-Sorglos-Paket nur die mikrobiologischen Untersuchungen in einem Betrieb ab. Immer wieder wurden wir jedoch gefragt, ob wir auch ein Schädlingsmonitoring anbie-

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

ISO-NORM QUALITÄTSSICHERUNG

Weltweit seit 1974

Prüfz. EUROPA-STANDARD IEC 335-2-59

Die neue Generation mit Klebefolientechnik

Fliegen, Wespen, Mücken, Motten geräuschlos töten, ohne Gift und Chemie. Die Insekten werden mit hochentwickelten Leuchtstoffröhren angelockt und auf einer Klebefolie im Gerät festgehalten. Die Folie kann hygienisch sekundenschnell ausgewechselt werden. Privat und gewerblich einsetzbar. Wirkt wie eine dekorative indirekte Beleuchtung und wird einfach an die Steckdose angeschlossen. Technische Angaben: Wirkungsbereich ca. 280 qm, 2 Stabrohre 20 W, Stromverbrauch 50 W, Größe 18,5 x 62,5 x 35,5 cm. Weitere Geräte für jede Raumgröße lieferbar.

DEKUR® Alte Heerstrasse 44 · D-56329 St.Goar-Fellen · Tel.: 06741-2999980 · Fax: 06741-2999981

STOP DEKUR® Ultrasonic

Vertreibt Ratten und Mäuse ohne Gift und Chemie

2 Jahre Werksgarantie. Für weitere DEKUR®-Produkte zur Schädlingsbekämpfung bitte Katalog anfordern! Kostenlose Fachberatung.

Seit September 2011 haben Innungsmitglieder zum Vorzugspreis die Möglichkeit, ihre verpflichtenden mikrobiologischen Untersuchungen über den Fleischerverband Bayern zu absolvieren. Neben dem Erinnerungsdienst an Hygieneschulungen und der mikrobiologischen Probennahme erstellt der Verband notwendige Unterlagen sowie einen Probenplan, organisiert die Abrufung der Proben und hilft im Falle eines nicht ordnungsgemäßen Ergebnisses. Neu ist das Schädlingsmonitoring. Dafür hat der Verband einen Rahmenvertrag mit einem Schädlingsbekämpfer abgeschlossen. Dieser hilft nicht nur, wenn ein Befall passiert ist,



Ultraschallanlage 1200 S von Dekur



Hand-Insektensauger von Sasa



Mehr Hygiene mit Bioni System

ten. Daher haben wir uns dazu entschlossen, auch dieses Feld abzudecken. Der Verband hat nun einen Rahmenvertrag mit einem Schädlingsbekämpfer abgeschlossen, den die Innungsbetriebe zu Sonderkonditionen in Anspruch nehmen können. Zusätzlich gibt es zwei weitere Pakete: Im Filialpaket werden keine Produktproben, sondern nur Hackfleisch und die Fleischzubereitungen, die in den Filialen selbstständig produziert werden, geprüft. Das Paket für Zukaufbetriebe beinhaltet die selben Proben wie das Filialpaket, aber mit der Erinnerungsfunktion an die Kontrollen. Im Zuge dieser Erweiterungen gaben wir dem Paket einen neuen Namen: Hygienepaket H+.

Wie reagieren die Fleischereien auf das H+-Paket?

Sehr unterschiedlich: Von „super“ bis zu „Sie sind der Engel des Verbandes“ habe ich schon alles gehört. Die Betriebsinhaber empfinden es als Erleichterung, dass sie nicht mehr an die Kontrollen denken müssen, da sie ja von uns daran erinnert werden. Zudem haben sie die Gewissheit, dass alles in Ordnung ist, wenn das Veterinäramt zu einer Betriebsprüfung erscheint. Und auch wenn ein Ergebnis einmal nicht 100 %-ig in Ordnung ist, wissen die Betriebsinhaber, dass der Verband ihnen hilfreich zur Seite steht und die Gespräche mit Ämtern übernimmt. Wir hatten zu

Beginn auch einige Anfragen von Veterinären, die sich über das Paket informieren wollten. Auch sie nehmen das Paket sehr gut an.

