

FLEISCHER-HANDWERK

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

FLEISCHER MIT ERFOLG:

Metzger Paul,
Flieden



- **BBQ & GEWÜRZE (TEIL 1):** Das Feuer entfachen ■ **11. BAYERISCHE WEISSWURSTKÖNIGIN:** Julia I.
- **WEITERBILDUNG:** Lamm-Workshop ■ **NACHWUCHS:** Lukas Sandmeir ■ **SMARTSTORE:** Drei Konzepte

UNSERE FUSSBALL-WURSTHÜLLEN
2026

SCHON
JETZT
BESTELLEN

EIN BISS.
EIN TOR.
EIN MOMENT.



Im Handel erhältlich!

OSKUTEX
KALLE GROUP

oskutex.kallegroup.com

Clever & smart



Marco Theimer,
Chefredakteur,
FH Fleischer-
Handwerk

Ganz ehrlich, als ich im Dezember 2022 erstmals vor einem Smartstore-Container stand, im Freisinger Stadtteil Lerchenfeld, wo ihn Metzgermeister Steffen Schütze von der Metzgerei Hack hatte aufstellen lassen, hätte ich nicht gedacht, dass dieser Vertriebsweg solch einen durchschlagenden Erfolg haben würde. Inzwischen sind die ohne Personal vor Ort auskommenden SB-Shops eine lukrative, attraktive und clevere Absatzmöglichkeit für viele Betriebe im Fleischerhandwerk geworden. Am 28. Februar 2026 eröffnete auch der Butcher Wolfpack-Teamchef Dirk Freyberger mit „Fleisch/verliebt“ in der Nähe eines Pflanzen-großmarktes in Nürnberg sogar einen KI-Smartstore. Dort wird die Kundschaft sogar nach Vorabanmeldung von einem „KI-Berater“ mit dem Namen begrüßt und die KI-Technik liefert nach aktivierter Sprachsteuerung auf Wunsch auch Rezept- und Zubereitungstipps sowie anlassbezogene Empfehlungen.

Da sich immer mehr Metzger und Fleischer für ein Smartstore-Konzept entschieden (und entscheiden), brachten auch die bekannten Ladenbauer und Spezialisten für bargeldlose Zahlungssysteme sowie RFID-Soft- und Hardware praktikable und einfach zu bedienende Lösungen auf den Markt. Dabei handelte es sich um Smartstore-Container sowie um Hybridläden mit einem separat zugänglichen SB-Bereich. Solche Konzepte haben wir von der FH-Redaktion von 2023 bis heute immer wieder regelmäßig vorgestellt.

Auch in dieser Ausgabe (S. 41 ff) ist das so, liebe Leserinnen und Leser. Ich habe drei gänzlich unterschiedliche Betriebe besucht, für die sich dieser Vertriebsweg als sehr positiv herausgestellt hat, weil neue Kunden gewonnen wurden und der Umsatz gesteigert werden konnte. Die Fleischerei Gehr aus Kipfenberg hat im Herbst 2024 gleich zwei Smartstore-Container auf einmal aufgestellt, ein weiterer folgte 2025, Nr. 4 ist in Planung. Mit ihrer „BrotzeitAlm“ im Container begeistert die Schinkenmanufaktur Landler in Peißenberg seit Mai 2025 auch ihre regional ansässige Kundschaft Und der Schimpfhof im Landkreis Ebersberg eröffnete im November 2025 mit einem Hybridladen in einem umgebauten Stall eine flexible Einkaufsmöglichkeit, in der sowohl mit Bargeld als auch bargeldlos bezahlt werden kann.

Trotz dieser erfolgreichen Beispiele darf man den eigentlichen Grund dafür aber nicht verschweigen: den Mangel an Fachkräften allerorten. Im Handwerk fehlen nach Angaben des Zentralverbandes des Handwerks im Vorfeld der Int. Handwerksmesse in München 200.000 Fachkräfte. Deshalb braucht es auch Quereinsteiger aus anderen Berufen oder es sollten auch einmal Menschen ohne Abschluss eine Chance bekommen. Auch rüstige Senioren, die noch arbeitswillig und -fähig sind, könnten eine Alternative sein. Die ohne Personal betriebenen SB-Shops – ob 24 Stunden oder nicht ganz rund um die Uhr betrieben – gehören aber schon jetzt definitiv dazu in unserer Branche.



FH FLEISCHER HANDWERK jetzt auch auf LinkedIn!

Bleiben Sie mit uns immer am Puls des Fleischerhandwerks!

Auf unserem LinkedIn-Profil finden Inhaber, Verantwortliche und Beschäftigte in handwerklichen Fleischereien bzw. Metzgereien:

- Exklusive Einblicke hinter die Kulissen der Branche sowie Events
- Aktuelle Branchentrends rund um regionale Fleisch und Wurstspezialitäten, Partyservice & Catering, Vertrieb u.v.m.
- Praxisnahe Hilfe für den betrieblichen Alltag

Werden Sie Teil unserer Community und tauschen Sie sich mit uns und Fachleuten aus dem Fleischerhandwerk aus!

Jetzt folgen:
FH Fleischer-Handwerk
auf LinkedIn





Branchenblick

Clever & smart	3
Mehr als eine Messe	7
Schülercup in Dresden	8

Fokus Bayern:

Fusion in Oberfranken	9
11. Bayerische Weißwurstkönigin Julia I.	10
Metzger Cup: Pokale satt	12

Nachwuchs

Lukas Sandmeir, Hofmetzgerei Stanishof, Germering.....	14
---	----

Praxis-Workshop

Lamm erfolgreich verkaufen	16
----------------------------------	----

DFV-Regionaltagung

Lebhaft diskutiert.....	19
-------------------------	----

Wursthüllen

Wildwurst im Naturdarm	20
------------------------------	----

Cybersicherheit

Hackerangriff vorbeugen	22
-------------------------------	----

Fleischer mit Erfolg

Flieden

Auf den zweiten Blick Familien Schupp & Müller...	24
--	----

Rietz-Neuendorf

Hirsch, Hof & Handwerk Familie Staar	26
---	----

Oberndorf in Tirol (A)

Qualitativ gewachsen Familie Huber	28
---	----

Titelbild: Luca und Thomas Schupp haben 2022 die heute über 100 Jahre alte, familiengeführte Metzgerei im südwestlichen Landkreis Fulda übernommen. Foto: Metzger Paul

*Dieser Ausgabe liegen Beilagen von Beck Gewürze und Additive, Schnaittach und Rex Technologies, Thalgau/A, bei.
Wir bitten um freundliche Beachtung.*



Der Umwelt zuliebe auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. Der Versand dieses Heftes erfolgt CO₂-neutral mit dem Umweltschutzprogramm „GoGreen“ der DHL Group.

Grillen & Gewürze: Teil 1

Das Feuer entfachen	30
---------------------------	----

Produktions-Praxis

Landmetzgerei Mehl: Frische durch Tempo	38
--	----

Smartstores

„BrotzeitAlm“ in Peißenberg	41
Metzgerei Gehr, Kipfenberg	42
„Schimpfhof“, Poing	44

Betriebsführung

Generationswechsel meistern	46
-----------------------------------	----

Rubriken

Neu auf dem Markt	49
Gesucht & gefunden/ Impressum.....	50

Fleischerschule Augsburg Anton Schreistetter geehrt

Für sein außerordentliches und aufopferungsvolles Engagement und 20 Jahre an der Fleischerschule in Augsburg wurde Schulleiter Anton Schreistetter im Rahmen der Preisverleihung des Metzger Cups 2025/2026 geehrt. Die Laudatio hielt niemand geringerer als sein Vorgänger und Freund, Verbands- und Schulleitende Robert Baur, der Anton Schreistetter 2002 in des Stuhlreihen eines Meisterkurses kennenlernte. Er lobte den Jubilar für seine 20-jährige Tätigkeit am Bildungszentrum des Fleischerhandwerks. Vom Fleischerverband Bayern hieß es in einem Facebook-Post: „Unser Schulleiter wurde für 20 Jahre im Dienst des Metzgerhandwerks in einem proppenvollen Saal in der Neusäßler Stadthalle geehrt. Diese Bühne vor so vielen Kollegen und Freunden wurde seinen Verdiensten gerecht. Wir sagen von Herzen: Danke.“ www.fleischerschule.de



meinmetzger-24 Dorfladentag 2026

Wenn in vielen Dörfern bezüglich Nahversorgung die Lichter ausgehen, brennt in Metzgereien oft noch Herz und Handwerk. Genau diese Betriebe rücken beim 4. Dorfladentag am 9. Mai 2026 in Strahlungen (Landkreis Rhön-Grabfeld) in den Fokus. Was als kleine Infoveranstaltung begann, entwickelte sich, wie Rückblicke auf der Website zeigen, zum Treffpunkt für alle Fachbesucher, die an die Zukunft regionaler Versorgung glauben. Mit „meinmetzger-24“ entstand ein Konzept, das traditionelle Metzger stärkt: moderne Technik mit Einlasssystem und Selfcheckout-Kasse, die Produkte rund um die Uhr verfügbar macht – ohne zusätzliche Arbeitsbelastung und weniger Personal. Der Dorfladentag zeigt im Austausch mit Betreibern bestehender Läden, wie Innovation und Tradition zusammenpassen – und warum Metzgereien ein unverzichtbarer Teil lebendiger Orte zur Aufrechterhaltung und Wiederherstellung der Nahversorgung sind. Anmeldung unter: www.dorfladentag.de

Schon bei Facebook geliked?
FH 
VIELEN DANK
für über **11.000** Follower!

Fleischer-Innung Neumarkt Willibald Nießbeck zum 65.

Obermeister Karl Schneider gratulierte dem langjährigen Mitglied Willibald Nießbeck aus Berg zu seinem 65. Geburtstag. Im Rahmen der Geburtstagsfeier überreichte er dem Jubilar einen Präsentkorb. Seit vielen Jahrzehnten ist die Metzgerei Nießbeck ein geschätztes Mitglied der Fleischer-Innung. Diese freut sich auf viele weitere Jahre enger Zusammenarbeit und wünscht dem Jubilar alles Gute, Gesundheit und weiterhin viel Erfolg in seinem beruflichen Wirken.
www.khs-neumarkt.de



AVO Richtfest als Meilenstein

Die AVO-Werke haben mit dem Richtfest einen Meilenstein bei der Erweiterung ihrer Trockenproduktion am Standort Belm erreicht. Kernstück des Neubaus ist ein hochautomatisiertes Kleinkomponentenlager mit 3.500 Regalplätzen auf 16 Ebenen. Es ermöglicht höchste Präzision bei der Lagerung und Dosierung komplexer Rezepturen. Mit einem Investitionsvolumen von rund 12 Mio. Euro in Gebäude und Infrastruktur sowie weiteren Millionenbeträgen in moderne Maschinen- und Anlagentechnik stärkt das Unternehmen seine Produktions- und Logistikkapazitäten nachhaltig. Der Innenausbau hat begonnen. Ziel ist es, das Gebäude bis Ende Juli fertigzustellen und dann schrittweise in Betrieb zu nehmen. Im Oktober folgt zudem die Inbetriebnahme eines weiteren Großmischers mit 10.000 l Fassungsvermögen. www.avo.de



Markenschaufenster


STILLER
VERSCHLISS-TECHNIK
Telefon 07268 392
Dosenverschleißmaschinen
Halb- und vollautomatisch, für Handwerk und Mittelstand
WWW.STILLERGMBH.DE

**FLEISCH
BILDER.DE**
Hochwertige Fleischfotos
für Ihre Werbung – jetzt in der
neuen Bilddatenbank!



Metzgerei Kleiber, Memmingen | SmartStore24 **100. Smartstore-Standort**

Mit der Eröffnung eines mobilen Smartstores kehrte die Memminger Metzgerei Kleiber zurück nach Günzburg. Für SmartStore24 ist der 100. Standort ein echter Meilenstein. Durch den vollausgestatteten Verkaufshänger schließt diese Metzgerei eine Versorgungslücke in Sachen Metzgerqualität, wo es keinen Handwerksmetzger mehr gab. Der Einkauf erfolgt digital, sicher und in wenigen Minuten – ohne Personal vor Ort. „Existiert in einer Stadt kein Handwerksmetzger mehr, aber die Nachfrage ist groß, bietet ein digitaler Laden eine perfekte, flexible Lösung“, sagt Michael Kimmich, Geschäftsführer von SmartStore24. Für die familiengeführte Metzgerei Kleiber bedeutet der neue Smartstore zusätzliche Umsatzpotenziale. „Ziel ist es, damit möglichst viele Menschen in Günzburg und Umgebung zu versorgen. Gelingt das, stellen wir in Günzburg einen festen Verkaufshänger auf und erkunden mit dem Anhänger neue Standorte“, sagt Michael Kleiber, Inhaber der Metzgerei. „Mit SmartStore24 als starkem Partner bringen wir unser Handwerk zurück in eine Stadt, in der wir uns immer sehr wohl gefühlt haben“, lobt er.

www.smartstore24.de, www.metzgerei-kleiber.de

Raps

Neuer Onlineshop

Raps erweitert sein Serviceangebot und startet im Frühjahr 2026 einen neuen Onlineshop für Deutschland. Die digitale Plattform richtet sich an Metzgereien, handwerkliche Produktionsbetriebe sowie Küchen- und Gastronomieprofis und soll deren Bestellalltag effizienter machen. Dort ist das Produktsortiment, Würzmischungen, Marinaden, funktionale Zutaten, Saucen und Compounds, schnell und strukturiert verfügbar. Kundenindividuelle Preise werden nach dem Login automatisch angezeigt. Bestellhistorien, Rechnungen und Favoriten sind abrufbar. Oft benötigte Artikel sind mit wenigen Klicks bestellbar – ideal für wiederkehrende Produktionen oder kurzfristigen Bedarf. Der Webshop versteht sich ausdrücklich als unterstützend. Die persönliche Betreuung bleibt zentraler Bestandteil der Zusammenarbeit. Routinebestellungen lassen sich digital erledigen, während der Außendienst mehr Zeit für fachliche Beratung, Rezepturunterstützung und individuelle Lösungen im Betrieb gewinnt. www.raps.com



Volker Behrens, Fleischmeister, Fleischerei Behrens, Twistring

„Robin Hood-Prinzip“

Einmal war ich in einer Pflegeeinrichtung. Dort war alles tippi-toppi. Die Mitarbeiter waren sehr freundlich, die Einrichtung selbst modern, sauber und hell. Dennoch würde ich dort aktuell nicht bleiben wollen, da ich den Eindruck hatte, dass die Freude am Leben, also der Spaß, dort zu kurz kommt. Dabei geht es wohl nicht nur um mangelndes Personal, sondern auch ums liebe Geld. Schließlich sind Veranstaltungen und Ausflüge nicht für ein paar Cent zu haben. Meine Idee: Man könnte die Idee und die dazu kommunizierte Erklärung des Tierwohl-Cents übertragen. Also alle, die Spaß haben (Urlauber, Freizeitparkbesucher etc.) leisten eine Abgabe für die, denen dies schwerfällt. So könnte man ausgleichen, was von alleine anscheinend nicht klappt. Diese Steuerung könnte man auch auf vieles andere übertragen: Gemüse aus warmen Ländern wie Spanien wird mit einem „Cent“ belegt, um den deutschen Gemüsebauern den Nachteil bei der teuren Energie zu vergüten. Junge Menschen zahlen einen Mobilität-Cent, um Bürgerbusse für Ältere zu finanzieren, ältere Mitbürger einen Cent für den Rentennachteil der

Jüngeren... Da kann man wirklich was machen! So beim Nachdenken kommt mir Robin Hood in den Sinn. Umverteilung durch Zwang. Nur warum glaube ich nicht an die Wirksamkeit? Liegt es daran, dass die ganze Denkweise seltsam scheint? Oder daran, dass alles erstmal in den großen Staatshaushalt laufen würde? Oder habe ich schlicht das Gefühl, dass die wahren Gründe von dieser „Cent-Geschichte“ nicht benannt werden? Das wäre ja echt ein Ding. Übrigens: Eine mögliche Erhöhung der Mehrwertsteuer in diesem Sinne würde natürlich noch mehr bringen; dies ließe sich auch wunderbar kombinieren!



Mit diesem QR-Code gelangen Sie zum Blog von Volker Behrens. Gerne können Sie dort auch Ihren „Senf“ dazu geben. Oder Sie schreiben eine Mail an: v.behrens@fleischerei-behrens.de



Mehr als eine Messe

Mit „Genusswerk“ findet am 19. und 20. April 2026 auf dem Messegelände in Ulm ein besonderes Messformat statt.

Vernetzen, inspirieren, genießen: Die „Genusswerk“ von Gilde ist ein neues, exklusives Messeformat von Genuss-Handwerkern für Genuss-Handwerker in Süddeutschland, Vorarlberg und der Schweiz – und ein zukunftsorientierter Marktplatz für das Lebensmittelhandwerk, Gastronomie & Hotellerie, Direktvermarkter und Partyservice. Am Sonntag (9-18 Uhr) und Montag (10-17 Uhr) erwarten 150 Top-Aussteller rund 6.000 Messebesucher und bie-

ten ihnen Inspiration, Genuss und neue Möglichkeiten. Dabei stehen sechs zentrale, top-aktuelle und zukunftsweisende Trends der Lebensmittelbranche im Fokus:

- **Automatisches Verkaufen:** Verkaufsautomaten, 24/7-Shops, digitale Bestellmöglichkeiten
- **Convenience & Effizienz:** vorgegarte Produkte, Maschinen & Prozessoptimierungen

- **Internationales & regionales Premiumfleisch:** Reifung, Grillen & Spezialitäten
 - **Snacks to-go:** Streetfood-Trends, Fingerfood neu gedacht
 - **Impulse für Partyservice:** Catering-Trends, moderne Buffet-Konzepte
 - **Betriebsausstattung:** Geräte & Maschinen für das Lebensmittelhandwerk
- Da die Tickets begrenzt sind, kann es sich lohnen, diese frühzeitig zu buchen unter:

www.genusswerk-messe.de/tickets

Fotos: GILDE



Unser Metzgerei-Angebot¹

Terminalmiete p. M.	0,00 €
Premiumservice p. M.	0,00 €
Transaktionsgebühr	0,03 €
Cashpooling (pro Transaktion)	0,00 €
girocard (Händlerentgelt v. Umsatz)	0,19% ²
Debitkarten (ASF v. Umsatz)	0,30% ³
Kreditkarten (ASF v. Umsatz)	0,30% ³
Mindestgebühr (Debit/kredit)	keine

nur 12 Monate Vertragslaufzeit

Kostenlose 24/7 Serviceline
008000 729 77 62

PAYPROCESS
...we love Payment!



**Jetzt wechseln
und sofort sparen!**

PAYPROCESS
...we love Payment!

Rupert-Mayer-Str. 44
81379 München

+49 89 95 45 33 460
service@payprocess.eu

www.payprocess.eu

SUFFA
Fachmesse für die Fleischbranche
07.-09.11.2026
Messe Stuttgart

we
♥
Payment!

¹ Dieses Angebot gilt bei Abschluss bis zum 31.03.2026, vorbehaltlich der Freigabe des Akquirers und PAYPROCESS. Zum agreed Händlertarif kommen ab 01.01.2026 noch Schemen-Management-Gebühren in Höhe von 0,00209% vom Kartenumsatz hinzu. Die Abrechnung der Debit- und Kreditkarten erfolgt im transparenten Interchange++ Verfahren. Zu den angegebenen Gebühren (ASF = Acquiring Service Fee) für Debit- und Kreditkarten kommen noch die Interchange- und Schemen-Fee-Gebühren prozentual vom Kartenumsatz hinzu. Die Gebühren für die Nutzung der jeweiligen Zahlungsmittel sind in der jeweiligen Zahlungsabrechnung (Zahlungsmittel) und in der jeweils gültigen Preisliste (payprocess.eu/download) angegeben.

Schülercup in Dresden

„So geht Fleischerhandwerk! Wieder ein gelungener Schülercup!“ Das war das Fazit des Schülercups 2026 des Sächsischen Fleischer-Innungs-Verbands auf der Messe „KarriereStart“.



Den Sieg der dritten Auflage und einen Zuschuss für die Klassenkasse in Höhe von 500 Euro sicherte sich das Team 2 von der Oberschule Pieschen. Platz 2 und ein Zuschuss in Höhe von 300 Euro ging an das Team 3, ebenfalls von der Oberschule Pieschen. Den dritten Platz und einen Zuschuss von 200 Euro erkämpfte sich Team 10 von der Oberschule Weixdorf. Dank der großzügigen finanziellen Unterstützung der Signal Iduna-Versicherung konnte der Sächsische Fleischer-Innungsverband den Plätzen 1 bis 3 je einen Zuschuss für die Klassenkasse zukommen lassen. „Ein großes Lob geht an alle Schülerinnen und Schüler! Diese waren nicht nur alle sehr gut auf den Wettbewerb vorbereitet, sondern auch mit Eifer und Freude dabei. Man konnte sehen, wie viel Spaß allen die handwerkliche Arbeit gemacht hat. Auch den Lehrern gilt ein großes Dankeschön für Vorbereitung und Unterstützung. Wir freuen uns schon auf den nächsten Schülercup im Jahr 2027“, resümierte der Verband. www.sfiv.de

Beim diesjährigen SFIV-Schülercup, der anlässlich der Messe „KarriereStart“ in Dresden stattfand, ging es „Rund ums Brot“. Daran beteiligten sich fünf Oberschulen aus Dresden und dem Umland mit insgesamt 13 Teams aus den Klassenstufen 8 und 9.

Wie vielfältig dieses Thema war und dass dabei auch die Wurst nicht fehlen durfte, sah

man an den Resultaten. Alle Teams präsentierten unterschiedliche Produkte. Wie schwer der Jury die Entscheidung fiel, zeigte die Punkteverteilung: Zwischen den Plätzen 1 bis 4 lag jeweils nur ein Punkt. Zur Jury zählten auch drei Mitglieder der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks: Lukas und Maxi Bauermann und Markus Kretschmann.



Foto: Sächsischer Fleischer-Innungs-Verband



Fusion in Oberfranken

Am 23. Februar 2026 schlossen sich die Fleischer-Innungen Hof-Wunsiedel, Kronach und Oberfranken-Mitte in Kulmbach zur Fleischer Innung Oberfranken Nord zusammen.

Damit setzt das Fleischerhandwerk dieser Region ein starkes Zeichen für Zusammenarbeit, Zukunftsorientierung und ein modernes, wirksames Ehrenamt. In der konstituierenden Sitzung wurden alle für den Zusammenschluss nötigen Satzungsänderungen und die Wahl des neuen Vorstands einstimmig beschlossen. Es entsteht eine starke Innung, die 51 Betriebe vertritt und nun deutlich mehr Gewicht in Politik, Öffentlichkeit und Nachwuchsgewinnung erhält.

Neuer Vorstand

Zum Obermeister wurde Rainer Maisel gewählt, bisher Obermeister der Fleischer Innung Oberfranken-Mitte. Sein Stellvertreter ist Christoph Schmidkunz aus der bisherigen Innung Hof-Wunsiedel. Weitere Vorstandsmitglieder sind Thomas Köhn und Christian Herpich (beide Hof-Wunsiedel), Edwin Schimmel (Oberfranken-Mitte) sowie Eberhard Krauß (Kronach). In seiner Vorstellung betonte Rainer Maisel, dass der Zusammenschluss eine große Chance für eine starke Außendarstellung bietet. Er möchte die gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit ausbauen, jüngere Mitglieder gezielt einbinden und durch regelmäßige Veranstaltungen den Zusammenhalt fördern. Es seien u.a. regionale Tagungen, hybride Sitzungsformate, Seminarangebote sowie Aktionen für die Nachwuchsgewinnung geplant. Auch Landesinnungsmeister Konrad Ammon begrüßte den Zusammenschluss ausdrücklich. Er warb dafür, junge Metzgerinnen und Metzger aktiv einzubinden, um neue Impulse

in die Innungsarbeit zu einzubringen und die Zukunftsfähigkeit des Handwerks zu sichern.

Ehrungen und Haushalt

Christian Herpich, Vorstandsmitglied und Vizepräsident der HWK für Oberfranken, würdigte die geleistete Arbeit der bisherigen Obermeister und dankte Thomas Köhn, seit 2008 Obermeister der Fleischer Innung Hof-Wunsiedel, für sein Engagement im Ehrenamt. Er wurde einstimmig zum Ehrenobermeister ernannt. Zudem engagierte er sich auf Verbandsebene als Obmann Oberfrankens sowie im Vorstand für Werbung und Marketing des Fleischerverband Bayern. Obermeister Eberhard Krauß aus Kronach erhielt die Ehrennadel des Landesinnungsverbandes für seine Leistungen und die 20-jährige Tätigkeit als Obermeister. Der Fleischermeister, Betriebswirt des Handwerks und Fleischsommelier engagierte sich seit 1981 im Gesellenprüfungsausschuss. Im April 2006 trat er die Nachfolge seines Vaters Rudi Krauß als Obermeister an.

Nach der Verabschiedung des Haushaltsplans 2026, des einstimmigen Beschlusses zur Beitragsstruktur sowie der Wahl der Ausschüsse stellte Rainer Maisel das neue Logo der Innung vor und kündigte an, für die Mitglieder zeitnah einen ersten Kennenlernetmin zu organisieren. Auch Kreishandwerksmeister Marco Kemnitzer gratulierte zur Fusion, die ein konsequenter Schritt sei, der vor eineinhalb Jahren durch erste Gespräche vorbereitet wurde. **red**
www.khs-hof.de



Julia I.

Zum vierten Mal kommt die bayerische Weißwurstkönigin aus Franken: Julia Böbel aus der gleichnamigen Metzgerei aus Georgensgmünd-Rittersbach im Landkreis Roth.



Zum dritten Mal in Folge wurde die bayerische Weißwurstkönigin am „Geburtstag der Weißwurst“ (22. Februar) von der Metzger-Innung ArberLand in der Metzgerei von Obermeister Stefan Einsle sowie dem Bayerischen Weißwurst-Botschafter und Erfinder dieser „Regentin“, Albert „Bertl“ Fritz, gekürt. Neben ihnen in der Jury saß die bisherige Weißwurstkönigin Sophie I., Sophie Braumiller. Julia Böbel (27) – nun für ein Jahr Julia I. – brachte ihre Bewerbung Ende Januar sogar persönlich vorbei, nachdem sie sich vor zwei Jahren bereits einmal für dieses Ehrenamt beworben hatte. Nun klappte es. „Die Bewerbung war etwas ganz Besonderes“, lobte der Bayerische Weißwurst-Botschafter.

Regentin aus Mittelfranken

Die 27-jährige Fleischerin lernte in der Fleischerei Scheller (Hannover), begleitend zu ihrem Studium Lebensmittelmanagement: Schwerpunkt Lebensmittel tierischen Ursprungs an der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf (2019-2023). Beides schloss sie sehr erfolgreich ab, wurde 2023/2024 in die Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks berufen und erwarb 2025 ihren Meistertitel an der Fleischerschule Augsburg. Nun leitet sie die

„Außerdem bieten wir ab Mitte März zweimal im Monat ein ‚Weißwurstfrühstück zum Mitmachen inklusive Herstellung in unseres Metzgerei an.‘“

Julia Böbel

Wurstküche im Betrieb der Familie, zu dem auch das „Bratwursthotel“ gehört. Auch ihr Großvater Willy Böbel (80), langjähriger Obermeister der Metzger-Innung Mittelfranken-Süd, ihre Eltern Claus und Monika, Schwester Katharina und weitere Mitarbeiter und Familienmitglieder waren anwesend. Von ihnen bekam sie eine große Terrine mit bayerischen Ornamenten.

„Es ist mir eine Ehre, die Weißwurst, unser Handwerk und unsere Berufe zu präsentieren und darauf aufmerksam zu machen“, betonte sie nach ihrer Ernennung. Im kobalt-königsblauen Dirndl und neuer Krone mit stilisierten Weißwürsten, Brezn und weiß-



blauer Raute wird sie in den kommenden zwölf Monaten allerhand Termine wahrnehmen. „Außerdem bieten wir ab Mitte März zweimal im Monat ein Weißwurst-Frühstück zum Mitmachen inklusive Herstellung in der Metzgerei an. Jeder und jede kann dann seine bzw. ihre selbst hergestellte Weißwurst genießen“, sagt sie.

Rückblick der Vorgängerin

Auch für Albert Fritz war die elfte Krönung wieder ein besonderer Moment. Er dankte Sophie Braumiller vom Braumiller-Hof im Landkreis Fürstenfeldbruck für ihr großes Engagement. Sie absolvierte in ihrem Amtsjahr über 85 Termine. „Ich denke, ich hatte nur zwei oder drei Wochenenden keinen Termin, aber ich habe sehr viele gute Erfahrungen dabei gemacht“, sagte sie und dankte ihrer Familie für den Rückhalt und Organisation. Besonders setzte sie sich für den Branchennachwuchs ein, veranstaltete ein Hoffest im Sommer und machte zahlreiche Betriebsführungen mit Kindern und Jugendlichen aus Kindergärten und Schulen in ihrer Hofmetzgerei, die teilweise in Bussen zum Hof kamen. „Viele Kinder sind begeistert von unserem Handwerk, als manch einer denkt“, betonte sie. Und: „Ein Weißwurstfrühstück ist ein Symbol für Zusammenhalt – in Bayern und anderswo.“

Politiker zu Gast

Erstmals anwesend war Bayerns Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger (Freie Wähler), der das ehrenamtliche Engagement der Metzger-Innung ArberLand und aller bisherigen Weißwurstköniginnen lobte. „Ihr präsentiert euren Beruf positiv in der Öffentlichkeit“, sagte er: „Bayerns Metzger sind für ihre Region unerlässlich.“ Die rund 50 Gäste

applaudierten. Weitere Ehrengäste waren der ehemalige bayerische Landwirtschaftsminister Helmut Brunner, der Landrat des Landkreises Regen, Ronny Raith, und der zweite Bürgermeister von Bodenmais, Jochen Koller. Besondere Dankesworte richteten Metzgermeister Stefan Einsle und „Bertl“ Fritz an die Sponsoren: vor allem an Astrid Söll Dirndl Culture, die zum elften Mal ein Dirndl gratis zur Verfügung stellte, sowie die Unternehmen Seydelmann, Bienek Fleischgroßhandel, Wiberg/Gewürzmüller (Nova-Taste), Albert Handtmann Maschinenfabrik, Privatbrauerei Falter u.a.

Traditionell begleitet mit zwölf Böllerschüssen der „Teisnacher Böllerschützen“ zum Beginn und zum Abschluss der Inthronisierung und musikalisch umrahmt von den „Silberbergsängern“, ließen sich alle nach „Weißwurst-Hymne“ und Bayern-Hymne die kesselfrischen Weißwürste, Brezn und Weißbier schmecken.

Marco Theimer

www.wurstjuly.de

www.mymetzger.de

promedia theken TV



**Herausragend
IN SZENE gesetzt**

**Bildschirmwerbung,
die auffällt**

Mit **promedia-thekenTV** setzen Sie Ihre Informationen, Angebote und vieles mehr in Ihrer Fleischerei aufmerksamkeitsstark in Szene.

Jetzt Beratungstermin vereinbaren:

☎ Tel.: 0 21 03 / 20 47-00

✉ info@promedia-thekentv.de

🌐 www.promedia-thekentv.de



Pokale satt

Bundeslandwirtschaftsminister Alois Rainer, Staatsminister Dr. Florian Herrmann und Kabarettist Django Asül waren die Promi-Ehrgäste bei der Preisverleihung des Metzger Cups 2025/2026.



Sonderwettbewerb „Bestes Hausgeräuchertes“

- 1. Platz: *Feinkost-Metzgerei Weber*, Lenggries („Isarwinkler Hausgeräuchertes“)
- 2. Platz: *Metzgerei Pschorr*, Fuchstal/Aschl („Fuchstaler Landschinken“)
- 3. Platz: *Metzgerei Haslacher*, Langenpreising („Hausgeräuchertes“)
- Herausragendes Produkt: *Hofmetzgerei Waldinger*, Schweitenkirchen („Waldinger Jahrgangsschinken 2024“) und *Keller GmbH*, Langenbach („Mediterrano“)

Der Saal der Neusäßer Stadthalle war mehr als voll, und so mancher hatte wohl Probleme einen Parkplatz zu finden. Trotzdem startete die traditionelle Preisverleihung der freiwilligen Qualitätsprüfung, das Familientreffen des bayerischen Handwerks, für die über 600 Gäste pünktlich. „Wenn es einen Beweis braucht, dass unser wunderschönes Metzgerhandwerk stark ist und lebt, hier in diesem prall gefüllten Saal sitzt er“, freute sich Landesinnungsmeister Konrad Ammon, der an die anwesende Politprominenz aber auch aktuelle Herausforderungen, etwa die sin-

kende Zahl tiererzeugender Landwirte oder sinnlose Arbeitszeitaufzeichnungen für Familienbetriebe adressierte.

Beste Qualität bewiesen

Nach seiner Rede folgte die des Bundeslandwirtschaftsministers, der sich als gelernter Metzgermeister vorort sichtlich wohlfühlte. 2026 sei sein Meisterbrief 40 Jahre her, seit 2013 sitzt er für die CSU im Bundestag. „Metzger habe ich gelernt, Politiker ist man nur auf Zeit. Aber nun gibt es auch wie-

der Fleisch in der Kantine des Landwirtschaftsministeriums“, sagte Alois Rainer und erntete Applaus. „Dass sich viele Metzgereien auch aus anderen Bundesländern für den Metzger Cup beworben haben, zeigt, dass er etwas Besonderes ist“, lobte er.

Zum dritten Mal war Dr. Florian Herrmann zu Gast: „Sie alle haben in ihren Betrieben beste Qualität bewiesen. Sie liefern den Menschen klassische und innovative, regional erzeugte Produkte. Erstmals seit Jahren zu Gast war Hans-Peter Rauch, Metzgermeister und Präsident der Handwerkskammer für Schwaben, der die Hand Konrad Ammons zur Versöhnung annahm.

Danach wurde es lustig als Django Asül für seine mensehelnden Witzeleien über Politik und Gesellschaft Lacher und Applaus einheimste. Außerdem waren im Foyer mehr als 20 Partner des Fleischerverband Bayern, z.B. AVO, SmartStore24, holac Maschinenbau, Hagesüd, Ladenbau Hanke, Handtmann, Peukert 1871, Vemag oder Multivac vertreten. Und auch die neue Bayerische Weißwurstkönigin Julia I. (Julia Böbel) bereicherte den Event mit ihrer Anwesenheit.

Ehrungen und Pokale

Doch bevor Alois Rainer, Dr. Florian Herrmann, Django Asül und Konrad Ammon die fast unzählige Anzahl an Urkunden und

Pokalen an die Betriebe überreichten, fanden sie sich auf der Bühne zu einigen Ehrungen ein. Für sein außerordentliches Engagement und 20 Jahre an der Fleischerschule in Augsburg wurde Schulleiter Anton Schreistetter geehrt, dessen Vorgänger Robert Baur die Laudatio hielt. Über ein Stipendium des Fleischsommelier Deutschland e. V. für eine Weiterbildung zum Fleischsommelier an den Fleischerschulen Augsburg, Landshut oder Weiterstadt und ein hochwertiges Messer (Friedr. Dick) freute sich der Europameister der Fleischer 2025, David Hilpert. Der beste Fleischer Deutschlands 2025, Philipp Auerswald, bekam dieses auch, allerdings in Abwesenheit.

195 Metzgereibetriebe und fünf Berufsschulen mit über 850 Proben hatten am Metzger Cup 2025/2026 teilgenommen, auch aus Sachsen, Baden-Württemberg, Thüringen und Nordrhein-Westfalen und Hessen, hier etwa der „Landmetzjer“ Fabian Schüttler (Bickenbach) oder die Fleischerei Kohl-Kramer (Borken-Trockenerfurth.)

137 Proben gingen für den Sonderwettbewerb „Bestes Heißgeräuchertes“ ein. Neben den drei besten Metzgereien erhielten zwei weitere Pokale und Urkunden für ihr „Herausragendes Produkt“ (s. Kasten). Auch die anwesenden Kinder kamen auf ihre Kosten und nahmen ein besonderes Ku-

scheltier, ein Hochlandrind aus Plüsch, mit. Danach wurde das Mittagsbuffet eröffnet. Für die gesamte kulinarische Versorgung stand wie in den vielen Jahren zuvor das Team der Fleischerschule Augsburg parat, für dessen selbstlosen Einsatz sich der Verband herzlich bedankte. **Marco Theimer**
www.metzgerhandwerk.de

1. Feinkost-Metzgerei Weber (Lenggries)
2. Die Pokale 3. Hochlandrind als Plüschtier
- 4.+5. Ehrengast: Bundeslandwirtschaftsminister und Metzgermeister Alois Rainer
6. Kabarettist Django Asül 7. Blick in den vollen Saal 8. Staatl. Berufsschule Metzgerhandwerk München 9. Landmetzgerei Jais (Luttenwang) 10. Metzgerei Moser (Landsberg am Lech) und Fleischerei Th. Luther (Neustadt bei Coburg) 11. Elisabeth Schadl (Ex-Weißwurstkönigin) und Julia I. 12. "Landmetzjer" Fabian Schüttler (Bickenbach) 13. Europameister David Hilpert 14. Metzgerei Resch (Langquaid)



Handwerk macht Spaß

Zwei Ausbildungen hat Lukas Sandmeir mit 24 Jahren abgeschlossen: als Koch und Metzger. Nach einigen Monaten in einer anderen Metzgerei, fand der junge Metzgermeister im Herbst 2025 den Arbeitsplatz, den er suchte: in der Hofmetzgerei Stanishof in Germering.

An einem Dienstag nach Arbeitschluss gegen 14 Uhr treffe ich ihn dort zum Gespräch. Mit dabei ist zunächst sein Chef, Metzgermeister Max Kirmair, der die Hofmetzgerei mit seiner Frau Carolin führt. 2016 wurden die Produktionsräume und der Hofladen neu gebaut, 2017 die Hofmetzgerei gegründet, die sich seitdem prächtig entwickelt. Der Hof mit klassischer Landwirtschaft – Ackerbau und Tierhaltung – ist seit 1856 in Familienhand. Sein Bruder Johannes Kirmair führt die Land-

wirtschaft. Max Kirmair sitzt nur kurz dabei am Tisch, dann sagt er: „Braucht ihr mich noch? Lukas weiß über alles gut Bescheid“, steht auf und verlässt die gemütliche Küche. Auch ein Beweis dafür, wie sehr er den jungen Metzgermeister schätzt.

Parallel zur Realschule machte Lukas Sandmeir immer wieder Praktika in der Gastronomie und entschied sich für eine Ausbildung als Koch bei Dallmayr in München, die von 2019 bis 2022 dauerte. Nachdem er damals auch noch seinen Jagdschein in der Tasche hatte, stieg das Interesse am Lebensmittel Fleisch. Er wollte mehr darüber lernen und erfahren. Eine auf zwei Jahre verkürzte Metzgerlehre in der Landmetzgerei Huber in Jesenwang folgte, ebenso der Meisterkurs an der Fleischerschule Augsburg, den er im Dezember 2024 erfolgreich abschloss. Er gewann den Wettbewerb der Handwerkskammer München-

Oberbayern, den Landeswettbewerb in Bayern und siegte im November 2024 bei der Deutschen Meisterschaft des Fleischerhandwerks in Dresden. „Mein Ziel war es nicht unbedingt zu gewinnen, sondern Freude zu haben. Denn Handwerk macht Spaß. Aber

„Wer eine gute Wurst macht, braucht sich nicht zu verstecken. Man kann die Qualität eines Lebensmittels bestimmen und den Kunden sagen: ‚ja, das können sie ohne Bedenken essen‘.“

Lukas Sandmeir

man muss auch mal Dinge hinterfragen, ebenso sich selbst und die eigene Leistung. Gefüllte Rollbraten habe ich nicht nur einen gemacht“, betont er. Eine gesunde Portion Ehrgeiz, Perfektion und Selbstbewusstsein brachten ihn dahin, wo er heute ist, berichtet er weiter.