Neben den mikrobiologischen Untersuchungen ist auch das Schädlingsmonitoring wichtig. Gibt es hier in der Branche viel zu tun?

Schädlinge, die in einer Fleischerei auftreten könnten, sind Mäuse, Ratten, Schaben und Motten. Aber generell bietet unsere Branche nicht die optimalen Lebensbedingungen für dieses Ungeziefer, da es zu kalt ist. Das ist ein gewisser Vorteil. Daher ist das Monitoring wichtiger als die Bekämpfung. Und damit zeigt der Betrieb: Wir sind sauber! Die Vorkehrungen beschränken sich auf Maßnahmen wie „Türen geschlossen“ halten o.ä.. Da sich diese Tiere sehr schnell vermehren, ist ein regelmäßiges Monitoring von besonderer Bedeutung. Denn wenn rasch eingegriffen wird, lassen sich auch große Schäden vermeiden.

Vielen Dank für das Gespräch! lis

NÜTZLICHE LÖSUNGEN

Nachfolgend wird eine Auswahl von Produkten und Lösungen vorgestellt, die den Fleischer vor ungebeten Gästen schützen, Insekten schnell und effektiv bekämpfen sowie Schimmel und Bakterien beseitigen.

In Produktions- und Lagerräumen finden Schimmelpilze und Bakterien meist ideale Bedingungen vor.

Gerade hier ist Hygiene besonders wichtig. *Bioni System* hat zusammen mit dem Fraunhofer Institut für Chemische Technologie ein System für einen wirksamen und umweltfreundlichen Langzeitschutz entwickelt. Die Lösung „Food“ kommt ohne Biozide und Fungizide aus und kann direkt auf fast jeden mit Schimmel befallenen Untergrund aufgetragen werden. Das vorherige Entfernen der Altschichten ist nicht notwendig. Der Pilz wird sicher eingeschlossen. Gleichzeitig ist das System raumlufthygienisch unbedenklich und schadstofffrei.

Speziell für Großraumflächen wurde die Ultraschallanlage *Dekur 12000-S* neu konzipiert. Damit kann eine Fläche von 20.000 m² beschallt und Ratten, Mäuse und andere Nager vertrieben werden. Auch der Einsatz von mehreren voneinander getrennten Gebäuden ist möglich. Die Anlage arbeitet mit zwei Frequenz-Generatoren für Tag- und Nachtschaltung. Darüber hinaus liegt der Tondruck bei 105 dB. Diese beiden Faktoren lösen bei den Schädlingen Reiz- und Stresssituationen aus sodass sie verschwinden. Fliegen, Wespen, Mücken oder Motten werden hingegen mit einer Leuchtstoffröhre angelockt und auf einer Klebefolie im Gerät festgehalten. Die Folie kann innerhalb von Sekunden ausgetauscht werden.

Mit dem Hand-Insektensauger *Frontal Insektenrohr* und Adapter von *Sasa* werden fliegende und kriechende Insekten einfach eingesaugt. Besonders an Fenstern und Theken ist das Gerät eine praktische Hilfe. Das transparente Rohr ist schwer für Wespen, Fliegen, Spinnen oder Käfer erkennbar und daher effizient. Das Basisgerät ist ein Akkusauger von *Fakir* in schwarzer Farbe. Es wird mit Ladegerät, Wandhalter, Fugendüse und waschbarem Filter geliefert. Für den Einsatz in lebensmittelverarbeitenden Betrieben wurde auf Bruchfestigkeit geachtet. Zur ungiftigen und geräuschlosen Bekämpfung von Wespen eignet sich die *Trappen's Wespenfalle*. Eine spezielle UV-Rundröhre lockt die Wespen an und zieht sie durch einen Ventilator in den unteren Vorratsbehälter, indem sie nach kurzer Zeit austrocknen. Ultraschall der neuesten Generation hält mit dem *Trappen's Ultraschall Gerät Typ 900 automatic* Nagetiere auf einer freien Fläche von rund 80 m² fern. Die automatische Änderung der Frequenz von 20.000 bis 60.000 Hz verhindert, dass sich die Tiere an den Schall gewöhnen. *lis*

Nützliche Links

- www.bioni-system.de
- www.dekur-international.de
- www.sasagmbh.de

Genussmomente aus Ihrem Fachgeschäft:

Der Kunden-Rezeptkalender 2014



Schenken Sie Ihren Kunden Genussmomente:

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

Mehr Genussmomente im Internet:

Auf www.fleischer-kalender.de finden Ihre Kunden viele ergänzende Informationen zu den Kalenderthemen.