Transparenz überzeugte

Die Hofmetzgerei Stanishof liegt etwa 20 Autominuten westlich von München in der größten Stadt des Landkreises Fürstenfeld-

Fotos: M. Theimer



Lukas mit Max und Carolin Kirmair, welche die Stanishof-Metzgerei führen.

bruck. Er ist der einzige Betrieb, der Schweine mästet – im Offenstall mit Auslauf auf die Weide – verarbeitet und Fleisch und Wurst verkauft. Etwa 300 Schwäbisch-Hällische Landschweine sind es, die als Ferkel in die Hofmetzgerei kommen und circa 100 bis 120 kg schwer werden. Geschlachtet werden sie im von Metzgern geführten Schlachthof Hasenheide in Fürstenfeldbruck. „Das Konzept und die Philosophie hier haben mich überzeugt. Vor allem die Transparenz und das Arbeitsumfeld. Wer möchte, kann uns vom Hof aus durch die Fenster bei der Arbeit zusehen“, sagt er. Zudem liefert der Stanishof Fleisch an die Gastronomie und stellt u.a. an drei Tagen frische Burger-Patties für ein Burger-Lokal mit zwei Standorten her.

Angestellt ist Lukas Sandmeir als stv. Produktionsleiter. In Zerlegung, Verarbeitung und Produktion sind sie zu fünft, inklusive zwei Gesellen und eines Auszubildenden. „Alles, was in der Theke im Laden liegt, ist selbst hergestellt. Auch deshalb habe ich mich bewusst für das Metzgerhandwerk entschieden“, betont er. Sein Arbeitstag startet um 5 Uhr früh. Der Weg vom Wohnort dauert 20 Minuten. 15 Schweine und ein Rind pro Woche verarbeiten sie. Die Rinder kommen von einem Kollegenbetrieb. Diens-tags hilft er beim Zerlegen und Zuschneiden des Fleisches, an den anderen Tagen produ-zieren er und seine Kollegen allerhand Wurstsorten: Blut-, Leber- und Weißwürste, Presssack und Rohwürste, Convenience im Glas u.v.m. „Wer eine gute Wurst macht, braucht sich nicht zu verstecken. Man kann die Qualität eines Lebensmittels bestimmen

und den Kunden sagen: „ja, das können sie ohne Bedenken essen“, spricht er selbstbe-wusst für seinen Berufsstand.

Wer rastet, der rostet

Diesen vertritt er seit Ende 2024 auch in der Nationalmannschaft des Fleischerhand-werks. „Die Zusage war für mich wie ein kleines Weihnachtsgeschenk“, schmunzelt er. Bei den beiden Jahrestreffen in Bad Arol-sen und im Januar 2026 in Aspach war er natürlich dabei. „Eine coole Truppe. Es macht Spaß sich auszutauschen, das Metz-gerhandwerk gemeinsam nach vorne zu bringen und jungen Leuten die Vorteile un-serer Berufe zu erklären“, sagt er. Sein High-light 2025 war die IFFA – seine erste Metzger-messe – auf der er fünf Tage war und jede Menge Erfahrung im Umgang mit Menschen machte und neue Kontakte knüpfte: „Es war sehr interessant zu sehen, wie weit unser Handwerk technisch fortgeschritten ist.“ Jun-gen Leuten würde er seinen Beruf empfehlen weil „man lernt und später weiß, wie und wo ein Lebensmittel herkommt“. Es sei dran-geblieben und habe seinen Weg konsequent verfolgt: „Wer rastet, der rostet, das hat sich am Schluss ausgezahlt“, grinst er. Bald steht der Fleischsommelier-Kurs an, für den er ein Stipendium hat, danach eine Fort-bildung zum Thema Weideschuss und er kann seine Fähigkeiten am BTZ in Weiter-stadt verbessern. Wenn er Zeit findet, wid-met er sich als Imker seinen Bienen und stellt Honig her. Da weiß er auch, wo und wie dieser entsteht.

Marco Theimer

www.stanishof-germering.de

Seien Sie besser als die Konkurrenz

Der Wettbewerb schläft nicht: Mit attraktiven Gesundheitsleistungen, Vorsorge und klaren Mehrwerten steigert das betriebliche Vorsorge-management die Attraktivität Ihres Betriebs.



Davon profitieren Sie:

- Besseres Arbeitgeber-Image
- bKV als attraktiver Benefit
- Mehr Mitarbeiterzufriedenheit, weniger Ausfall
- Steuerliche Vorteile für Arbeitgeber
- Bessere Karten auf dem Bewerbermarkt



Weitere Infos unter:
089 / 5152 - 2578

muenchener-verein.de/bvm



Lammfleisch erfolgreich verkaufen

Wie lässt sich der Mehrwert von Lammfleisch erhöhen? Worauf kommt es beim Zerlegen an? Dies und mehr erfuhren die Teilnehmenden des Praxis-Workshops „Lamm: grob und fein zerlegen – verarbeiten – verkosten“ im Sauerland.

Entscheidend für den Vermarktungserfolg sind eine durchdachte Preisstrategie und eine flexible Verwertung aller Teilstücke. Dieser Praxis-Workshop im Rahmen der Veranstaltungsreihe „Bio verarbeiten“ hat den Nagel auf den Kopf getroffen. Der vom Verband der Landwirte mit handwerklicher Fleischverarbeitung (vlhf) durchgeführte und organisierte Workshop war schnell ausgebucht und wies eine lange Warteliste auf.

An der Veranstaltung in der bio-zertifizierten Fleischerei Scharfenbaum im sauerländischen Brilon-Madfeld nahmen 15 Schaf- und Ziegenhalterinnen und -halter aus Brandenburg, Hessen, Niedersachsen und NRW teil. „Damit Schafhalter einen höheren Mehrwert aus ihren Tieren erzielen können, ist es nützlich, mehr über die Schnittführung und Verwertung des ganzen Tieres zu wissen“, weiß Dr. Andrea Fink-Keßler vom vlhf. Wer Lammfleisch direkt vermarkten möchte, sollte sich mit den Verwendungsmöglichkeiten der einzelnen Teilstücke gut auskennen, um seine Kunden gut beraten zu können: „Denn es gibt immer weniger Verbraucherinnen und Verbraucher, die ein halbes oder viertel Lamm abnehmen und in der Lage sind, den Schlachtkörper selber zu zerlegen.“ Wichtig sei es zudem, sich sachkundig zu machen und die Rechtslage zu kennen, erläuterte die vlhf-Vorständin: „Nur so kann man auf Augenhöhe mit den zuständigen Veterinären sprechen, etwa wenn es um die Genehmigung der hofeigenen Fleischverarbeitung oder eines neuen Schlachtraums geht.“

Zerlegung braucht Übung

Worauf es bei der Zerlegung und Schnittführung von Lammfleisch ankommt, erläuterte Martin Theisinger aus dem nordhessischen Habichtswald-Ehlen. Der Bio-Metzgermeister arbeitet eng mit Stefan Itter vom Demonstrationsbetrieb Ökologischer Landbau Eiwei in Kirchberg und anderen direkt vermarktenden Bio-Landwirtinnen und -Landwirten in seiner Region zusammen. Die Art und Weise, wie die Lämmer gehalten werden, hat einen erheblichen Einfluss auf die Qualität des Fleisches. Neben den Haltungsbedingungen der Lämmer beeinflusst aber auch die anschließende



Verarbeitung die Fleischqualität. „Zerlegung und Feinzuschnitt sind bei Ziegen und Schafen weniger aufwändig als bei Rindern. Und wenn die Kette Transport – Schlachtung – Lagerung – Zerlegung ordentlich durchgeführt wird, sind keine hygienischen Probleme zu befürchten. Bei Schweinen und vor allem Geflügel können leichter Schwierigkeiten auftreten“, so die Einschätzung von Hermann Jakob, ehemaliger Leiter der Meisterschule für Fleischer in Kulmbach und gelernter Metzgermeister.

Grob- und Feinzerlegung

„Für das Zerlegen eines Schafschlaktkörpers braucht man Übung. Damit die Griffe und Schnitte passen, musst man um die 50 Schultern auslösen“, weiß Martin Theisinger. Pro Tier dauert das Grobzerlegen für geübte Hände etwa 15 Minuten, für das Feinzerlegen sind es 30 bis 40 Minuten. Ein Muss ist dabei das Tragen eines Kettenhemdes und eines Kettenhandschuhs zum Eigenschutz.

Vor den Augen der Teilnehmenden zerlegte Martin Theisinger Schritt für Schritt ein Mutterschaf (Schlachtgewicht: 15,4 kg) und eine Fleischlamm-Kreuzung der Rasse Texel und Île de France (Schlachtgewicht: 24 kg).

Die Grobzerlegung umfasst mehrere Arbeitsschritte: Zuerst werden am hängenden Schlaktkörper die beiden Schultern abgetrennt. Dazu zieht man das vordere Bein etwas zur Seite und trennt die Haxen im Gelenk ab. Anschließend erfolgt die Abtrennung der Dünung. Mit einer Säge durchtrennt man als nächstes an beiden Seiten die Rippen. Danach trennt man den Hals in der Höhe des Brustbeins ab. Dabei empfiehlt es sich, so Martin Theisinger, den Hals möglichst lang abzuschneiden, damit man ihn als Ganzes verkaufen kann. Abschließend wird der Rücken unterhalb des Beckenknochens abgesägt. Wird das Fleisch nach dem Zerlegen nicht zu Würsten oder anderen Fleischprodukten weiterverarbeitet, sollte es mindestens zehn Tage zum Reifen abhängen. Wichtig sei auch, mithilfe eines Schabers das Knochenmehl aus dem frisch geschnittenen Fleisch zu entfernen.

Alles vom Tier nutzen

Entscheidend für eine erfolgreiche Vermarktung der Lämmer ist die richtige Preisstrategie. „Ich erlebe immer wieder, dass die meisten ihre Fleischprodukte viel zu günstig verkaufen“, betonte Martin Theisinger und ergänzte: „Zwar essen die Menschen im Zuge der Ernährungswende weniger Fleisch, dafür sind viele bereit, mehr Geld für gutes Fleisch auszugeben.“ Bei der Vermarktung ist der passionierte Bio-Metzger breit aufgestellt. Seine Produkte verkauft er in einem Marktwagen am Betriebsstandort Ehlen, zweimal pro Woche auf dem Göttinger Wochenmarkt und zwischen April und Oktober auf einem Feierabendmarkt in Kirchditmold. Daneben beliefert er Bio- und Hofläden und Gastronomiebetriebe, darunter das Kasseler

„Für das Zerlegen eines Schafschlaktkörpers braucht man Übung. Damit die Griffe und Schnitte passen, musst man um die 50 Schultern auslösen.“

Martin Theisinger

Bio-Restaurant „Weissenstein“ von Bio-Spitzenkoch René Müller.

Neben seiner Bio-Metzgerei betreibt Martin Theisinger eine Bio-Schäferei mit 300 Mutterschafen plus Nachzucht. Seine Herde lässt er auf Klee grasflächen von Bio-Betrieben weiden. Aus ethischen Gründen setzt er konsequent auf die Verwertung des gesam-

Fachwissen aus 1. Hand

Veranstaltungsreihe „Bio verarbeiten“

„Bio verarbeiten“ ist eine praxisorientierte Veranstaltungsreihe für alle, die ökologische Lebensmittel verarbeiten oder neu in die Bio-Verarbeitung einsteigen wollen. Ob in Seminaren, Praxis-Workshops oder Online-Meet-Ups – „Bio verarbeiten“ vernetzt, vermittelt aktuelles Fachwissen aus erster Hand und bietet Raum für gemeinsames Lernen und Ausprobieren. Im Rahmen des Projekts werden jährlich rund 50 Workshops angeboten. Die Veranstaltungen werden finanziert vom Bundesprogramm Ökologischer Landbau (BÖL) mit Mitteln des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH). Themen und Termine der bundesweiten Präsenz- und Online-Veranstaltungen: <https://www.oekolandbau.de/bio-in-der-praxis/bio-verarbeitung/bio-verarbeiten-praxis-workshops/>

Vollelektronisch gesteuerter Füll- und Portionierautomat

Kompakta 2-30

- Schneller und einfacher Sortenwechsel
- Exakte Portionsgenauigkeit
- Portionierleistung von bis zu 250 Port/min



**Heinrich Frey
Maschinenbau GmbH**

89542 Herbrechtingen
info@frey-maschinenbau.de
www.frey-maschinenbau.de



Lammsteak (Herzform)



Lammfilet



Lammkarree



Lammkotelett



Lammlachs



Lendenkotelett

Verwertbare Teilstücke Verwendung

Hals ohne Knochen	Gulasch
Hals mit Knochen	Osso buco, Schmorstück
Schulter mit Knochen	Braten, Hackfleisch
Schulter ohne Knochen	Gulasch
Rücken mit Knochen	Lendenkotelett, Kotelett, Karree
Rücken ohne Knochen	Lammrücken mit Fettdeckel, Lachs, Filet
Rippe	Schmorstück, Braten
Keule mit Knochen	Braten
Keule ohne Knochen	Rouladen
Dünnung/Bauch	Flanksteak, Hackfleisch, Pfefferbeißer, Salami
Haxe	Schmorstück
Haxe ohne Knochen	Würste, Gulasch
Innereien	Leber, Herz, Niere, Milz, Bries, Zunge, Bäckchen

ten Tieres. „Wir schneiden alle Teile aus dem Tier heraus. Mein Anspruch ist es, alles zu verwerten, nicht nur die edleren Stücke. Damit sich dies auch rechnet, muss man auch die Nebenprodukte verkaufen können“, betonte er. Dabei kommt dem Bio-Metzger zu-

gute, dass seine – wie er sagt – „intellektuellen“ Kundinnen und Kunden auf dem Göttinger Wochenmarkt auch Innereien kaufen: „Mit als erstes gehen Niere und Bries bei uns weg. Je nach Herkunft der Kundinnen und Kunden lassen sich selbst Luftröhre und

Enddarm verkaufen. Zum Beispiel ist Milz bei Syrern beliebt und in Afghanistan die Luftröhren, wenn jemand erkrankt ist.“ Durch den aktuellen Hype um Kollagen gelingt es ihm außerdem, selbst das bindegewebsreiche Knochenmaterial wie Sprunggelenke zum passablen Preis zu verkaufen.

Teilstücke flexibel gestalten

Grundsätzlich gilt: Je nach Lammrasse ist die Ausbeute sehr unterschiedlich. Je geringer das Schlachtgewicht ausfällt, umso geringer ist auch der Erlös aus dem zeitaufwändigen Zerlegen und Auslösen der einzelnen Teilstücke. Gerade bei Lämmern aus der Landschaftspflege oder leichten Mutterlämmern, so der Rat des Bio-Metzgers, sollte man versuchen, möglichst viele Teile mit Knochen zu verkaufen. Nur bei Fleischlämmern mit einem Schlachtgewicht von rund 25 kg (ohne Innereien) lohnt sich die Feinerlegung: Wer vom Fleischlamm möglichst viele Fleischteile verkauft, kann mit einem Mehrerlös von rund 50 % rechnen.

Um den Vermarktungserfolg langfristig zu sichern, empfahl Martin Theisinger, die Verwertung der Teilstücke möglichst flexibel zu gestalten: „Was ich am Wochenmarkt nicht verkaufen konnte, wird vakuumiert und schockgefroren, damit ich es später an die Gastronomie verkaufen kann. Oder zu Lammcurry oder Lammgulasch verarbeitet, so dass ich es als fertige Gerichte im Glas anbieten kann.“ Für die Zubereitung von Lammbraten empfahl er, den Knochen mitzukochen: „Das gibt einen guten Geschmack und macht die Sauce sämiger. Für Lämmer und andere Tiere mit mehreren Mägen gilt noch dazu, dass sich der Geschmack nach dem Aufwärmen sogar noch besser entfaltet.“

Es geht weiter

Am Ende zeigte die Stimmung von den Teilnehmenden und Veranstaltern, dass sie einen spannenden Workshop mit regem Austausch erlebt hatten. „Aufgrund des hohen Interesses und der positiven Resonanz geht es weiter“, versicherte Andrea Fink-Keßler. Der vlhf wird weitere Praxisworkshops u. a. über das BÖL anbieten, die sich speziell an das Fleischerhandwerk sowie Landwirtinnen und Landwirte mit hofeigener Fleischverarbeitung richten.

Nina Weiler

Fotos: Walisisches Lammfleisch

Lebhaft diskutiert

Auf drei Regionaltagungen informierte der Deutsche Fleischer-Verband (DFV) über aktuelle Themen. Schwerpunkte waren die neue Fördermittel-Plattform, die politische Arbeit in Berlin sowie lebensmittelrechtliche Themen.

Wie im vergangenen Jahr an gleicher Stelle gut besucht war am 25. Februar 2026 der Veranstaltungsraum des Generationen-Zentrums Matthias Ehrenfried in Würzburg. Am Tag davor fand die Tagung mit dem identischen Themenplan in Siegburg, einen Tag danach in Hannover statt.

In Vertretung von DFV-Präsident Herbert Dohrmann, der am wichtigen „Fleischgipfel“ bei Bundeslandwirtschaftsminister Alois Rainer teilnahm, eröffnete Vize-Präsident Konrad Ammon die Tagung. Moderiert wurde sie von Hauptgeschäftsführer Martin Fuchs. Erstmals am Tisch des Präsidiums saß Vize-Präsident Christian Lohff. Elf Tagungsordnungspunkte standen auf der Agenda, die nur vom schmackhaft-herzhaften Mittagessen, erneut geliefert von der Metzgerei von Ehrenmitglied Horst Schöming, unterbrochen wurde. Bei fast allen Themen trugen die Anwesenden zu einer lebhaften Diskussion bei. Der Austausch untereinander ist ein wichtiges Element dieser Tagungen.

Volles Programm

Die Liste der Tagesordnungspunkte war lang. Der zeitliche Rahmen wurde aber eingehalten. Die Situation und Entwicklungen im Fleischerhandwerk und des Marktes beleuchtete Dr. Reinhard von Stoutz. Trotz des Rückgangs der Betriebe seien die Gesamtumsätze gestiegen. Diese sind, wie gehabt, in den Quartalen 2 und 4 eines Jahres am höchsten. Jüngere Menschen bis 30 Jahre schätzen gutes Fleisch wieder mehr. Der Fleischkonsum sei stabil, die Anzahl der Vegetarier bzw. Veganer mit rund 10 % der Deutschen über Jahre konstant. Herausforderungen bestehen weiterhin aufgrund immer weniger regionaler Schlachtstätten sowie der anhaltend sinkenden Zahl der Tierhalter und -mäster in der Landwirtschaft.

Nach einem Jahr in Funktion gab Daniela Pewny, Leiterin des DFV-Hauptstadtbüros im Haus des Zentralverbands des Handwerks, zusammen mit Martin Fuchs einen Einblick in die politische Arbeit. „Ich nehme etwa an für unser Handwerk relevanten Arbeitsgruppen im ZDH teil, treffe Politiker auf Veranstaltungen und Events, besuche Diskussionen der Parteien, informiere über unsere Anliegen und bringen Themen ein“, sagte sie. Das sei so zuvor



nicht möglich gewesen, so Martin Fuchs. Aus ihrer Arbeit seien viele Folgetermine entstanden, z.B. auf der Grünen Woche. Der Informationsaustausch und Kontakt zur Politik sei besser als je zuvor.

Die im Dezember 2025 gestartete Fördermittel-Plattform (siehe Kasten u.) stand im Fokus des Beitrags von Hans Christian Blumenuau. Die fachliche Expertise dazu lieferte Pascal Schneider (Schneider Consulting). 200 Fördermittel seien für das Fleischerhandwerk interessant. Diese gelte es zu nutzen, Geduld und rechtzeitige Planung sei aber erforderlich.

Zu den Themen Tierhaltung und Tierschutz sowie Lebensmittel- und Umweltrecht referierten Veterinärin Dr. Farina Mieloch und Justiziar Thomas Trettwer. Sie werden nach dem Tod Axel Noldens eine neue Kollegin im Team erhalten. Auch das DFV-Präsidium steht im Herbst vor Veränderungen: Eckhart Neun und Konrad Ammon stehen beim Verbandstag in Mainz im Oktober nicht mehr zur Wahl. Als potenzielle Nachfolger stellten sich Hessens neuer Landesinnungsmeister, Johannes Bechtel, und Bayerns Vorstandsmitglied Manfred Weber aus Lauf an der Pegnitz vor. **mtH**

DFV-Fördermittel-Plattform

Auf der Fördermittel-Plattform im Mitgliederbereich der DFV-Homepage werden über 200 Fördermittel von Bund, Bundesländern und EU vorsortiert nach den Themen Investition, Digitalisierung, Energieeffizienz, Ausbildung und Betriebsentwicklung vorgestellt. Es gibt Direktlinks zu den jeweiligen Förderstellen (i.d.R. mit Ansprechpartner). Ziel ist es, die Brücke zwischen Investitionswunsch und Förderdenken zu schließen.

www.fleischerhandwerk.de



Wildwurst im Naturdarm

Wild liegt im Trend und als Wurst im Naturdarm wird es zur sichtbaren Premium-Spezialität. Damit eröffnet sich für das Fleischerhandwerk eine attraktive Möglichkeit zur Profilierung und Wertschöpfung.

Wildwurst im Naturdarm steht für Regionalität, Natürlichkeit und Authentizität. Sie ergänzt bestehende Sortimente um ein Angebot mit klarer Herkunft. Kurze Wege, bekannte Reviere und persönliche Beziehungen zur Jägerschaft schaffen Transparenz und Vertrauen. Die natürliche Hülle aus Naturdarm unterstreicht den ursprünglichen Charakter des Produkts und macht handwerkliche Qualität sichtbar. So entsteht ein Sortiment mit eigener Handschrift und einer glaubwürdigen Geschichte.

Wildbret: Rohstoff mit Zukunft

Die vermarktete Wildbretmenge in Deutschland stieg in den vergangenen Jahren deutlich an, vor allem Wildschwein und Reh landen zunehmend auf dem Teller. Repräsentative Umfragen zeigen, dass rund jeder zweite Deutsche mindestens einmal im Jahr Wild isst. Zugleich verbinden Verbraucher Wildfleisch stark mit Natürlichkeit, Regionalität und Gesundheit. Wildbret stammt aus freier Wildbahn, ohne Stallhaltung und Kraftfutter, und wird im Rahmen der Jagd zur Bestandsregulierung gewonnen. Das sind starke Argumente in Zeiten von Klimadiskussion und Flächendruck. Für das Fleischerhand-

werk eröffnen sich dadurch vielfältige Optionen der Vermarktung: vom klassischen Braten über Burger und Convenience-Produkte bis hin zu Wurstwaren. Gerade die Wurst spielt dabei eine zentrale Rolle, da sie handwerkliche Kompetenz sichtbar macht, eine ganzjährige Nutzung des Rohstoffs ermöglicht und sich sehr gut für regionale, natürliche und authentische Produktkonzepte eignet.

Aktionslogos wie „Wild aus der Region“ oder „Wild auf Wild“ werden von den Landesjagdverbänden und dem Deutschen Jagdverband (DJV) bereitgestellt.

Superfood aus den Wäldern

Fleischermeister, die selbst jagen oder eng mit den Revierinhabern zusammenarbeiten, setzen bewusst auf kurze Wege und volle Eigenverantwortung.

Ihr Qualitätsversprechen ist klar: Das Wild wird fachgerecht zerlegt, vollständig verwertet und handwerklich veredelt. Wildsommeliere und Jägerin Ruth Staudenmayer berichtet vom steigenden Interesse an Wildbret, insbesondere an Reh-, Dam- und Schwarzwild, und hebt dessen hochwertige, regionale und nachhaltige Qualität hervor.

Auch Fleischermeister Michael Keller beschäftigt sich als Wildsommelier und Jäger seit vielen Jahren mit Wildbret und dessen Vermarktung: „Wir reden dabei von Superfood aus heimischen



Revieren, aus den Wäldern hier bei uns in Deutschland. Ein echtes Naturprodukt, mit dem wir wunderbar arbeiten können.“ Als Grundrezept für eine frische Wildbratwurst empfiehlt der Autor des Erfolgsbuches „So einfach geht Wild“ 80 % mageres und entsehntes Wildfleisch, 20 % Wildschweinspeck oder fetten Bauch vom Rasseschwein sowie 13 g Kochsalz und 1 g frisch gemahlenen Pfeffer pro Kilo.

Bei den Aromen ist die Auswahl groß, so Michael Keller: von frischem Chili und Limettenabrieb über klassische Kräuter und Gewürze bis hin zu mediterranen oder asiatischen Varianten. Als Wursthülle verwendet er bei Wildbratwürsten Saitlinge (22-24er Kaliber für 50g-Würste) und bei höheren Gewichten Schweinedärme (28-30er Kaliber für 100g-Würste). Ende Januar und Anfang Februar präsentierte er auf der Messe „Jagd & Hund“ in Dortmund öffentlichkeitswirksam mit dem Spitzenkoch und Küchenchef des Traditionsrestaurants Overkamp, Jan J. Urban, „Wildbratwürste im Saitling“.

Edelhülle für Wildwurst

Naturdarm passt ideal zur Wildstory. Er fällt bei jeder Schlachtung als Nebenprodukt an und muss somit nicht extra hergestellt werden. Traditionell wird er nur mit Wasser und Salz verarbeitet. Damit verbindet die Wursthülle Ressourcenschonung, Nachhaltigkeit und Authentizität. Zudem ist sie luftdurchlässig, sodass die Wurst „atmen“ kann. Aroma und Reife können sich so optimal entwickeln und die Wursthülle sorgt für den richtigen Knackeffekt. Auch optisch überzeugt Naturdarm, denn kleine Unregelmäßigkeiten und die appetitlich-matte Oberfläche sind sichtbare Zeichen hand-

Gute Kombination

- Naturdarm ist ein reines Naturprodukt, das als Nebenprodukt der Schlachtung anfällt.
- Für die Verarbeitung werden ausschließlich Wasser und Salz verwendet.
- Die luftdurchlässige Hülle sorgt für Aroma, Reifung und einen knackigen Biss.
- Naturdarm steht für Nose-to-Tail, Nachhaltigkeit und handwerkliche Qualität.

Wild ist ein hochwertiger Rohstoff aus heimischen Revieren. Kombiniert mit Naturdarm als ursprünglicher Edelhülle, bietet es dem Fleischerhandwerk Profil, Differenzierung und echte Wertschöpfung.

www.naturdarm.de

werklicher Qualität. Gerade rustikale Wildwürste gewinnen dadurch an Wertigkeit.

Wildwurst bietet über das ganze Jahr hinweg viele Verzehranlässe und ist so weit mehr als ein saisonales Produkt. In den Sommermonaten überzeugt sie als abwechslungsreiches Grillgut: Wildbratwürste aus Reh- oder Wildschweinfleisch bringen neue Akzente auf den Rost. In der kühleren Jahreszeit rückt der herzhaft, traditionelle Charakter in den Vordergrund, etwa mit Kochwürsten, Schlachtplatten oder deftigen Spezialitäten für Pfanne und Topf. Zudem eignet sich Wild-

wurst ganzjährig für Brotzeiten, Vesperplatten, kalte Buffets oder als herzhafter Snack für unterwegs, etwa in Form von Pfefferbeißern oder Landjägern. So wird Wildwurst zu einem vielseitigen Baustein im Sortiment im Metzgerhandwerk: In der Region verwurzelt, traditionell und zugleich modern interpretierbar.

Sichtbar machen, was drinsteckt

Wer Wildwurst im Naturdarm anbieten möchte, sollte das Thema sichtbar und selbstbewusst inszenieren. Aktionslogos wie „Wild aus der Region“ oder „Wild auf Wild“ werden von den Landesjagdverbänden und dem Deutschen Jagdverband (DJV) bereitgestellt. Kooperationen mit lokalen Jägern, gemeinsame Wildwochen oder Verkostungsaktionen in der Grillsaison laden dazu ein, Wildwurst als kulinarische Besonderheit neu zu entdecken, auch als bewusste Abwechslung auf dem Speiseplan für einen naturbewussten und nachhaltigen Genuss. Für diese Haltung stehen sowohl der hochwertige Inhalt als auch die Edelhülle, die den Charakter des Produkts sichtbar unterstreicht.

red

Fotos: M. Keller

Sun[®] Products

Vertriebs GmbH
Parkstr. 21, 76131 Karlsruhe
www.sun-products.de



Taste the Tropics!

Entdecken Sie unsere neuen SUN SPICE Variationen.



Hackerangriff vorbeugen

Die Bedrohung durch Cyberkriminalität nimmt stetig zu und macht auch vor kleinen und mittleren Handwerksbetrieben nicht halt.

Hackerangriffe, Sabotageakte und Datendiebstahl entwickeln sich zu einer wachsenden Gefahr. Wer seine Geschäftsprozesse nicht ausreichend absichert, riskiert im Ernstfall erhebliche wirtschaftliche Schäden. Doch welche Maßnahmen wirken effizient und wo sollten Handwerksbetriebe ansetzen?

Die Vorstellung, Cyberkriminelle würden sich nur auf DAX-Konzerne konzentrieren, ist längst überholt. Auch Handwerksbetriebe werden zunehmend attackiert.

Ein Blick auf aktuelle Vorfälle zeigt die Dimension: Im Sommer 2025 drangen Hacker über zentrale Server in die Systeme mehrerer Backfilialen in Niedersachsen ein und kaperten digitale Preisanzeigen, um politische

Botschaften zu verbreiten. Auch der Fleischproduzent Willms wurde im vergangenen Jahr von Cyberkriminellen angegriffen. Bei der Attacke durch die Ransomware-Gruppe Safepay wurden Daten gestohlen und das Unternehmen mit der Veröffentlichung erpresst. Die Produktion konnte derweil dank eines funktionierenden Notfallkonzepts weiterlaufen. Anders lief es bei dem Lebensmittelproduzenten Vossko: Nach einem Angriff im November 2024 stand die Produktion mehrere Tage still.

Methoden der Angreifer

Moderne Cyberkriminelle agieren hochprofessionell. Bei Phishing-Attacken werden gefälschte Nachrichten versendet, um Empfän-

ger zum Öffnen von schädlichen Anhängen oder zur Preisgabe von Zugangsdaten zu verleiten – etwa durch vermeintliche Rechnungen oder Angebote. Ein unbedachter Klick genügt, und die Schadsoftware ist im System. Oft folgt dann der Einsatz von Ransomware. Unternehmensdaten oder Systeme werden verschlüsselt und die Hacker fordern Lösegeld. Betroffene sollten Ruhe bewahren und ihre Optionen prüfen. Eine Zahlung finanziert kriminelle Strukturen und macht zur Zielscheibe für neue Angriffe.

Wirksame Schutzmaßnahmen

Um vorbereitet zu sein, sollten Fleischerbetriebe Cyberschutz in ihre Abläufe integrieren:

- **Sichere Zugangsdaten und Mehrfaktor-**



Starten Sie mit drei Maßnahmen, um Ihren Betrieb abzusichern: Erstellen Sie einen Mini-Notfallplan, prüfen Sie die Passwortsicherheit in Ihrem Unternehmen und setzen Sie eine Backup-Strategie konsequent um.

Authentifizierung: Der Schutz von Zugängen beginnt mit robusten Passwörtern. Diese sollten ausreichend lang sein, Sonderzeichen enthalten und eine gewisse Komplexität aufweisen. Passwort-Manager können dabei helfen, komplexe Passwörter zu erstellen und zu sichern. Zusätzlich empfiehlt sich die Einrichtung einer Zwei-Faktor-Authentifizierung, bei der neben dem Passwort eine weitere Login-Methode (SMS-Code oder Fingerabdruck) erforderlich ist.

■ **Systematische und regelmäßige Datensicherung:** Ein durchdachtes Backup-Konzept ist unverzichtbar. Datensicherungen müssen kontinuierlich durchgeführt, regelmäßig auf ihre Funktionsfähigkeit geprüft und aktuell gehalten werden. Nur so lassen sich im Falle eines Angriffs alle wichtigen Informationen schnell und problem-

los wiederherstellen. Empfehlenswert ist die Aufbewahrung von mindestens zwei physischen Kopien an unterschiedlichen Standorten sowie eine zusätzliche Sicherung in der Cloud. So bleibt der Betrieb auch dann handlungsfähig, wenn die lokalen Systeme kompromittiert wurden.

■ **Schulung und Sensibilisierung der Mitarbeiter:** Cybersicherheit ist eine Teamaufgabe. Vor allem Mitarbeiter/-innen, die digitale Aufgaben übernehmen, sollten durch regelmäßige Schulungen über aktu-

elle Bedrohungen, typische Angriffsmethoden und konkrete Vorfälle informiert werden. Eine offene Kommunikationskultur hilft dabei, das Bewusstsein für Risiken zu schärfen und menschliche Fehler zu vermeiden. Wer seine Belegschaft proaktiv einbindet und sensibilisiert, schafft eine wichtige zusätzliche Schutzschicht.

■ **Notfallplan für den Ernstfall:** Trotz aller Vorsichtsmaßnahmen kann es zu einem erfolgreichen Angriff kommen. Daher ist ein gut durchdachter Notfallplan unerlässlich. Dieser sollte u.a. klare Verantwortlichkeiten festlegen, Kontaktdaten von IT-Spezialisten und Behörden enthalten, sowie konkrete Handlungsschritte für verschiedene Szenarien definieren.

Vorbereitung ist der beste Schutz

Fleischereibetriebe, die frühzeitig in diese genannten Schutzmaßnahmen investieren, sind für den Ernstfall deutlich besser gerüstet. Denn in der digitalen Welt von heute ist nicht die Frage, ob ein Angriff stattfindet, sondern wann – und wie gut man darauf vorbereitet ist.

red

HIER IST MEHR DRIN.



Mehr Hygiene

Die saubersten Lösungen für Wölfe, Mischwölfe und Kutter.

Mehr Genuss

Qualität, die man am Ende schmeckt.

Mehr Erfolg

Kleine Details, große Wirkung.



Transferstelle Cybersicherheit

Die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie geförderte Transferstelle Cybersicherheit im Mittelstand unterstützt Handwerksbetriebe mit kostenfreien Angeboten, Materialien und Veranstaltungen dabei, das Cybersicherheitsniveau kontinuierlich zu verbessern. Umfangreiche Informationen gibt es unter www.transferstelle-cybersicherheit.de.

K+G WETTER

www.kgwetter.de

Auf den zweiten Blick

Obwohl sie jahrelang in anderen Berufen gearbeitet hatten, übernahmen Luca und Thomas Schupp 2022 den Metzger Paul in Flieden im Landkreis Fulda. Paul und Maria Müller, Eltern von Luca, hatten sie in dritter Generation geführt.

Bereits bei meinem ersten Besuch dort 2017 war meine Neugier geweckt. Damals ging es ums Thema Kundenbindung mittels „kleiner Taler“ und ich dachte: Da werde ich eines Tages sich er nochmal für eine Reportage hinkommen. Anfang Dezember 2025 war es soweit – trotz des nahenden Weihnachtsgeschäfts – und Luca (40) und Thomas Schupp (47) begrüßten mich noch im 100. Jubiläumsjahr in der Küche hinter dem Ladengeschäft.

Luca Schupp ist gelernte Friseurin und war als selbständige Make-up-Artistin tätig. Ihr Mann Thomas lernte Einzelhandelskaufmann, arbeitete viele Jahre im Außendienst eines bekannten Kassen- und Waagenherstellers aus Balingen und sah dabei viele Metzgereien. Mit 37 Jahren machte er eine Fleischerlehre, wurde Innungsbester und schloss danach den Meis-

tertitel am Bildungszentrum Kassel ab. „Ge-gründet wurde die Metzgerei 1925 von Karl und Katharina Müller, die als Hochzeitsgeschenk ein Schwein und ein Kalb bekamen, ihr „Betriebskapital“, berichtet sie. Es folgten ihre Großeltern Martin und Angela Müller sowie die Eltern Paul (64) und Maria (65).

Da ihr Bruder die Metzgerei nicht übernehmen konnte, entschied sich das Paar einen neuen Weg einzuschlagen. „Wir hatten beide wenig Zukunftsperspektiven in unseren Jobs. Es gab aber keinen Druck, die Metzgerei zu übernehmen“, betont sie. Ihr Mann Thomas ergänzt: „Die Metzgerei hat uns das geboten, was wir uns für unsere Zukunft vorgestellt hatten. Außerdem gefiel mir das Betriebskonzept, vor allem die eigene Schlachtung und dass alle unsere Produkte frei von unnötigen Zusatzstoffen sind“, untermauert er die gemein-

sam getroffene richtungsweisende Entscheidung.

Gelebte Regionalität

Seit zehn Jahren sind die beiden zurück in der Metzgerei, sie bekamen zwei Kinder und Paul und Maria Müller sind als „Backup“ präsent. Die Familie entscheidet alles gemeinsam. Rund 20 Teil- und Vollzeitkräfte sind beschäftigt, davon sechs in der Produktion inkl. eines Metzger-Azubis. Dort gibt es eine 4-Tage-Woche (Mo. bis Do.) im Wechselmodell. „Wir sind ein junges Team, das funktioniert sehr gut“, sagt Thomas Schupp. Und dass, obwohl montags ab 5 Uhr zwischen 20 und 25 Schweine sowie ein Rind geschlachtet werden. Die Tiere stammen von Landwirten aus einem Umkreis von 15 bis 20 km – drei für die Schweine – wovon einer nur Strohschweine hält – und einem für



Fotos: Metzger Paul, M. Theimer

Konzept

METZGER PAUL – FLIEDEN

1925 gegründete Metzgerei im südwestlichen Landkreis Fulda, die in vierter Generation geführt wird. Der Laden ist der Umsatzbringer. Etwa 20 Beschäftigte.

Erfolgsfaktoren

- Eigene Schlachtung und Produktion
- Motiviertes, engagiertes Team – vertrauensvolles Miteinander
- Zuverlässige Zusammenarbeit mit Partnern
- Kein Zukauf von Fleisch- und Wurstspezialitäten
- Alle Produkte frei von unnötigen Zusatzstoffen

die Rinder. „Wir wissen, wo die Tiere herkommen und wie sie geschlachtet werden“, betont Luca Schupp. Ein Fahrer holt die Schweine (etwa 110 kg) sonntags morgens ab und sie verbringen ihre letzten Stunden unter Dach hinter der Metzgerei auf speziellen vom Veterinäramt zugelassenen, meterlangen offenen Anhängern mit Futter- und Wasserversorgung. Sie werden einzeln geschlachtet. Die Metzgerei dient aufgrund ihrer Erfahrung diesbezüglich auch schon als Ort der Schlachtpflichtprüfung für Metzgerauszu-

bildende des Landkreises Bad Hersfeld-Rotenburg. „Unsere Kundschaft legt Wert auf Qualität, Regionalität und Frische. Neben Stammkunden auch viele bewusst lebende Familien. Und Zeit für einen Plausch gibt es bei uns immer“, sagt sie. Gelebte Nachbarschaft eben. Der Laden erbringt rund 70 % des Umsatzes. Da es keine gewerbliche Küche gibt, fällt der Bereich Catering/Partyservice weniger ins Gewicht.