Bestellen Sie bis 30.06.2013 zum
FRÜHBESTELLERPREIS!
0,77 €/Stück
statt 0,87 €/Stück

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

Ja, ich bestelle _____ Exemplare des Kunden-Rezeptkalenders „Genussmomente 2014“

zum Frühbestellerpreis von **0,77 € *** je Stück, zzgl. **26,- € für den Firmeneindruck** der Gesamtauflage, Versandkosten und MwSt.

ACHTUNG: Firmeneindrücke nur bei Bestelleingang bis zum 18.10.2013 möglich. Der Firmeneindruck erfolgt einfarbig in schwarz. Mehrfarbige Eindrücke auf Anfrage. Bitte beachten: Die bestellte Stückzahl muss durch 50 teilbar sein.

*Bestellung ab 1.7.2013 für 0,87 € je Stück.

Bitte Zutreffendes ankreuzen:

- Ich bin Lizenznehmer der f-Marke u. erhalte den Kalender mit f-Marke
- Ich bin nicht Lizenznehmer d. f-Marke
- Firmeneindruck laut Anlage
- Firmeneindruck wie im Vorjahr
- Firmeneindruck laut Logo-Datei (kalender@blmedien.de)
- Ohne Eindruck
- Bitte senden Sie mir einen Musterkalender
- Ich habe noch Fragen und bitte um Rückruf

Firma

Vorname/Name

Straße/Nr.

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail

Datum/Firmenstempel & Unterschrift

Der Genussautomat

Die *Schlemmerbox* vom gleichnamigen Unternehmen des Metzgermeisters Steffen Schütze ist ein Warenverkaufsautomat für z. B. Fleisch- und Wurstwaren. Mit der integrierten Lebensmittelkühlung und Winterheizung ist sie geschützt gegen jegliche Witterungseinflüsse. Jeder Automat wird zudem in den Schlemmerboxfinder eingetragen und kann somit regional von Kunden gefunden werden. Das Unternehmen unterstützt den jeweiligen Metzger bei der Aufstellung und steht darüber hinaus bei Marketing- und Servicefragen zur Seite. www.die-schlemmerbox.de



Effektive Kombination

Das von *Baader* entwickelte Press-Trennverfahren für das Trennen von Weich- und Festanteilen kommt z. B. bei der Entsehnung und Restfleischgewinnung von vorzerkleinertem Rotfleisch oder Geflügel zur Anwendung. Durch die Kombination einer Entsehnungsmaschine des Unternehmens und einem vorgeschalteten Wolf können die Produkte direkt nach dem Zerlegen entseht werden. Ein Vorzerkleinern auf anderen Geräten ist nicht mehr nötig. Da das Produkt nicht mit der Außenluft in Kontakt kommt, ist die Gefahr der Keimzahlerhöhung des Fleisches sehr gering – und die Haltbarkeit des Produktes erhöht sich. Mit der Kombination ist es außerdem möglich, punktuell gefrorenes Fleisch durch Vorwölfen zu entsehnern. www.baader.com



Grillzeit ist Marinierzeit

Drei neue Würzmarinaden aus der Linie „Low and Slow“ von *Hot Mamas* verleihen T-Bone-Steaks oder Chicken Wings den richtigen Kick: Beef Marinade für Rindfleisch und alle roten Fleischsorten, Pork Marinade für Schweinefleisch sowie Chicken Marinade für Geflügel. Weitere Geschmacksnuancen entstehen, wenn etwa Bier oder Wein zugegeben wird. Bei größeren Fleischstücken kann man die Saucen auch direkt injizieren. www.hotmamas.de