Ahle Wurst und mehr

Rund zwei Drittel der Bedientheke sind mit Wurstwaren belegt. Bekannt ist der Metzger Paul – obwohl im südlichen Ostthessen angesiedelt – für seine luftgetrocknete Ahle Wurst. Dafür wurde vor acht Jahren ein Reiferaum gebaut, in dem diese drei bis vier Monate reift. „Ein starkes Produkt, mit eigenem Branding und auf Wunsch Ahle-Wurstbrettchen“, betont Luca Schupp. Zudem Schwarzmagen, mediterrane Salami, Schinkenvarianten, auch den Rhöner Biosphären-Schinken, der in einem speziellen Reiferaum im Konzeptkaufhaus „Karl“ in Fulda reift, zur Grillsaison verschiedene Bratwürste, etwa Apfel-Röstzwiebel, Kreuzkümmel/Käse/Chili. Eine Besonderheit ist ein veganes „Chili sin carne“ mit Grünkern im Glas. Alle Produkte enthalten keine Geschmacksverstärker, Gluten, Farbstoffe, Laktose oder versteckte Zuckerzusätze.

Im vergangenen Jahr wurde der erste Teil der Produktionsräume zwei Wochen lang modernisiert. Im kommenden Sommer sollen während drei Wochen Betriebsferien dort weitere Arbeiten folgen. Es ist also noch einiges zu tun. Ob sie den Schritt in die Metzgerei bereut haben? „Man muss sich bei allem auch wohlfühlen, dann macht alles Spaß und Freude und das merken die Kunden“, resümiert Luca Schupp.

Marco Theimer

www.metzger-paul.net

Profi-Partner

- **Aufschnittmaschine:** Bizerba
- **Bandsäge:** Mado
- **Chips (Taler) Kundenbindung:** KWS Küttler
- **Cliptechnik:** Poly-clip System
- **Füller:** Handtmann
- **Gewürze:** Lay Gewürze, Moguntia, Wiberg (NovaTaste), Hagesüd
- **Kochkessel:** Voss
- **Kutter:** Alpina
- **Messer:** Friedr. Dick
- **Pökelinjektor:** Rühle
- **Räuchertechnik:** Bastra
- **Scherbeneiserzeuger:** Maja (Marel)
- **Speckschneider:** Rühle
- **Vakuumentchnik:** Boss
- **Wolf:** Mado





Hirsch, Hof & Handwerk

Das letzte Winterweiß macht es uns leicht, die Kälber des Damwilds in der Ferne zu erkennen. Das Rudel steht geschützt zwischen urigen Windschutzhecken. Unzählige Tiere sind in den anderen Gehegen zu sehen.



Kommisionierung: Hier werden die Bratwürste verkaufsfertig etikettiert.



Henrik Staar und sein Vater Hartmut Staar

Auf dem Gut Hirschau, etwa 50 km südöstlich von Berlin, sind Rot- und Damwild zu Hause, außerdem Märkische Sattelschweine, eine Kreuzung aus der alten Hausrasse und Wildschwein. Derzeit leben auf den insgesamt 200 Hektar Gehegefläche an die 1.000 Tiere. Stattliche Dam- und Rotwildhirsche, ihre Kühe und Kälber unterschiedlichen Alters werden getrennt gehalten – wie in der Natur: Dort treffen die Hirsche auch nur zur Brunftzeit auf die Kühe.

Alles beisammen

Der Bioland-Betrieb der Familie Staar setzt auf Kreislaufwirtschaft. Die Tiere wachsen dort auf, ernähren sich auf den Umtriebsweiden, außerdem von dem, was in der Fruchtfolge des eigenen Betriebes angebaut wird. Sie werden mit Weideschuss getötet und in der angrenzenden Fleischerei verarbeitet. Das Fleisch und die verarbeiteten Produkte werden einer-

Fotos: Heike Sievers





seits direktvermarktet, und außerdem über kleine Wiederverkäufer und an den Naturkost-Großhandel verkauft. Die Direktvermarktung ist der eigene Verkauf, einmal wöchentlich vor Ort im Hofladen, und über eine sogenannte Fleischkiste, die ein- bis zweimal monatlich an Kunden in Berlin und Brandenburg geliefert wird. Insgesamt hat der Betrieb 625 ha landwirtschaftliche Fläche, davon 400 ha als Ackerland, auf dem landwirtschaftliche Kulturen angebaut werden, vorrangig Futtergetreide und Eiweißfrüchte für die Schweine.

Die Brüder Henrik und Michael Staar, die das Gut führen, teilen sich die Arbeitsbereiche. Michael Staar übernimmt die Landwirtschaft. Henrik Staar, der wie sein Bruder Landwirtschaft studiert hat, zusätzlich Metzgermeister ist, ist vor allem für die Produktion zuständig. Ihr Vater Hartmut Staar, der das Gut Hirschau 1992 gründete, macht täglich die Runde durch die Gehege und kontrolliert den Tierbestand.

Feines auf direktem Weg

Die wichtigsten Erzeugnisse in der Fleischerei sind neben dem Frischfleisch die verarbeiteten Produkte wie Hirschsalami, Wildbratwürste und Wildbuletten. Henrik Staar sagt: „Die Grundlage unserer Fleischerei ist es, die eigenen Mengen komplett zu verarbeiten. Die Edelfleischteile werden hauptsächlich über den Naturkosthandel vermarktet. Das Verarbeitungsfleisch nehmen wir aufs Lager, saisonal unterstützt mit einem Tiefkühlcontainer. Aus dem Lager bedienen wir uns dann über das ganze Jahr. Mittlerweile bestreiten wir 70 % der Produktion aus unserem eigenen Bestand und 30 % aus freier Wildbahn.“ Aus dem eigenen Bestand werden jährlich etwa 500 Stück Damwild, 150 Stück Rotwild und 100 Sattel-

Konzept

GUT HIRSCHAU – RIETZ-NEUENDORF

Kreislaufwirtschaft im Ökolandbau im Bundesland Brandenburg: Wild halten, verarbeiten und verkaufen. Familiengeführter Betrieb mit kleinem Team. Spezialitäten vom Damwild und Märkischen Sattelschwein.

Erfolgsfaktoren

- Kreislaufwirtschaft mit den Vorteilen der Kosteneffizienz
- Eigene Schlachtung und Verarbeitung
- Wildfleisch als hochwertiges Produkt
- Ökologisch erzeugt
- Authentizität und Regionalität

Profi-Partner

- **Gewürze:** AVO (Bio-Linie), Kräutermühle
- **Füller:** Vemag Maschinenbau
- **Räuchertechnik:** Fessmann
- **Warenwirtschaftsprogramm:** Syner.con/Apro.con
- **Wägetechnik:** Mettler Toledo
- **Vakuumierer:** Webomatic

schweine verarbeitet. „Wir haben ganz klar von Oktober bis Dezember eine Saison, das ist traditionell die Zeit für Wildfleisch“, sagt Henrik Staar: „Mit unseren eigenen Mengen decken wir sozusagen die Grundlast, aber wir übernehmen außerdem Lohnverarbeitung für kleine direktvermarktende Landwirtschaftsbetriebe, wie Schäfer oder Mutterkuhhalter.“

In seinem Team arbeiten neben ihm ein weiterer Fleischermeister, drei Fachkräfte, die Quereinsteiger sind, und eine Angestellte in der Verwaltung. Außerdem hat er zwei Auszu-

bildende als Fleischer. In der Saison hat er weitere Unterstützung durch regelmäßige Kräfte.

Henrik Staar ist besorgt um die Zukunft des Handwerks. „Dabei ist Regionalität so wichtig in der heutigen Zeit“, sagt er. „Doch wir sehen eine zunehmende Spezialisierung in Produktion und Handel. Als Beispiel: Wir haben hier keinen Schlachthof mehr, aber viel Landwirtschaft, nur eben fehlen dann die Verarbeitungsstrukturen vor Ort. Auch deshalb sollten Schlachtstätten, auch kleinere, erhalten oder gefördert werden. Die öffentliche Hand hätte da einige Hebel, z.B. die Kosten für Fleischbeschau, Konfiskatentsorgung.“

Im Einklang mit der Natur

Durch die Ernennung zum „Demonstrationsbetrieb Ökologischer Landbau“ ist das Gut Hirschau gut vernetzt. Sein Wissen teilt das Team gern. So wurden vor Ort auch Fleischerseminare für ökologische Fleisch- und Wurstverarbeitung durchgeführt. Ganz neu sei die Kategorie und Möglichkeit von Demonstrationsbetrieben für ökologische Lebensmittelverarbeitung, sagt Henrik Staar: „Auch hier arbeiten wir mit.“

Marketingunterstützung brauche das Gut jedoch nicht: „Wir möchten nicht mehr Nachfrage generieren, weil wir das mit unseren Kapazitäten dann möglicherweise nicht leisten können“, und erklärt weiter: „Wenn ein Produkt besonders gut läuft, kann ich nicht einfach hier eine Schraube hochdrehen und mehr produzieren. Wir als Landwirte im Ökolandbau sind da vielleicht auch relativ idealistisch geprägt, wir betrachten unseren Betrieb wie einen Organismus. Ich kann nur das verkaufen, was auf meinem Standort erzeugt wurde. Und das ist ja auch gut so, das ist authentisch.“

Heike Sievers

Qualitativ gewachsen

Sepp Huber arbeitet mit seinem Vater Josef Huber Hand in Hand. Indem alle an einem Strang ziehen, gelingt es dem Familienunternehmen, sich neuen Anforderungen des Marktes durch Ausbau und Modernisierung zu stellen.



Lachen und Radiomusik hängen in der Luft über der großen Arbeitsfläche, an der die Metzger gerade beim Zerlegen der Schweinehälften sind. 14 gelernte Metzger arbeiten im Familienbetrieb, der auch zwei Lehrlinge und wechselnde Jungmetzger aus Metzgerfamilien von Deutschland bis Südtirol beschäftigt. Trotz der vorgeschriebenen frostigen Temperaturen ist die Stimmung gut unter den bis zu 50 Angestellten, die hier zerlegen,



wursten, verpacken und etikettieren. Bis zu 15 Tonnen Wurstwaren, Schinken und Speck verlassen täglich in acht firmeneigenen LKWs die Produktionshallen der Metzgerei Huber im Tiroler Unterland.

Die Huber-Produkte reisen teils bis in den hohen Norden. Schiffsreedereien in Bremerhaven etwa bestellen hier regelmäßig. „Ein Exportschlager dorthin sind definitiv die Lammwurzeln“, erzählt Sepp Huber, der das Unternehmen seit drei Jahren mit seinem Vater in siebter Generation führt. Stolz ist er nicht nur auf den Trüffelschinken, den die Münchner Wirtsfamilie Kuffler unter anderem im Weinzelt am Oktoberfest kredenzt. „Die Sieben-Kilo-Schlegel werden mit einem mürben, milden Spritzmittel ohne Phosphat schonend gepökelt und über 16 Stunden langsam gegart“, sagt er. Für neue Wurstkreationen kann sich der Geschäftsführer und Metzgermeister jederzeit begeistern.

Austausch ist wichtig

Der 41-jährige absolvierte eine klassische Lehre und besuchte den Meisterkurs an der Fleischerschule Augsburg. Mit 22 Jahren kehrte er in den eigenen Betrieb zurück und arbeitete als Produktionsleiter. Für seine Wurstkreationen gewann er mehrere Preise. Mit Alpenkräutern ummantelte Beisserl, Schinken im Trüffel- und Steinpilzmantel oder Streichwurst, verfeinert mit Honig oder Trüffel, haben sich fest im Sortiment etabliert.

Der Austausch mit der Kundschaft ist Vater wie Sohn äußerst wichtig. Nur so komme Innovation zustande. Einmal mokierte sich ein Hüttenwirt, weil die Wiener zu schnell platzten. Seitdem hat man eine Variante für Berg- hütten etabliert. Der Druck am Berg sei ein anderer. „Das Wasser braucht länger, bis es kocht. Da muss das Würstchen weniger Schüttung, ein bisschen weniger Fett und mehr Fleisch haben. Dann reißt es nicht so schnell“, erklärt er. Damit habe man die besten Erfahrungswerte gemacht. Produziert werden acht verschiedene Varianten Wiener, die sich in Größe, Gewicht, Geschmack und Fettgehalt unterscheiden.

Fortschritt & Teamgeist

Stolz ist man auch auf die erfolgreich bei laufendem Betrieb abgeschlossene Erweiterung der Manufaktur in Oberndorf bei Kitzbühel. Seit 2004 produzierte man hier im IFS-zertifizierten

Betrieb auf einem Areal von 3.800 m², das nun nach 20 Jahren um 1.800 m² Fläche auf dem bestehenden Dach aufgestockt wurde. Nach nicht einmal neun Monaten Umbauphase eröffnete man im November 2024. Das Bauprojekt wurde durch das Land Tirol, den Bund und die EU gefördert. Die Investitionssumme betrug 4,5 Mio. Euro. Neu ist eine Photovoltaikanlage mit 140 kW. Die PV-Kollektoren erzeugen 15 % des Strombedarfs. Auch vor dem Umbau war man schon nachhaltig aufgestellt; dank einer Anlage für Wärmerückgewinnung, die mittels Abwärme der Kühlmaschinen Warmwasser erzeugt. Ein weiterer Faktor für den Erfolg ist für Seniorchef Josef Huber seine Belegschaft: „Wir

arbeiten im Team eng zusammen, um für unsere Kunden, unser Unternehmen und uns selbst die beste Entwicklung zu sichern“, formuliert er sein Leitbild. Sepp Huber weiß, was er an seinem Produktionsleiter Jens Gäbler hat. Der ist seit über zwölf Jahren dabei. „Wenn er Urlaub hat, vertrete ich ihn. Das ist für mich eine willkommene Gelegenheit, wieder einmal mittendrin zu sein“, erklärt er.

Regionalität boomt

Verarbeitet wird im Betrieb zu 100 % österreichisches Fleisch, das vorwiegend aus der Steiermark kommt. In den hauseigenen Metzgereien wird Rind, Lamm und Kalb, das von ca. 80 Bauern aus der Umgebung im Umkreis von 30 km stammt, verkauft. Dazu kommt saisonal eine Auswahl an heimischem Wild. Im Durchschnitt zerlegt und verarbeitet das Unternehmen täglich 7 t Frischfleisch. Der Gastronomieanteil erreicht etwa 60 %. Dafür kauft man Fleisch aus Südamerika und Deutschland zu, z.B. bayerische Enten. Die restlichen 20 % fallen auf den Bereich LEH. Allein zwölf Mitarbeitende sind in der Verpackung beschäftigt.

Das Ladengeschäft am Stammsitz in Kitzbühel und den zwei Shop-in-Shop-Konzepten in MPPreis-Supermärkten in Kirchberg (2007) und Kitzbühel (2011) beläuft sich auf etwa 20 %. Dazu gehört auch der Partyservice, den Schwester Marlene mit der Kitzbüheler Metzgerei mit 15 Mitarbeitenden führt.

Gegründet und erstmals urkundlich erwähnt 1812 von Johann Huber, sind die Renner im Sortiment genau wie damals Würste, Schinken und Speck. Das Stammhaus beherbergt neben dem Fachgeschäft einen Imbiss mit 40 Plätzen. Sehr beliebt bei umliegenden Büros, Handwerkern und Touristen ist der Mittagstisch mit Take-away. Die Küche produziert täglich 150 bis 180 Essen – nicht nur mit Fleisch, auch Fisch und Vegetarisches. Die Speisekarte klingt nach Restaurant. Hier gibt es eine wöchentlich wechselnde Vielfalt von Serbischer Bohnensuppe mit Selchfleisch und Gebäck über Lasagne al forno bis hin zur Ofenkartoffel mit Garnelenspieß und Räucherlachs. Neben dem Bedarf von Imbiss, Laden- und Eventgeschäft produziert das Team die Speck-, Leber- und Kaspressknödel auch für die Shop-in-Shop-Filialen und die Gastronomiekunden. Für die Zukunft ist diese Metzgerei also bestens gerüstet.

Verena Wagner

www.huber-metzger.at

Konzept

METZGEREI HUBER – OBERNDORF IN TIROL (AUT)

Im Jahr 1812 gegründete, heute in siebter Generation geführte Metzgerei im Tiroler Unterland. Stammhaus und zwei Shop-in-Shop-Konzepte in Supermärkten in Kitzbühel und Kirchberg, Partyservice, Belieferung von Gastronomie und sogar eine Reederei.

Erfolgsfaktoren

- Gutes Teamwork
- Etablierte Wurst-, Schinken- und Speckklassiker
- Flexibel bei Kundenwünschen
- Beliebter Mittagstisch mit Take-away
- Tradition trifft Innovation

Profi-Partner

- **Berufskleidung:** Initial Textil Service
- **Etikettiersystem & Preisauszeichnung:** Digi Deutschland
- **Gewürze:** Christl, AVO, Wiberg, Gewürzmüller (NovaTaste), Raps
- **Gefrierfleischschneider:** Magurit
- **Füller:** Vemag Maschinenbau
- **Kombidämpfer (Ladengeschäft):** Rational
- **Kutter:** Seydelmann
- **Ladentheke:** Aichinger
- **Pökelinjektor:** Schröter Maschinenbau
- **Räucherammer & Klimareiferäume:** Sörgo
- **Scherbeneismaschine:** Maja (Marel)
- **Tumbler:** Rühle
- **Verpackungstechnik:** VC999



Das Feuer entfachen

Jetzt mal ehrlich: Wintergrillen ist doch nur etwas für Hartgesottene. Wenn die Sonne im Frühling wärmt, glühen auch die Roste wieder und die ersten Gasgrills laufen auf Hochtouren. Doch wie grillen die Deutschen? Welche Geschmackswelten gibt es neu zu entdecken?

Mit dem Frühjahr und der Verlagerung der Freizeitaktivitäten nach draußen werden vermehrt sonnige Stunden im Freien verbracht. Grillfans freuen sich schon darauf Köstliches auf dem Rost oder dem Gasgrill zuzubereiten und neue Geschmackserlebnisse zu entdecken. Darauf sind jedes Jahr auch Fleischereien bzw. Metzgereien, Hofmetzger und mobile Direktvermarkter vorbereitet und bieten abwechslungsreiche Grillspezialitäten – von Schwein, Rind, Lamm oder Geflügel, pur oder mariniert – aus regionaler Herstellung an. Viele Bedientheken halten klassisches und individuelles Grillgut – auch mal ohne Fleisch wie Grillkäse o.ä. bereit. Auch hinsichtlich neuer Gewürze und Marinaden gibt es viel zu entdecken.

Nützliche Links

www.avo.de
www.beck-gewuerze.de
www.hagesued.eu
www.moguntia.com
www.nubassa.de
www.raps.com
www.shop.novataste.com

Auf dem Rost karamellisiert eine goldgelbe, würzige Marinade, während daneben saftige Burger mit tiefer Umami-Note ihr volles Aroma entfalten. Jemand schneidet frisch gegartes Fleisch an. Ein Moment der Stille. Dann dieses zufriedene Nicken, ein Lächeln – und das erste „Mmmhh“. Es ist dieser Augenblick, in dem Geschmack verbindet. Wenn Menschen zusammenkommen, teilen, probieren und begeistert sind. Wenn bekannte Aromen neu überraschen und aus einem einfachen Essen ein echtes Erlebnis wird. Hier liegt die Essenz der Kraft des Essens: in Momenten, die man schmeckt, spürt und gemeinsam genießt.

Genussmomente mit Aromen aus der „neuen Welt“ – von süßlich-würzig bis markant-rauchig – halten die Neuheiten 2026 von

Deutschland grillt

Was wann von wem und wie in unserem Land gegrillt wird, untersuchte Develey Food Service in einer repräsentativen Umfrage von 1.000 Personen mit dem Titel „Deutschland grillt“. Fest steht: Jeder isst gerne Gegrilltes: 80 % der Befragten grillen über das ganze Jahr hinweg, d.h. Grillspezialitäten – ob zuhause (87 %) oder unterwegs – zählen fest zum Speiseplan. Nur 20 % essen sie nur in den Sommermonaten, 69 % verzehren Bratwürste, Steaks & Co. mindestens einmal im Monat, 30 % sogar mehrmals. An Beliebtheit gewinnen Geflügel, Gemüse und Grillkäse; doch unangefochten landen für 93 % der deutschen Befragten Bratwürste, für 91 % Geflügel und 89 % Steaks vom Rind auf dem Rost bzw. der Grillplatte. In ländlichen Gebieten werden weiterhin auch viele Schweinesteaks gegrillt – ob privat und vor allem bei Vereinsfesten. Die Top 3 bei Gemüse auf dem Grill sind Paprika (77 %), Kartoffeln (67 %) und Maiskolben (61 %). Und wie sieht es bei mariniertem Fleisch aus? 50 % greifen gerne dazu, 44 % mischen ihre Marinade selbst mit Gewürzen und nur 8 % essen ihr Fleisch lieber pur. Dabei spielt auch der Schärfegrad eine Rolle: 16 % der Befragten mögen es lieber mild, 47 % mittelscharf und 39 % stehen auf scharfe Grillsaucen oder Marinaden. Beim Grillen zeigen sich auch die Vorlieben für internationale Länderküchen was die Auswahl an Saucen und Beilagen betrifft: Deutschland liegt an erster Stelle hier nur 2 Prozentpunkte vor Italien (65 %), Griechenland (62 %), den USA (48 %) und Spanien (46 %).

Amerika im Fokus

Der Grill knistert, Freunde stehen beieinander, in der Luft liegt der Duft von Rauch, Gewürzen – und Vorfreude auf das nächste Tor.



AVO

NEU!

Hot Honey – Trend am Grill!

In der **AVO Lafiness Honig-Chili Marinade** sind milde Süße und angenehme Schärfe perfekt kombiniert – ein Zusammenspiel für Lust auf mehr!

AVO-Werke August Beisse GmbH · www.avo.de



Rehrücken mit glasierten Maronen und Preiselbeeren

Zutaten (für 10 Personen):

- 5 Rehrücken, ausgelöst
- Salz, schwarzer Pfeffer
- 400 ml Barbecue-Sauce nach Wahl (z.B. Develey/BBQUE)
- 500 g Preiselbeeren
- 500 g Zucker
- 550 ml Wasser
- 1 kg Maronen (vorgegart)
- 75 g Butter

Zubereitung:

Den Rehrücken salzen und mit Barbecue Sauce einpinseln. Grill auf 130-150°C indirekte Hitze einregeln. Das Fleisch indirekt auflegen und je nach Durchmesser ca. 30 Minuten bis zu einer Kerntemperatur von 58°C garen.

Nun die Preiselbeeren mit etwas Zucker und Wasser aufkochen und auf mittlerer Hitze 15 bis 20 min köcheln. Mit zusätzlicher Barbecue Sauce abschmecken. Den restlichen Zucker in einer Pfanne goldgelb karamellisieren und mit Wasser ablöschen. Etwas einkochen, die Maronen hinzugeben und erwärmen. Zuletzt die Butter hinzufügen und einrühren. Das Fleisch in Scheiben schneiden, mit den Maronen und Preiselbeeren anrichten und servieren.

AVO bereit. In der Lafiness Honig-Chili Marinade treffen die Trends „Sweet & savory“ und „Hot-Honey“ aufeinander, etwa für saftige Hähnchenspieße mit Wow-Effekt. Anlässlich der Fußball-WM gesellen sich weitere Marinaden dazu: Lafiness Chipotle & Maple Syrup setzt auf rauchig-süßliche Aromen und verleiht kanadisch inspirierten BBQ-Klassikern wie Back Ribs einen zeitgemäßen, aufmerksamkeitsstarken Geschmack. Würzig und herzhaft ist Lafiness Louisiana Cajun Style, die US-Streetfood-Ideen in Wraps oder Grillgerichten erlebbar macht. Für mexikanisches Flair sorgt Lafiness Birria Mexican, mit der sich Birria-Tacos zur WM inszenieren lassen. Alle Marinaden dieser Range enthalten hochwertiges, mildes und hitzestabiles Rapsöl sowie sichtbare Kräuter- und Gewürzanteile mit natürlicher, handwerklicher Optik. Sie sind vielseitig für Fleisch, Geflügel sowie Fisch einsetzbar und sorgen für Grillmomente, die stets gelingen. Ergänzt wird das abwechslungsreiche Angebot durch markante Rub- und Deko-Gewürze, die für sichtbare Akzente auf dem Grillgut sorgen und Lust auf mehr machen.

Asado & Orient

Chimichurri, fest verankert in der argentinischen Asado-Kultur, gilt bei Rindfleisch als unverzichtbarer Begleiter. Nachdem das entsprechende Grillgewürz seit 2025 für starke Impulse im Sortiment von Beck Gewürze und Additive sorgt, folgt die konsequente Weiterentwicklung als gebrauchsfertige Marinade. Die fein abgestimmte, leicht zitronige Rezeptur kombiniert Chili, Knoblauch, Oregano und Petersilie zu einem frischen, würzigen Geschmacksprofil. Sie sorgt für eine saftige, gleichmäßige Würzung, lässt sich effizient verarbeiten und haftet gut am Produkt. Ob klassische Grillcuts oder Kurzbratstücke – die Marinade eröffnet vielseitige Einsatzmöglichkeiten und bringt authentisches Südamerika-Flair auf den Grill.

Auch orientalische Gewürzwelten sind längst im Alltag angekommen und setzen neue Impulse im Sortiment. „BeckWürz Sahara Spice“ greift charakteristische Aromen Nordafrikas auf und erinnert an die Vielfalt der Souks von Marrakesch. Die ausgewogene Komposition aus Cumin, Chili, Knoblauch, Paprika, Koriander und Pfeffer entfaltet ein warmes, würziges Geschmacksprofil, das präsent ist, ohne zu dominieren. Die Mischung eignet sich für Fleisch- und Wurstwaren ebenso wie für BBQ-Spezialitäten mit Delikatessencharakter. Sie verleiht Produkten eine aromatische Tiefe und sorgt für ein differenziertes, trendnahes Angebot mit internationaler Note.

Fleisch veredeln

Auch die Mariniersoft®-Marinaden von Hagesüd veredeln Grillgut aller Art und ermöglichen den Kunden im Fleischerhandwerk Geschmackserlebnisse, die begeistern. Das Unternehmen bietet eine große Bandbreite fertiger Marinaden in verschiedenen Geschmacksrichtungen an: von „California“ über „Café de Paris“ bis nach „Bali“, die in Verbindung mit Hühnerbrust, Schweinekoteletts oder Nackensteaks Genusslebnisse versprechen. Neu in dieser Saison ist: „Garam Masala“ – indisch inspiriert, ein nicht alltägliches Highlight für den heimischen Grill. „Alle Marinaden verleihen dem Grillgut einen langanhaltenden Glanz, haften gut am Fleisch und sind durch ihre hochwertigen Inhaltsstoffe sehr sparsam in der Anwendungsmenge“, heißt es aus dem Unternehmen.



AVO folgt den Trends „Sweet & savory“ und „Hot-Honey“

Fotos: AVO, Beck Gewürze und Additive

Sie sind mit Rapsöl hergestellt und enthalten kein Glutamat. Damit veredelt Fleisch kann auch im Airfryer gegart werden.

Auch die *Moguntia Food Group* rückt in ihren Neuheiten die Gastgeber-Nationen der Fußball-WM 2026 kulinarisch in den Fokus – vor allem die USA. Die klassischen Aromen der US-Küche entwickeln sich dynamisch weiter. Southern BBQ-Noten, rauchige Tiefe und Nashville-Flavour stehen für Würze mit Charakter – feurig, knusprig, intensiv. Auch der „Swicy“-Trend bleibt prägend: die



Beck Gewürze und Additive: Orientalisch mit SaharaSpice

Weltstark Würzen und Marinieren



Jetzt die BBQ Trends 2026 entdecken!

Seit 1998 versorgen wir das Handwerk, sowie die Industrie mit Leidenschaft für sorgfältig ausgewählte Gewürzmischungen und mit kompetenter Beratung.



Hagesud: Kreative Kombination aus Hähnchen und Feigen.

raffinierte Kombination aus süß und scharf zeigt sich im neuen „Hot Honey“ – mit Bourbon-Noten, rauchigem Chipotle oder fruchtiger Habanero-Schärfe, die für Geschmackskontraste sorgen. Dem Fusion-Gedanken folgen Korean-BBQ-Burger, Cajun-Asia-Rubs oder tropisch inspirierte Glasuren. Sie verbinden Kulturen und schaffen neue Genusswelten. Zitrus- und Fruchtnoten wie Yuzu oder Calamansi sorgen für frische Akzente in Marinaden und



Moguntia: Umami-BBQ als Bestandteil einer Mexiko-Bowl.

Glasuren. Die Senf-Bier Marinade greift die klassisch-deutsche BBQ-Kunst auf und interpretiert sie handwerklich. Die Kombination aus würzigem Senf, feiner Biernote und Gewürzen sorgt für eine aromatische Tiefe mit malziger Wärme – für Rind, Schwein oder kreative Grillspezialitäten. Zum Beispiel: zarte Rindersäckchen vom Grill, gefüllt mit Champignons und Bacon, dazu Röstzwiebeln und Senf-Bier Marinade. Auch die Gewürzmischung Umami



Ajvar Dip mit „Salsa Picante“



Zutaten:

- 1 kg Ajvar (mild oder pikant, je nach gewünschter Schärfe)
- 250 g Frischkäse
- 200 g Crème fraîche oder griechischer Joghurt
- 3-4 EL Tabasco® Salsa Picante
- 2 Knoblauchzehen, sehr fein gehackt oder gepresst
- 3 EL Olivenöl
- 1-2 EL Zitronensaft oder Weißweinessig
- 1 TL Paprikapulver (geräuchert)
- Salz nach Geschmack
- Optional: frisch gemahlener schwarzer Pfeffer
- Optional zum Garnieren: Petersilie oder Koriander (fein gehackt)

Zubereitung:

Ajvar in eine große Schüssel geben und glatt rühren. Frischkäse und Crème fraîche (oder Joghurt) darunter rühren bis eine homogene, cremige Masse entsteht. Knoblauch, Olivenöl, Zitronensaft, Paprikapulver und 3 EL Tabasco Salsa Picante dazugeben und rühren. Salzen und optional pfeffern.

Den Dip mindestens 30 bis 60 Min. im Kühlschrank durchziehen lassen. So verbinden sich die Aromen optimal. Vor dem Servieren erneut umrühren und nach Wunsch mit frischen Kräutern garnieren.

Der Dip passt als Beilage zu Gegrilltem, Nachos, Fladenbrot, Baguette oder Gemüsesticks.



NovaTaste: Marinaden-Vielfalt zur Fußball-WM.

BBQ verspricht Würze und Tiefe. Rauchige Noten, ausgewogene Süße und eine herzhaft umami-Basis verleihen Fleisch, Bohnen oder Burger-Patties eine unverwechselbare Signatur. Ob als Mexico-Bowl mit Geschnetzeltem vom Huhn, Reis, Bohnen und Paprika oder als kraftvolle BBQ-Würze für saftige Burger: Beide Produkte stehen für das, was Genusskonzepte heute brauchen: klare Aromatik, Trendgespür und die Fähigkeit, aus einem Gericht einen echten „Mmmh“-Moment zu machen.

Grillen ist Lifestyle

Grillfans wählen nicht nur Fleisch, Wurstwaren und Gemüse bester Qualität, sondern schätzen auch bei der richtigen Würze und passenden Dips hochwertige Produkte. Auch 2026 können sich Metzgereien vom vielfältigen Angebot an Marinaden von *NovaTaste* inspirieren lassen, die vor und während der Fußball-WM in Nordamerika und Mexiko begeistern. Bis 31. Juli 2026 gibt es im Rahmen einer „5+1“-Aktion, das jeweils im Preis niedrigste Produkt gratis. Die Emulsionsmarinade Primofresh Spare Ribs mit vollmundigen Tomaten- und Zwiebelaromen verleiht diesem Klassiker eine tiefe, runde Würze. Zu Rind und Schwein wie im Lone-Star-State passt die Texas Marinade Pure Oil mit einer Kombination aus Paprika, Pfeffer und Zwiebeln. Den US-Staat Arkansas findet Grillfans in der namensgebenden Marinade Pure Oil wieder, die mit Pfeffer, Paprika und Koriander intensiven BBQ-Charakter auf das Grillgut bringt. Die vollwürzige Louisiana Marinade gibt Fleischstücken einen herzhaften, ausdrucksstarken Geschmack. Feueriger wird es mit Primobel Chili, einer würzig-deftigen Marinade mit angenehmer Chili-Schärfe. Die Marinade Primobel Mexiko holt die Aromen der mexikanischen Küche an den Grill. Paprika, Zwiebel und ein Hauch Kreuzkümmel veredeln Fleischstücke mit einer authentischen Würze und rundem Geschmack.

Mit den neuen Quicksoft Marinaden Himbeere Balsamico CL/AF und Rosmarin Himbeere CL/AF bringt das *Nubassa Gewürzwerk* fruchtige Noten mit Kräutern und Gewürzen auf den Teller. Vor allem Geflügel lässt sich mit fruchtigen Marinaden saisonal und zeitgemäß zubereiten. In Kombination mit frischen Aromen entsteht ein zeitgemäßes Geschmacksprofil mit hoher Zielgruppen-

Foto: NovaTaste


VICTORINOX



BEREIT, TAG FÜR TAG ZU ÜBERZEUGEN

Unser Fibrox Ausbeinmesser. Professionelle Schärfe. Rutschfester
Zwei-Komponenten-Griff.
Überzeugt mit anhaltender Präzision.

FROM THE MAKERS OF THE
ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE™
ESTABLISHED 1884



Nubassa: Fruchtige Marinaden mit Himbeeren und Rosmarin.

attraktivität. Eine einfache Idee ist Hähnchenbrust, mariniert mit Quicksoft Himbeere Balsamico CL/AF. Abgerundet mit Rotwein und frischer Minze entsteht eine ausgewogene, frische Komposition. Beim Grillen entfaltet sich ein feiner, fruchtiger Duft. Auch Grillkäse lässt sich durch diese Aromatik geschmacklich aufwerten. Der Nuba-Grillkäse Compound CL ist vielseitig einsetzbar. Fruchtige Marinaden verleihen ihm ein überraschendes Geschmacksprofil. Die Kombination aus Himbeersüße und dezenter Säure harmonisiert mit dem Grillkäse. Rosmarin ergänzt die Rezeptur um eine mediterrane Kräuternote und sorgt für zusätzliche aromatische Tiefe. Die Marinaden ziehen schnell ein, haften gleichmäßig und sorgen für ein volles Aroma sowie eine ansprechende Optik.

Neue Impulse setzen

Verarbeiteten Fleischprodukten wird mittelfristig wieder moderates Wachstum prognostiziert. „Mit unseren Produktkonzepten verbinden wir authentische Länderküchen mit funktionaler Sicherheit und unterstützen unsere Kunden als marktorientierter Innovationspartner bei der erfolgreichen Umsetzung in der Theke“, erklärt Agneta Hoffmann, CMO der Raps Group. Nord- und Mittelamerika bieten eine breite aromatische Spielwiese: rauchige BBQ-Noten aus dem US-Süden, würzig-scharfe Akzente aus Mexiko und süß-scharfe Ahorn-Chili-Kombis aus Kanada. Während US-BBQ für kräftige Rauch- und Pfeffernoten und ausgewogene Würze, ideal für Ribs, Steaks oder Burger-Patties, steht, verbinden mexikanische Komponenten wie Chipotle, Adobo oder Salsas Schärfe mit aromatischer Tiefe. In Kanada sorgen Ahornsirup und Chili für kontrastreiche „Sweet-Heat“-Profile, die bei Steak-Cuts, Geflügel oder Lachs neue Impulse setzen.

Neu im Sortiment sind die rauchige Ölmarinade „Magic Kentucky“, das „Jambalaya Seasoning“ mit kreolischer Sensorik und die „Ranch Dipsauce“, die zusätzliche Verkaufspotenziale an der

Unangefochten landen für 93 % der Deutschen Bratwürste, für 91 % Geflügel und 89 % Steaks vom Rind auf dem Rost bzw. der Grillplatte.

Theke ermöglicht. Zum Thema passende Produktkonzepte wie funktionale Würzmarinaden, Rubs für Dry Brining und Premium-Cuts, Dipsaucen und Toppings für gezielte Verkaufsförderung, stehen zur Wahl. Ready-to-Grill-Produkte in kleinen Verpackungseinheiten, thematische „Matchday-Sets“ (Spieße, Dips, Beilagen), gefülltes Grillgemüse oder die Grillkäsezubereitungen „Easy Cheesy“ erweitern das Angebotsspektrum. Würzungen wie „Cracked Pepper Rub“ unterstreichen hochwertig Cuts und bieten Möglichkeiten zur Differenzierung jenseits klassischer Ölmarinaden. Zudem eröffnen vorbereitete, gewürzte Produkte, die auf dem Grill und im Airfryer gelingen, neue Vermarktungschancen und erreichen Verbraucher, die fettarmer grillen möchten. Das berücksichtigt Raps in Konzepten durch abgestimmte Würz- und Funktionslösungen, die Textur, Saftigkeit und Geschmacksstabilität auch bei der Heißluftzubereitung sichern. Viele weitere Trends und Produktneuheiten aus diesem Bereich gibt es im Teil 2 dieses Fachthemas in der kommenden FH-Ausgabe im Mai zu entdecken.

mth



Raps: Marinaden mit den Aromen Amerikas und „Easy Cheesy“.

Fotos: Nubassa, Raps

Mediterran, feurig, maritim

Neben internationalen BBQ-Klassikern gewinnen klar erkennbare Alltagsaromen an Bedeutung. Vertraute Geschmacksbilder, neu interpretiert für den Grill, erleichtern die Kaufentscheidung und bieten eine Differenzierung am Verkaufstresen.

Foto: Beck Gewürze und Additive

Drei Neuheiten von Beck Gewürze und Additive stehen exemplarisch für die Bandbreite der BBQ-Saison 2026: von mediterran über pikant-würzig bis fein und maritim. Sie ergänzen bestehende Grillkonzepte und ermöglichen eine klare thematische Gliederung des Sortiments – praxisnah, vielseitig und am Geschmack der Kundschaft orientiert. Italienisches Grillgefühl kommt bei der „Beck SoftFix Marinade Pizza Gusto“ auf. Der Duft aus dem Steinofen zählt zu den stärksten kulinarischen Erinnerungen. Die Marinade überträgt dieses mediterrane Aroma auf das Grillgut. Inspiriert von Knoblauch, Rosmarin, Oregano und Tomate eignet sie sich für fast alle Arten von Fleisch und ist prädestiniert für stark frequentierte Grillsortimente mit



breiter Zielgruppe. Mit „Beck SoftFix Marinade Hot Fiesta“ hält eine feurige Marinade Einzug ins BBQ-Sortiment, die auf Würze und Temperament setzt, ohne das Produkt zu überdecken. Pikant im Profil und mit lebhafter Geschmacksnote bietet sie eine unkomplizierte Möglichkeit, das Sortiment um eine markante, feurige und zeitgemäße BBQ-Variante zu erweitern.