UNTERNEHMEN IM NETZ

Feiner Energie-Unterschied

Nach dem Mischen im Kutter werden Feinstzerkleinerer für die Herstellung von Emulsionen eingesetzt. Das senkt sowohl die Prozesszeit als auch den Energieeinsatz. Laut dem Hersteller *Karl Schnell* können Energie-Einsparpotenziale von 20 bis 30 % erreicht werden. Mit den Baureihen F150/F200 für kleinere bis mittlere Handwerksbetriebe und FD175/FD225 für größere Betriebe und die Industrie bietet der Hersteller Feinstzerkleinerer, die die Zeit bei der Feinbrätherstellung reduzieren. Der Temperatureintrag ins Brät ist minimal, Knorpel- und Knochenabscheider sind integrierbar. www.karlschnell.de



Rasch gefüllt

Heinrich Frey Maschinenbau hat die Vakuümfüller F-Linie F50/F60 weiterentwickelt. Der F50 ist mit seinem Flügelzellenförderwerk, bestehend aus acht Füllkammern, für Handwerksbetriebe geeignet. Die Rotoren, das Gehäuse und der teilbare 90-l-Fülltrichter sind in Edelstahl mit Plastikbeschichtung ausgeführt. Das Förderwerk besteht aus fünf beweglichen Teilen, was einen schnellen Sortenwechsel ermöglicht. Auf Wunsch ist auch ein 60-l-Fülltrichter erhältlich. Das Modell F60 unterscheidet sich vom F50 durch die neue Touch Screen-Steuerung TC266 sowie den Servo-Antrieb mit Positionierregelung.



Neu ist das Darmaufziehgerät DA2012. Es eignet sich für alle Saitlinge und Schweinedärme. Aufgrund ihrer Ausführung in Edelstahl sind die Geräte außerdem einfach zu reinigen. www.frey-maschinenbau.de



Natürlich lang haltbar

Mit Origanox™ WS-T erweitert *Frutarom Savory Solutions* sein Portfolio an natürlichen Pflanzenextrakten. Für die neue Variante wurde erstmalig die Familie der Ölbaumgewächse als Basis verwendet. Der pulverförmige Extrakt verbessert die Stabilität und Haltbarkeit von Fleisch, Fisch, Geflügel und Fertiggerichten. Da er nahezu farblos und geschmacksneutral ist, bleiben die sensorischen Eigenschaften der Lebensmittel nahezu unverändert. Zudem schützt der Extrakt das „Warmed-over-Flavor“ in vorgegarten Produkten und eignet sich daher für den Einsatz in gekühlten oder tiefgekühlten Convenienceprodukten. www.frutarom.com



Doppelt scharf

Der horizontale Feinstzerkleinerer *TTCut180HD* von *Tipper Tie* ist mit seinem doppelten Schneidwerk passend für die Fleisch-, Wurst- und Feinkostproduktion. Das Schneidsystem arbeitet nach dem Rotor-Stator-Prinzip, bei dem einheitliche Schneidplatten aus Hartmetall fest auf einem Trägerring montiert sind. Die Zerkleinerung erfolgt über einen doppelten Schneidsatz mit 180 mm Durchmesser, der zwei Prozessschritte in einem Durchlauf erledigt. Durch die Verwendung verschiedener Messerköpfe und Schneidringe können Feinbrätsorten, aber auch pastöse Massen einfach und schnell produziert werden. www.tippertie.com

NEU AUF DEM MARKT ■



Sauber schneiden

Beim komplett in Edelstahl ausgeführten Gemüseschneider der Serie *KG-201* von *Kronen Küchengeräte* sind alle Teile, die mit Lebensmitteln in Berührung kommen, einzeln abnehmbar und spülmaschinenfest, auch die Schneidekammer. Die seitlich offenen Edelstahlklingen schneiden sauber und verleihen dem geschnittenen Gemüse ein frisches Aussehen. www.kronen-germany.de