Grillen endet nicht beim Fleisch. Im Gewürz-salz „BeckWürz Fisch & Meeresfrüchte“ sorgen Meersalz, Ingwer, Zitrone, Dill, Petersilie und ein Hauch Pfeffer für eine frische, kräuterbetonte Grundwürzung. Es eignet sich für Grill, Pfanne und Ofen und ist auch bei vegetarischen Fisch-Alternativen einsetzbar.
www.beck-gewuerze.de

Die Genusswerk 2026 Mehr als eine Messe

**GENUSS
WERK**

genusswerk-messe.de/tickets



Inspiration, Genuss & neue Möglichkeiten

für **ALLE** Genuss-Handwerker in
Süddeutschland, Vorarlberg und der Schweiz

19. /20. April 2026
Messe Ulm

So 9 – 18 Uhr
Mo 10 – 17 Uhr

Tickets & Info





Frische durch Tempo

**Mehr Effizienz, Qualität und Produktsicherheit:
Die Landmetzgerei Karl Mehl aus dem hessischen Bensheim
setzt mit einer effizienten Maschinenteknik auf Clippen
und Etikettieren in einem Arbeitsgang.**

Hochwertige Qualität, maximale Frische und ein bewusster Umgang mit Ressourcen sind die Prinzipien in der handwerklichen Produktion der Landmetzgerei Mehl aus Bensheim. Dafür benötigt der Betrieb Technik, die effizient, flexibel und sicher ist. Mit dem halbautomatischen Doppelclipper PDC 700 und dem integrierten Etikettiersystem ES 6000 hat der Familienbetrieb seine Prozesse noch effizienter und sicherer gestaltet und bewahrt dabei zugleich den handwerklichen Charakter seiner Wurst- und Fleischwaren.

Poly-clip System unterstützt seine Kunden mit Cliptechnik, die sich am Alltag der jeweiligen Betriebe orientiert, und mit einem Service, der auf persönliche Betreuung setzt. Im Mittelpunkt steht immer die Frage, wie sich Prozesse effizienter, sicherer und flexibler gestalten lassen.

Weit mehr als ein Handwerksbetrieb

Von diesem Konzept profitiert auch die Landmetzgerei Mehl. Seit 1954 hat sich der Familienbetrieb Schritt für Schritt zu einem modernen Fleischverarbeiter weiterentwickelt. Das ursprüngliche Ladengeschäft wurde schrittweise durch eine Zerlegung und eine eigene Wurstproduktion ergänzt. Im Laufe der Jahrzehnte entstanden neue Hallen mit

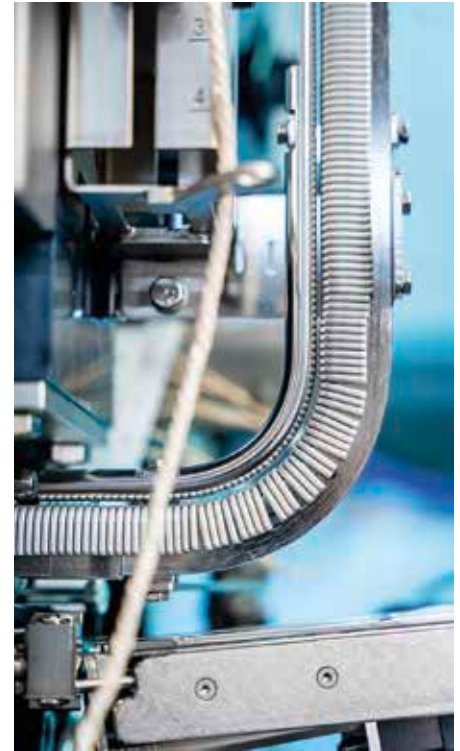


überdachten Wegen und stetig angepassten Arbeitsabläufen. Heute beschäftigt der Betrieb etwa 80 Mitarbeitende. Die Gründerfamilie führt den Betrieb gemeinschaftlich in zweiter und dritter Generation, mit klar verteilten Rollen vom Einkauf über die Buchhaltung bis zum Vertrieb. Diese Struktur ermöglicht kurze Entscheidungswege sowie eine hohe Reaktionsgeschwindigkeit auf Marktveränderungen. Zugleich investiert die Geschäftsführung gezielt in Technik, die Energieeffizienz und mehr Nachhaltigkeit fördert. Die ökologische Verantwortung des Unternehmens zeigt sich unter anderem in der bevorstehenden Umrüstung auf umweltschonende CO₂-Kältetechnik, einer Photovoltaikanlage zur Erzeugung von Strom sowie einer E-Ladesäule auf dem Kundenparkplatz.

Die Produktionsphilosophie beruht auf einem zentralen Gedanken: Frische entsteht, wenn möglichst wenig Zeit zwischen der Zerlegung und der Weiterverarbeitung vergeht. Die Landmetzgerei erfüllt dieses Prinzip durch Prozesse, die unter einem Dach vereint sind und reibungslos ineinandergreifen. Die hochwertigen Produkte werden im eigenen Ladengeschäft verkauft und gehen außerdem an die Gastronomie, Großverbraucher und Handelspartner in der Region.

Qualität, Sicherheit, Effizienz

In der täglichen Produktion setzt die Landmetzgerei Mehl konsequent auf Frische und



auf kurze Wege. Zerlegung, Wurstherstellung und Verpackung unter einem Dach ermöglichen maximale Kontrolle und Flexibilität: Die Produktionsmengen werden nach Auftragseingang geplant, um die Kundenwünsche möglichst unmittelbar zu erfüllen.

Für das hohe Maß an Flexibilität sind Maschinen unverzichtbar, die sich flexibel einsetzen, schnell reinigen und umrüsten lassen.

Ein unverzichtbarer Bestandteil in der Produktion ist daher der halbautomatische Doppelclipper PDC 700. Die Maschine eignet sich zur Verarbeitung unterschiedlicher Wurstwaren. Für einen handwerklich geprägten Betrieb wie diesen mit häufigen Produktwechseln ist das entscheidend: Ob Naturdarm oder Materialien wie Kunststoff, Faser und Collagen – die Clipmaschine verschleißt alle gängigen

Fotos: Poly-clip System



Maßgeschneiderte Lösungen perfekt auf Sie zugeschnitten! // Customised solutions tailored to your needs!

RENNER Schlachthaus-technik GmbH
Fachsenfelder Straße 33 · D-73453 Abtsgmünd
Tel. +49 (0) 7366 92096-0 · Fax +49 (0) 7366 92096-99
info@renner-sht.de · www.renner-sht.de

Qualität auf ganzer Linie.
Weltweit im Einsatz. //
Quality all along the line.
Used throughout the World.





Därme bis zu einem Kaliber von 115 mm. Sie ist robust, leicht zu reinigen und vereinfacht durch ihre durchdachte Konstruktion die Anwendung im Betrieb.

So sorgt die Zweihandauslösung beim ersten Clip für Sicherheit. Der ergonomische Bedienhebel lässt sich individuell einstellen. Damit lässt sich die Maschine hier stets optimal auf die jeweilige Bedienerperson einstellen, denn nicht alle Mitarbeitenden sind gleich groß oder kräftig. Ein hygienisches Design mit glatten Flächen erleichtert die Reinigung und unterstützt damit den effizienten Produktionsablauf.

Der modulare Aufbau der Clipmaschine ist für diesen Betrieb von besonderem Wert. So kann sie mit dessen Anforderungen mitwachsen. Für die Landmetzgerei Mehl bedeutet diese Technik Prozesssicherheit und eine gleichbleibend hohe Produktqualität.

Im Profil

Poly-clip System ist nach eigenen Angaben der weltweit größte Anbieter nachhaltiger Clipverschluss-Lösungen und wird in diesem Segment in der Lebensmittelindustrie und Verpackungsbranche als Weltmarktführer und Hidden Champion bezeichnet. Die Unternehmensgruppe unterhält 29 Vertriebsgesellschaften. Zudem existieren Vertriebspartner in fast allen Ländern der Welt. Ihre Clipverschluss-Lösungen von überzeugen im Fleischerhandwerk, der fleischverarbeitenden Industrie sowie anderen Bereichen, etwa der chemischen Industrie. www.polyclip.com

Der definierte, reproduzierbare Prozess mit der modernen Clipmaschine garantiert, dass jedes einzelne Produkt zuverlässig verschlossen ist und keine Luft eindringen kann. Das ist entscheidend für die Haltbarkeit und die Lebensmittelsicherheit dieser Wurstwaren. Der Betrieb lässt sich die stabilen Prozesse, die zu verlängerter Haltbarkeit seiner Produkte führen, regelmäßig durch Laboranalysen bestätigen.

Etiketten sparen viel Zeit

Ergänzt wird der Doppelclipper PDC 700 hier vom Etikettiersystem ES 6000. Diese Kombination ermöglicht es dem Betrieb, seine Produkte direkt während des Clipvorgangs mit fälschungssicheren Etiketten auszustatten. Jedes Etikett enthält in gesetzeskonformer Darstellung Informationen wie Produktname, Produzent, Losnummer und Mindesthaltbarkeitsdatum.

Das System druckt tagesaktuelle Daten mit lebensmittelechter, wasserbasierter Tinte und kann über PC, mobile Geräte oder Folientastatur gesteuert werden. So lassen sich die Produkte lückenlos rückverfolgen. Flexible Möglichkeiten der Gestaltung, inklusive Barcode oder QR-Code, erlauben es zudem, individuelle Kundenwünsche zu erfüllen oder die Etiketten schnell neuen gesetzlichen Vorgaben anzupassen. Die Landmetzgerei spart

durch die Integration des Etikettiersystems in den Clipprozess viel Zeit in den Abläufen und kann ihr Fachpersonal gezielt an anderen Stellen in der Produktion einsetzen.

Servicegedanke als Erfolgsfaktor

Die enge Partnerschaft mit ihrem Maschinenlieferanten ist für die Landmetzgerei ein wesentlicher Erfolgsfaktor in der Zusammenarbeit. Der persönliche Ansprechpartner von Poly-clip System kennt die Produktionsbedingungen hier so gut, dass passgenaue Lösungen wie der Einsatz der Doppelclipmaschine PDC 700 inklusive Etikettiersystem ES 6000 schnell entstehen und sich reibungslos in die Abläufe integrieren. Bevor eine neue Maschine in Betrieb geht, wird sie produktionsbegleitend getestet, die Mitarbeitenden werden geschult und individuell eingewiesen. Auch nach der Installation steht Poly-clip System seinen Kunden mit seinem Servicenetz und den persönlichen Ansprechpartnern jederzeit zur Seite.

Die Produktionsphilosophie beruht auf einem zentralen Gedanken: Frische entsteht, wenn möglichst wenig Zeit zwischen der Zerlegung und der Weiterverarbeitung vergeht.

Zukunft mit Innovationen

Auch in Zukunft setzt die Landmetzgerei Mehl aus Südhessen auf ihr bewährtes Erfolgskonzept aus handwerklicher Produktion und moderner Technologie. Themen wie nachhaltige Verpackungen mit Fokus auf die neue EU-Verordnung PPWR, Energieeffizienz und neue Produktkonzepte stehen auf der Agenda der Geschäftsführung. Dabei bleibt der Betrieb seinem Prinzip treu, Veränderungen aktiv anzugehen und Innovationen frühzeitig aufzunehmen. Poly-clip System ist dabei mehr als nur der Maschinenlieferant – das Unternehmen aus Hattersheim am Main steht auch dieser Metzgerei als Entwicklungspartner sowie technischer Begleiter zu Seite. Die Verbindung aus Vertrauen, technischer Präzision und persönlichem Service zeigt, wie erfolgreiche Partnerschaften im Lebensmittelhandwerk funktionieren können.

www.landmetzgerei-mehl.de



24 Stunden Brotzeit



Rund um die Uhr: Wer im oberbayerischen Peißenberg Lust auf eine zünftige Brotzeit hat, findet in „Landler's BrotzeitAlm“ seit Mai 2025 stets die richtigen Zutaten dafür.

Warum entscheidet sich die junge Geschäftsführung einer Schinkenmanufaktur dazu einen 24/7-Shop zu eröffnen? Da sie so ihre und andere Spezialitäten auch der regionalen ansässigen Bevölkerung anbieten kann. Die „BrotzeitAlm“ gegenüber einer Kirche in einem Schulviertel grenzt an den Vorbau des Firmengebäudes, direkt neben dem Warenausgang. „Wir suchten eine Lösung für den ehemaligen Werksverkauf“, sagt Franziska Schalk (29), Metzgermeisterin und Betriebswirtin im Handwerk, die das Unternehmen mit Franz Petregger jun. (38), technischer Kaufmann, seit 2023 führt. Anstelle eines ihrer Ansicht zu unpersönlichen, normalen Verkaufsautomaten aufzustellen, wurde die Idee zum 24/7-Shop – nachdem sie einen zum Verkauf stehenden Bürocontainer mit großer Fensterfront in einem Nachbarort gesehen hatten – immer konkreter. „Die Kunden sollen ihr Stück Schinken oder ein anderes Produkt in die Hand nehmen und begutachten bevor sie es kaufen“, sagt Franz Petregger. Ende 2024 wurde der 5 t schwere Container gekauft und innerhalb von zehn Tagen vor der Eröffnung neben dem Tagesgeschäft ausgebaut. Er verfügte über den Bodenbelag und eine Klimaanlage. In Eigenleistung entstanden im Inneren die Holzverkleidung, elektrische Leitungen und zwei Holzregale. Almhütten-Flair ist spürbar.

Einkauf nur via App

Im Holzregal links der drei Kühlschränke mit Doppeltüren befindet sich eine reichhaltige Auswahl der Schinkenspezialitäten Tiroler Art der Manufaktur in unterschiedlicher Grammatik. Die Kühlschränke enthalten u.a. Schinken (aufgeschnitten in 100g-Schalen), Han-

delswaren wie Käse (Allgäu od. Tirol), Knödel, Kaminwurzeln, Portionswürste, Eier eines Bauernhofs aus einem Nachbarort, Leberkäse, Pressack, Würstchen und Präsentkörbe. In den kälteren Monaten Gulaschsuppe oder Sauerkraut im Beutel, von Frühjahr bis Herbst Grillspezialitäten. Im rechten Holzregal: Vinschgauer, Schüttelbrot, Nudeln aus Südtirol, Senf, Pasteten im Glas und sogar Einweggrills.

„Wir wollten für unsere Kunden das perfekte, praktische System und entschieden uns für das Start-up Lokbest“, berichtet Franz Petregger. In der App inkl. 24/7-Verkaufssoftware legten sie alle Produkte an und generierten danach QR-Codes zum Etikettieren.

Und wie kauft man ein? Ein Kunde lädt sich die App herunter, registriert sich mit Namen und E-Mail und betritt via QR-Code im Smartphone am kostenlosen Lesegerät den Shop „Zuhause sieht er, ob das, was er möchte, auch da ist“, sagt Franziska Schalk. Danach scannt er via Handy QR-Codes auf den Produkten, die im virtuellen Warenkorb landen und bezahlt via ApplePay, PayPal oder Karte. Zwei Kameras, die auf Bewegung reagieren, überwachen das Ganze.

Zu den Vorteilen des Systems sagt Franz Petregger: „Keine Anschaffungskosten, einfache Bestandspflege, Umsatzanzeige in Echtzeit und man weiß, wer im Shop ist.“ Auch Push-Benachrichtigungen sind möglich. Lokbest erhält eine überschaubare monatliche Lizenzgebühr und 2 % Provision vom Nettoumsatz. Eine Vorabregistrierung auf einer Website wie bei anderen Systemen ist nicht nötig. Die „BrotzeitAlm“ – der alte Name des Webshops für Privatkunden – sei ein Prototyp, sie sammeln Erfahrungen und eine Erweiterung möglich.

Marco Theimer

www.schinken-speck.de, www.landler-schinken.de

Der Standort ist alles

Die Metzgerei Gehr in Kipfenberg im Altmühltal zählt wohl zu den ersten im Land, die zwei Smartstore-Container auf einmal in Betrieb nahm – und erfolgreich damit ist. Nun ist 24/7-Shop Nr. 4 in Planung.



Und das kam so. Nach der Vorstellung des Konzeptes von SmartStore24 auf einer Veranstaltung des Fleischerverband Bayern 2023 und einem darauffolgenden Online-Seminar mit dessen Geschäftsführer Michael Kimmich, machten Christoph Gehr und sein Sohn Thomas Nägel mit Köpfen. Zu ihrem Stammhaus und den Filialen in Stammham und Dietfurt eröffneten sie im Oktober 2024 ihre ersten Smartstore-Container in Denkendorf und Beilngries. Im wenige Kilometer von Kipfenberg entfernten Denkendorf steht dieser nur wenige Kilometer von der Autobahnab-

fahrt entfernt gegenüber einer Tankstelle, neben einem Imbiss an der Hauptstraße. Im rund 15 km entfernten Beilngries wartet 24/7-Shop Nr. 2 an einer stadteinführenden Straße auf Kunden – im Umkreis: u.a. Fitnessstudio, Textil- und Schuhdiscounter, Drogerie und Tankstelle. „Für alle dadurch belegten Flächen einigten wir uns mit den Inhabern der Grundstücke auf eine monatliche Miete“, berichtet Christoph Gehr, der auch Obermeister der Metzger-Innung Eichstätt ist. „Das Wichtigste ist der Standort. Das Angebot, der Look und die Ausstattung ist in allen drei identisch, die Preise sind

Foto: M. Theimer

gleich wie in unseren Geschäften“, sagt Thomas Gehr, Fleischermeister (2020) und Fleischsommelier (2021). Er ist für diesen noch jungen Geschäftsbereich der Metzgerei zuständig.

Bestandspflege wichtig

Die Metzgerei wurde 1958 von seinem Großvater Werner Gehr gegründet, 2002 übernahmen dessen Söhne Christoph und Stefan Gehr den Betrieb. Den dritten Smartstore-Container eröffnete die Metzgerfamilie im Oktober 2025 direkt neben der Bundesstraße 299 auf dem Parkplatz des Bräulabors Berching an einer Ampel, die in den Ort führt, ein netto-Markt ist in der Nähe. „Alle drei sind innen gleich aufgebaut. Es gibt drei Kühlschränke, einen TK-Schrank und mehrere offene Regale. In Berching können wir zudem via Bildschirm auf Aktionspreise aufmerksam machen“, sagt Thomas Gehr. Drei Videokameras erhöhen die Sicherheit.

Die Kunden können sich zuvor online auf der Website der Metzgerei registrieren, müssen es aber nicht. Sie betreten den Shop via ec-Karte, nehmen die mit EAN-Codes etikettierten Produkte ihrer Wahl und bezahlen am Terminal bargeldlos. „Wir haben uns bewusst für das komplette System inklusive Container entschieden. Sollte technisch mal ein Problem auftreten, ist bei SmartStore24 stets jederzeit jemand erreichbar und hilft“, lobt Christoph Gehr.

„Die Bestandspflege ist sehr wichtig, um das Angebot anzupassen und möglichst wenig Rücklaufware zu haben.“

Thomas Gehr

Neben Fleisch und Wurst gibt es darin Getränke, Eier, Süßwaren, Chips oder Senf sowie Merchandise-Artikel, z.B. Tassen. Und wenn jemand keine Tasche hat und der Einkauf größer ausfällt als gedacht, stehen Gehr-Rucksäcke bereit.

Alle Smartstores werden montags, mittwochs und freitags nachmittags mit zwei Transportern beliefert, die so voll ausgelastet sind. Während die Ware für die Smartstores vormittags kommissioniert wird, sind diese wie jeden Tag für die Belieferung der rund 800 Essen an Schulen und Kitas im Umkreis von 25 km im Einsatz. „Die Bestandspflege ist sehr wichtig, um das Angebot anzupassen und möglichst wenig Rücklaufware zu haben“, sagt Thomas Gehr. Das funktioniert gut. Er sieht am Handy immer, ob ein Produkt ausgeht oder ein MHD abläuft. Von April bis Oktober reiche ein Kühlschrank mit Grillspezialitäten oft nicht aus, ergänzt er.