Das Rundum-Schaumpaket

Für die Oberflächenreinigung und -desinfektion vertreibt *PHT* die Niederdruck-Schaumreinigungssysteme von *Foamico*. Die komplett aus Edelstahl gefertigten Systeme sind leicht zu bedienen und zu warten. Im Inneren sorgen die ölfreien und leisen Industriekompressoren für die richtige Energie. Des Weiteren bietet das Unternehmen auf die Produkte abgestimmte Reinigungsmittel an und hält in puncto Energieberatung, Ressourcen- und Kosteneinsparung spezielle Partner für ihre Kunden parat. www.pht-d.de



GESUCHT & GEFUNDEN

Additive und Gütezusätze

Nubassa Gewürzwerk
Tel. 06204 9827-0 • www.nubassa.de

Aufschnittmaschinen

Seit 1919
SCHARFEN
Aufschnittmaschinen
Tischkutter
Fleischwölfe
Tumbler
Alle Maschinen in 
Tel. 023 02/28 27 70 - Fax 023 02/22 941
mail@scharfen.de, www.scharfen.de

Eilige Anzeigen

unter
Tel.: (089) 370 60-200
Fax: (089) 370 60-111

PATE WERDEN - LEBEN RETTEN

World Vision
Zukunft für Kinder!
www.worldvision.de

Autoklaven


ASCA AUTOKLAVEN
Protokollierung über USB-Stick
CE-zertifiziert-TÜV geprüft
100 – 1.500 l Inhalt, alle Beheizungsarten
– sterilisieren
– pasteurisieren
– druckkochen
Tel.: 06052/9184402 • Fax: 06052/9278841
E-Mail auth@asca-consulting.com
www.asca-consulting.com
Lindenallee 46 • 63619 Bad Orb


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

Berufs- und Hygienebekleidung


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

gastroinfo portal
www.gastroinfoportal.de

Backtrennmittel

Wir kriegen's gebacken!

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

boyens backservice
www.boyensbackservice.de

FleischNet.de
Onlinemagazin rund um Fleisch und Wurst
Content Service zum Top-Preis
Wir liefern Ihnen die Inhalte, die Sie brauchen.

GESUCHT & GEFUNDEN

Clipverschlusstechnik



Qualität durch Erfahrung - Quality by Experience
**Clipmaschinen,
Clips, Schlaufen,
Garne etc.**
 Beratung • Vertrieb • Service • Onlineshop
www.cliptechnik24.de
 Telefon: 03521-718 361
 Telefax: 03521-718 362

Darmaufziehgeräte

DA-TURBOFIX®
Steinmetz OHG

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

Dosenöffner



Maschinenbau und
 Großküchentechnik
 Tel: 07841-680190

Emulgatoren und Frischhaltemittel

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

Entsehnungsmaschinen und -anlagen



Immer auf dem
 neuesten Stand ...
Das Original!
Baadern = Gewinn

 Food Processing Machinery
 Geniner Str. 249 • D-23501 Lübeck • Germany
 Tel: +49/451-53020 • Fax: +49/451-5302492
 separation@baader.com • www.baader.com

Fleischereimaschinen



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

Fleischereimaschinen



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



www.laska.at e-mail: laska@laska.at
KÜTTER, 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**
 ▲ **Kuttern**
 ▲ **Wölfen**
 Telefon: +49 (0)60 93 99 32-190
 Mail: info@dueker-rex.de
 Internet: www.dueker-rex.de

Fußbodensanierung



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

Gebrauchtmaschinen



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

Gelatine und Kutterhilfsmittel

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

**Gewürze –
Gewürzpräparate und
Gewürzextrakte –
auch Allergiefreie**



**Gewürze • Gewürzmischungen • Aromen
Technologie-Compounds • Marinaden
Grillöle • 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!

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

Eilige Anzeigen

unter
 Tel.: (089) 370 60-200
 Fax: (089) 370 60-111

Gewürze



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

Eilige Anzeigen

unter
 Tel.: (089) 370 60-200
 Fax: (089) 370 60-111

Gütezusätze



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

Hygienetechnik



• **Reinigungssysteme**
 Individual-Druckreinigung
 Schaumreinigung
 Desinfektion
 • **Automatische Bandreinigung**
 • **Mischerreinigung**
 www.walter-geraetebau.de
WALTER Gerätebau GmbH
 Neue Heimat 16 Phone: +49 7046 980-0
 D-74343 Sachsenheim- Fax: +49 7046 980-33
 Ochsenbach info@walter-geraetebau.de

**Investieren Sie in
Familie.**

**SOS
KINDERDORF**

Als SOS-Pate investieren Sie schon
 mit 1 € am Tag in wahre Werte:
 zum Beispiel ein liebevolles Zuhause.

**Jetzt SOS-Pate
werden!**
 www.sos-kinderdorf.de



Information

ERFOLGSKONZEPTE,

wir stellen Sie vor!



Lesen Sie auch, was erfolgreiche Gastronomen richtig machen! Abo unter: (089) 370 60-270



Käse



Klima- und Rauchanlagen

info@autotherm.de

Klima- und Räuchertechnik

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

Kochkammern und -schränke

info@autotherm.de

Klima- und Räuchertechnik

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

Konzept-Beratung

Für Ihren Erfolg:
Verkaufsschulung • Fleischereiberatung
Heißtheken - Konzepte • Kalkulationsprogramme

FLEIMAX Training
FLEISCHEREIBERATUNG

www.fleimax.net • www.fleimax-verkaufsschulung.de

Kühlfahrzeuge



HEIFO Kühltransporter Alles aus einer Hand.

Hochwertige Isolierungen und Kühlanlagen für:

Alle Fahrzeughersteller • jedes Modell/Größe
jede Branche • individuelle Anforderungen

Ihr Ansprechpartner:
Alexander Nordheider
Tel. 0541 5843-135
heifo-kuehltransporter.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

Kühlzellen, Tiefkühlzellen und Kühlaggregate

VISSMANN

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

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

Kunstärme

HansSchütt

SP

Kunstärme für jede Anforderung
Ihr Partner für flexible Folien
Hans Schütt e. Kfm. • info@hans-schuetz.de
Immelsweg 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

Kuttertechnik

Prozess-Technik

TIPPER TIE™
SOLUTIONS THAT WORK. A SIBBER COMPANY

www.tippertie.com

Ladengestaltung

promedia thekenTV

Das digitale Kunden-Informationssystem für die moderne Fleischerei

Moderne Info-Displays

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

www.promedia-thekenTV.de



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

Marinaden und Würzsaucen mit ungehärteten Fetten

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

Messer für Lebensmittelverarbeitungs-
maschinen

ASTOR
Schneidwerkzeuge GmbH

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

Kuttermesser | Abscheidemesser | Schweinespaltmesser
Gattermesser | Entschwartzungsklingen | Gefriergutschneider
Slicermesser | Kreismesser | Steakmesser | Injektormodeln
Schneidwerkzeuge für Großwölfe | Messer mit Verzahnungen

Portioniermaschinen

Weisser Maschinenbau und Großküchentechnik
Tel: 07841-680190

www.FleischNet.de

Pökel- und Massiertechnik



Suhner AG Bremgarten
Fischbacherstrasse 1
CH-5620 Bremgarten

Telefon: +41 56 648 42 42
Fax: +41 56 648 42 45
E-mail: suhner-export@suhner-ag.ch
www.suhner-ag.ch

Rauchstockwaschmaschinen



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

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

Schlachtanlagen

Hubert HAAS
Maschinenbau, Brüh-, Schlacht- und Betäubungsanlagen
Benzstr. 8 · D-73491 Neuler
Tel. 0049 7961 969097-0 · Fax 561073
info@hubert-haas.de
www.hubert-haas.de

Schlachthof-einrichtungen

RENNER
SCHLACHTHAUSTECHNIK GmbH
Fachsenfelder Straße 33
D-73453 Abtsgmünd
Telefon 073 66/92096-0
Telefax 073 66/92096-99
www.renner-sht.de

Vakuumverpackung

lava® Professionelle Vakuumeräte
PRODUKTE JEDER GRÖÖE VAKUUMIEREN & BIS ZU 3 SCHWEIÖNÄHTE MÖGLICH
Sonderaktion online!
ab EUR **259,-** Frei Haus!
Valentinst. 35-1 · 88348 Bad Saulgau
Telefon 0 75 81-48 959-0
www.la-va.com

Rauchwürzpräparate und Rohwurstreifemittel

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

gastroinfo portal
www.gastroinfoportal.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

DA BIST DU JA!
Meron, 5 Jahre
DZI Spenden-Siegel
Viele Kinder wie Meron suchen Hilfe. **WERDE PATE!**
World Vision
Zukunft für Kinder!
WORLDVISION.DE

Schleifmaschinen

Wiegand
FLEISCHEREIMASCHINEN
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

DICK
Traditionsmarke der Profis
Messer · Werkzeuge
Wetzstähle · Schleifmaschinen
www.dick.de

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

Weisser Maschinenbau und Großküchentechnik
Tel: 07841-680190

Verpackungsmaschinen

Verpackungs-Technik
TIPPER TIE
SOLUTIONS THAT WORK. A DORNER COMPANY
www.tippertie.com

Spülmaschinen

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

Schinkenspritzmittel und Pökелgütezusätze

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

FH FLEISCHER-HANDWERK
Impressum 2. Jahrgang
Offizielles Organ von:
FLEISCHERVERBAND BAYERN
Verlag:
B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG,
Verlagsniederlassung München
Postadresse:
Postfach 34 01 33,
D-80098 München
Hausadresse:
Augustenstraße 10,
D-80333 München
Telefon: (089) 370 60-0
Telefax: (089) 370 60-111
Internet: www.blmedien.de
E-Mail: muc@blmedien.de

Herausgeber und Verlagsleitung:
Harry Lietzenmayer (lie) (02103) 204-120
Redaktion München:
Marco Theimer (mth) (089) 37060-150
(verantwortlich i. S. d. P.)
Stefanie List (lis) -130
Ständige Autoren:
Fritz Gempel (fge), Astrid Schmitt,
Heike Sievers, Bernadette Wagenseil (bew)
Anzeigen:
Annemarie Heinrichsdobler (089) 370 60-100
(verantwortlich)
Gerhild Burchardt -205
Rosi Höger -210
Gabriele Leyhe -225
Rocco Mischok -220
Bernd Moeser -200
Paula Pommer -110
Gaby Schwarzmann -215
Gültige Anzeigenpreisliste Nr. 16 vom 1.1.2013
Anzeigenabwicklung:
Stefanie Wagner -260
Felix Hesse -261

Layout:
Sanda Kantoci -256
Michael Kohler -255
Liane Rosch -258
S. Anderle/ Sonar Gröbenzell,
Rita Wildenauer, Brigitte Viehhauser
Abonnentenbetreuung:
Basak Aktas (verantwortlich) -270
E-Mail: b.aktas@blmedien.de
Patrick Dornacher -271
E-Mail: p.dornacher@blmedien.de
Bezugspreis:
Erscheint 6-mal jährlich, 80,- € jährlich inkl. Porto u. Mwst. Ausland 95,- € inklusive Porto. Der Abopreis für die Verbandsangehörigen des Bayerischen Fleischerverbandes ist im Mitgliedsbeitrag enthalten. Kündigungsfrist: Nur schriftlich drei Monate vor Ende des berechneten Bezugsjahres.
Anschrift aller Verantwortlichen:
B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG, Verlagsniederlassung München, 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 ist das jeweilige Unternehmen verantwortlich.

Geschäftsführer der B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG, 40724 Hilden:
Harry Lietzenmayer
Gerichtsstand: Hilden
ISSN: 2192-5033
Der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern angeschlossen.



JETZT Prämie sichern!

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



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

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



oder **40 € Geldprämie**



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

Als Begrüßungsgeschenk wähle ich

- ein Solicut-Messer „Professional“
 40 € Geldprämie

Firma _____

Name _____

Vorname _____

Straße, Nr. _____

PLZ, Ort _____

Telefon, Fax _____

E-Mail _____

Datum, Unterschrift _____

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



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 _____



„Ich unterstütze das **DNSV**,
weil Kinder unsere Zukunft
sind. Sie sind es wert!“

Stefan Marquard
Gelernter Metzger und TV-Starkoch



Foto: RollingPin



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

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

Alle Infos dazu finden Sie unter:  www.schulverpflegungev.net