In Technik investiert

Freitags bis sonntags kommen die meisten Kunden. Die ersten zwei Standorte gingen gleich gut, der dritte sei im Aufbau. Aufgrund des gestiegenen Bedarfs an verpackten SB-Produkten, investierte die Metzgerei in eine neue Tiefziehverpackungsmaschine (Maximus RE, Variovac). Die kleinste Maschine dieser Art des Anbieters bewährt sich seit einigen Wochen. Sie ersetzt eine Kammermaschine, die zuvor bis zu sieben Stunden am Tag lief. „Nun sind größere Chargen möglich. Die Produktionsplanung ist schnell-

ler und effektiver“, betont Christoph Gehr. Die bisherigen Erfahrungen mit den Smartstores? Positiv. Man habe neue Kunden gewonnen. Eigentlich sollte Smartstore Nr. 4 schon in der Nähe des Bahnhofs in Eichstätt stehen, doch einige Gespräche liefen nicht so gut wie gedacht. Doch die Gehrs haben es nicht so eilig. „In der Regel dauert die Klärung der Standortfrage drei Monate und die Lieferzeit des Containers acht bis zehn Wochen“, ist Christoph Gehr zuversichtlich.

Marco Theimer

www.metzgerei-gehr.de



Denkendorf





Fast alles vom „Ox“

Um ihre Spezialitäten von den eigenen Ochsen besser vermarkten zu können, eröffneten Michael Schimpf und Lena Heimann auf dem Schimpfhof in Poing-Angelbrechting einen Hybridladen.

Der Schimpfhof im nordwestlichen Landkreis Ebersberg etwa 25 km östlich von München ist seit dem Jahr 1831 in Familienbesitz. Seit 6. November 2025 begrüßen Michael Schimpf (26) und Lena Heimann (27) ihre Kundschaft von Donnerstag bis Samstag persönlich, an den anderen Wochentagen kann diese hier ohne Beratung einkaufen (8 bis 19 Uhr). Der gelernte Landwirt und Metzger und die Hotelfachfrau und Verkaufsleiterin im Fleischerhandwerk lernten sich in der Metzgerei ihrer

Familie in Grafing kennen, in der sie beide zeitweise noch arbeiten.

2022 baute die Familie Schimpf einen neuen Bullenmaststall mit Haltung auf Stroh (Tierwohl-Stufe 3), in dem ca. 90 Ochsen stehen. Zudem baut sie Kartoffeln an und vermarktet sie direkt. 2023 wurde ein hölzerner SB-Hofladen in Richtung Poing aufgestellt, ein Jahr später Verkaufsautomaten in Anzing. Danach reifte die Idee aus dem alten Ochsenstall einen Hofladen zu machen. „Es wurden Förderungen beantragt und ab vergangenen Sommer alles umge-



Fotos: M. Theimer

baut“, berichten die beiden. Es entstand ein 50 m² großer Hybridladen inklusive Zerlegebereich, Küche, Kühl- und Lager-räumen in der dahinter liegenden Peripherie.

Regionale Auswahl

Ochsenfleisch vom Fleckvieh vermarktet der Hof seit 20 Jahren direkt, nun aber in einem schicken, zeitgemäßen Smartstore und unter der Marke „Ox'n“. „Da wir gute Erfahrungen mit der ButcherBox, dem Smartstore-Container unserer Metzgerei, gemacht hatten, entschieden wir uns für bfm Ladenbau“, sagt Lena Heimann. Der Ausbau dauerte zwei Wochen. Zutritt-, Bezahl- und Sicherheitssystem stammen von ackerPay. Eine Registrierung vorab online ist nicht nötig. Die Kunden stecken z.B. ihre ec-Karte ins Lesegerät vor der Tür, wählen die mit Strichcodes versehenen Produkte, scannen sie, sehen den Preis am Bildschirm und bezahlen mit Karte oder bar an einem Automaten neben dem Terminal. Fünf KI-gesteuerte Kameras werden beim Eintritt eines Kunden in den Laden aktiviert.

Geschlachtet und zu Fleisch und Wurst verarbeitet werden die Ochsen in der Metzgerei Heimann. „Von dort bringen wir die Waren per Kühltransporter mit. Bei Bedarf holen wir welche nach“, sagt Lena Heimann. Die Entfernung beträgt gut 20 km.

Der Bedientheke, die durch das Absenken und Hineinschieben der Glasscheiben in eine SB-Theke umgewandelt werden kann, steht dem Kunden direkt nach dem Betreten des Ladens gegenüber. Darin zu finden: z.B. Fleisch vom Ochsen, „Ox'n“-Fetzen mit Kräuterbutter mariniert, Ochsenfleisch im Kräutermantel, Ochsenleberkäse (auch im Fleischsalat), Ochsenalami mit Pflanzenfett. Nur 20 % der Produkte enthalten Schweinefleisch. In drei Kühlschränken und einem TK-Schrank liegen diverse verpackte Würstchen vom „Ox'n“, Burgerpatties, Steaks, Wildfleisch und Pommes frites eines Anbieters, den der Hof seit 30 Jahren beliefert. Die Regale locken mit „Ox'n“-Bolognese, -Gulaschsuppe oder -Bratensauce und vielen regionalen Produkten wie Eier, Nudeln, Mehl, Grillsaucen, Gewürzen (Stay Spiced). Salzen und Pfeffer (Gewürzmühle Rosenheim). Nachdem der letzte Metzger Poings 2025 aufgab, gibt es nun wieder einen Ort, der für regionale und metzgerhandwerkliche Qualität steht.

Marco Theimer

www.schimpfhof.de



Foto: M. Theimer



Durch seine hohe Spezialisierung als weiterverarbeiten-der Händler hat sich Hans Schütt, Halstenbek, auf dem Markt der künstlichen Hüllen eine außergewöhnliche Position erarbeitet. Flexibilität, Schnelligkeit und das einzigartige Know-how zeichnen das Unternehmen aus. Jahrzehntelange Erfahrung, intensive Marktkennntnisse, hohe Beratungsqualität und das Gespür für die Erfordernisse des Marktes sind für Hans-Joachim Schütt, den Geschäftsführer und Inhaber des Unternehmens, die Basis des Erfolgs.

Die moderne Konfektionierungsabteilung für Abnähren und Abbinden, Raffern und Bedrucken der Wursthüllen gestattet eine schnellstmögliche Bearbeitung individueller Aufträge. So werden in Halstenbek täglich zwischen 200.000 und 250.000 m Wursthüllen konfektioniert und versandt. Das Unternehmen importiert Kunstdärme aus aller Welt, agiert aber vornehmlich auf dem deutschen Markt, wo 90 % der Produkte verkauft werden. Die Zukunftsperspektiven sieht Herr Schütt eher positiv: „Ich glaube, dass der Naturdarm immer knapper und damit teurer wird. Die fortschreitenden mikrobiologischen Anforderungen und z. T. Änderungen in den Essgewohnheiten sprechen in meinen Augen klar für den Kunstdarm“, meint der Unternehmer und blickt optimistisch nach vorne.

HansSchütt e. kfm.

Immelsweg 19
25469 Halstenbek
Tel.: +49 (0) 4101 85 60-0
Fax: +49 (0) 4101 85 60 77
E-Mail: info@hans-schuett.de
www.hans-schuett.de

Sortiment:

Kunstdärme, Folien,
Beutel und Tüten aus PE, PP oder Cellophan

Branche:

Kunstdarm-Großhandel





Generationswechsel meistern

**Ein häufiges Problem – wenn aus Verantwortung Belastung wird:
Wie Metzgereien den Generationswechsel erfolgreich meistern können.**

In vielen Fleischereien zeigt sich dasselbe Bild: Eltern, die jahrzehntelang den Betrieb geprägt haben, und Nachfolger, die übernehmen sollen – aber kaum dürfen. Was als eingespieltes Familienmodell begann, wird häufig zum Konfliktfeld. Der Übergang von einer Generation zur nächsten gelingt nur selten reibungslos. Nicht mangelnder Wille steht im Weg, sondern fehlendes Vertrauen. Während die Älteren nur schwer loslassen, fühlen sich die Jüngeren in ihrer Rolle ausgebremst. So stagniert der Betrieb, anstatt sich weiterzuentwickeln – wertvolle Zeit geht verloren.

Wenn Kontrolle zur Bremse wird

Der Generationswechsel im Handwerk ist mehr als eine Frage der Nachfolge. Es ist ein emotionaler Prozess, bei dem Gewohnheiten und Verantwortung aufeinanderprallen. Die jungen Betriebsnachfolger wollen gestalten, sie werden aber häufig in enge Grenzen gezwängt. D.h., jeder Vorschlag wird geprüft, jeder Fehler korrigiert – meist mit dem Hinweis, man habe Dinge schon immer so gemacht.

Das Resultat: Die Motivation schwindet. Wer weiß, dass am Ende ohnehin jemand nachbessert, engagiert sich weniger. Viele Junio-

Kurze wöchentliche Gespräche zwischen Senior und Junior helfen, Herausforderungen zu klären, Entscheidungen abzustimmen und Missverständnisse frühzeitig zu vermeiden.

ren ziehen sich zurück, statt Initiative zu zeigen. Für die Eltern bedeutet das vermeintliche Bestätigung, dass ihr Eingreifen not-

wendig bleibt. Der Kreislauf aus Kontrolle und Frustration setzt sich zum Nachteil des gesamten Betriebs und der Beschäftigten fort.

Verantwortung in Etappen übergeben

Ein gelungener Generationswechsel braucht klare Strukturen. Es genügt nicht, Aufgaben zu verteilen; es müssen auch klare Verantwortungsbereiche und messbare Ziele festgelegt werden. Statt den Weg vorzugeben, sollten Betriebe gemeinsam definieren, welches Ergebnis erreicht werden soll.

Ein Beispiel: Ein Nachfolger übernimmt die Produktionsplanung. Ziel ist es, dass Bestellungen pünktlich erfolgen und wöchentliche Besprechungen über Abläufe stattfinden. Wie diese Ziele umgesetzt werden, bleibt ihm überlassen. So kann Eigenständigkeit entstehen und Verantwortung wachsen. Wichtig ist es zudem, Entscheidungen auf der Grundlage von Kennzahlen zu treffen. Produktionsleistung, Kundenfrequenz oder Kostenstruktur verschaffen Orientierung und sorgen für Transparenz. Viele Betriebe arbeiten aber immer noch aus dem Bauch heraus. Ohne Datenbasis fehlt die Grundlage, Erfolge objektiv zu bewerten und Fortschritt zu erkennen.

Vertrauen braucht Kommunikation

Loslassen bedeutet nicht, den Überblick zu verlieren. Im Gegenteil: Ein regelmäßiger Austausch stärkt das Vertrauen und sorgt

Betriebe, die erfolgreich in die nächste Generation gehen, verstehen Weiterbildung als Daueraufgabe.

Dr. Markus Dirr

Lebenswerk mit Zukunft

Im Fachbuch „Lebenswerk mit Zukunft – Familienunternehmen führen, entwickeln und erfolgreich übergeben“ gibt Dr. Markus Dirr einen umfassenden Einblick, der zeigt, wie der Übergang zur nächsten Generation gelingen kann. Es vereint die Perspektiven von 14 erfahrenen Expert/-innen aus Beratung, Wissenschaft und Praxis, die ihr Wissen aus unterschiedlichsten Disziplinen einbringen. Das Buch enthält nicht nur technische Checklisten, sondern beleuchtet die menschliche Seite und alle relevanten Facetten der Unternehmensnachfolge: von der frühzeitigen, offenen Kommunikation innerhalb der Familie über psychologische Dynamiken zwischen Generationen bis hin zu betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Möglichkeiten der Gestaltung. Es zeigt auf, wie traditionelle Werte mit modernen Führungsansätzen verbunden werden können, um Zukunftsfähigkeit zu sichern. Praxisnahe Fallbeispiele und Handlungsempfehlungen runden das Buch ab. Infos und Leseproben unter www.lebenswerk-mit-zukunft.de.



dafür, dass beide Generationen informiert bleiben. Kurze wöchentliche Gespräche zwischen Senior und Junior helfen, Herausforderungen zu klären, Entscheidungen abzustimmen und Missverständnisse frühzeitig zu vermeiden. So behalten die Eltern das Gefühl, weiterhin eingebunden zu sein, während die Nachfolger eigenständig handeln können.

Kommunikation ersetzt Kontrolle und schafft die Basis für eine partnerschaftliche Zusammenarbeit, in der Tradition und Moderne nebeneinander bestehen können.

Weiterbildung als Daueraufgabe

Viele junge Meister treten voller Tatendrang an und glauben, mit ihrem Abschluss alles zu wissen. Doch der Meisterbrief ist kein Abschluss, sondern ein Anfang. Betriebe, die erfolgreich in die nächste Generation gehen, verstehen Weiterbildung als Daueraufgabe. Themen wie Organisation, Kalkulation, Digitalisierung und Mitarbeiterführung sind in diesen Zeiten ebenso wichtig wie das handwerkliche Können.

Wer sich kontinuierlich weiterbildet, bleibt konkurrenzfähig und offen für neue Ideen. Netzwerke, Mentoren oder externe Berater helfen, den Blick zu weiten und eingefahrene Routinen zu hinterfragen. Fehlendes Lernen führt dagegen schnell zu Stillstand – sowohl bei der älteren als auch bei der jüngeren Generation. Denn: Generationswechsel heißt nicht nur, Aufgaben zu übertragen,

sondern gemeinsam neu zu denken. Nur wenn beide Seiten bereit sind, Verantwortung zu teilen, aus Fehlern zu lernen und alte Muster zu lösen, kann das Lebenswerk weitergeführt werden.

Tobias Fichtel, Fichtel Consulting

Zum Autor

Tobias Fichtel ist Metzgermeister, Fleischsommelier und Betriebswirt sowie Gründer der Fichtel Consulting GmbH. Mit seiner langjährigen Erfahrung unterstützt er klassische Handwerksmetzgereien im deutschsprachigen Raum bei der Betriebsoptimierung. Sein Fokus liegt auf Personalführung, Struktur und Digitalisierung – zentrale Hebel im Kampf gegen den Fachkräftemangel. www.tobias-fichtel.de



SmartStore24. Dein digitaler Laden.

MEHR UMSATZ IN DER GRILLSAISON

IN NUR 8 WOCHEN ZUM EIGENEN SB-LADEN

JETZT ERSTGESPRÄCH VEREINBAREN

www.smartstore24.de

Zukunft braucht Sicherheit

Montag, kurz nach Dienstbeginn. Die Angestellten machen sich bereit für die Arbeitswoche, doch der Blick auf den Dienstplan zeigt: Zwei Mitarbeiter fallen krankheitsbedingt aus, ein weiterer hat gekündigt.

Für viele Betriebe im Fleischerhandwerk ist das durch den Fachkräftemangel und die Belastung des Jobs längst Realität. Genau in solchen Momenten wird deutlich, wie wichtig verlässliche Zusatzleistungen sind, denn mittlerweile entscheidet nicht nur das Gehalt darüber, wer bleibt. Das betriebliche Vorsorgemanagement, kurz bVM, des Münchener Vereins etwa unterstützt Betriebe dabei, Verantwortung für die Gesundheit der Mitarbeiter, ihre finanzielle Sicherheit und letztendlich auch für die Zukunft des Unternehmens zu übernehmen.

Was Mitarbeitern wichtig ist

Wer im Handwerk arbeitet, weiß: Es sind die erfahrenen Kräfte, die Abläufe tragen, die Qualität sichern und ihr Wissen an neue Beschäftigte weitergeben. Fällt jemand länger aus oder verlässt den Betrieb, hinterlässt das Lücken, sowohl fachlich als auch menschlich. Mit Vorsorgekonzepten wie dem bVM zeigen Arbeitgeber, dass sie auf die Bedürfnisse ihrer Mitarbeiter eingehen und sich über den Lohn hinweg für diese einsetzen. Was passiert, wenn ich krank werde? Wie bin ich im Alter finanziell abgesichert? Bietet mein Arbeitgeber sinnvolle Benefits? Betriebe, die darauf überzeugende Antworten haben, verschaffen sich klare Vorteile auf dem hart umkämpften Arbeitsmarkt.

Gesundheit sichern, Ausfälle reduzieren

Ein zentraler Baustein des betrieblichen Vorsorgemanagements ist die betriebliche Krankenversicherung, die Leistungen wie schnellere Facharzttermine oder erweiterte Vorsorgeangebote umfasst. So werden gesundheitliche Behandlungen schneller eingeleitet, um krankheitsbedingte Fehlzeiten zu verringern. Gesundere Teams bedeuten stabilere Abläufe, weniger Druck auf die



verbleibenden Kollegen und neben einem produktiveren Betrieb auch ein besseres Betriebsklima.

Zukunft bieten, Loyalität gewinnen

Neben Benefits rund um die Gesundheit spielt auch die Zukunftsvorsorge für Mitarbeiter eine entscheidende Rolle. Als weiterer Baustein des bVM hilft die betriebliche Altersvorsorge, finanzielle Sicherheit neben der gesetzlichen Rente aufzubauen. Hinzu kommen eine Gruppenunfallversicherung

sowie die Absicherung bei Berufsunfähigkeit. Besonders wirkungsvoll werden diese Bausteine dadurch, dass Leistungen mit der Betriebszugehörigkeit wachsen. Auf diese Weise wird Leistungsbereitschaft honoriert und die Fluktuation reduziert. Zudem lässt sich der gesetzliche Anspruch auf Entgeltumwandlung unkompliziert umsetzen und Überstunden können sinnvoll in zusätzliche Rentenansprüche fließen.

Am Ende profitieren beide Seiten: Arbeitgeber gewinnen Planungssicherheit, stärken ihre Arbeitgebermarke und reduzieren die Fluktuation. Mitarbeiter erhalten Schutz, Unterstützung im Krankheitsfall und bessere Perspektiven für ihre Zukunft. So wird Vorsorge zum Fundament einer starken Gemeinschaft – und zu einem echten Erfolgsfaktor für Betriebe, die auch morgen noch bestens aufgestellt sein wollen.

www.muenchener-verein.de

Kontakt

Erfahren Sie mehr zum betrieblichen Vorsorgemanagement unter www.versorgungswerk-handwerk.de/bvm. Ansprechpartner: Marcus Königbauer, Landesdirektor für Bayern & Thüringen, Tel. (089) 5152- 2579, E-Mail: koenigbauer.marcus@muenchener-verein.de



Praktische Cocktailstation

Auf den Fachmessen im Frühjahr stellte **Hagola** seine vielseitigen Produktlösungen der Bereiche „Kühlen, Warmhalten und das Präsentieren von Speisen und Getränken“ vor, u. a. eine runde Umluft-Kühlwanne als exklusive Fisch- und Feinkostkühlung, ein neues, individuelles Vitrinenkonzzept, Getränke-Kühltheken und Weinklimaschränke. Die modular aufgebauten Cocktailstationen ermöglichen effiziente Arbeitsabläufe und eine sinnvolle Anordnung aller Zutaten. Praktische Stations- und Ausstattungselemente machen die sieben unterschiedlichen Grundmodelle zur logischen Ergänzung in Thekenzeilen. Die ungekühlten Edelstahlmodule sind hygienisch und leicht zu reinigen sowie in den Bauhöhen 790 und 890 mm erhältlich. Alle Modelle lassen sich individuell ergänzen und erweitern. Auch individuelle Maßanfertigungen nach Kundenwunsch sind möglich. www.hagola.de

Für einen effizienten Transport

Mit dem Kühltransporter Eco Speeder bietet **Kiesling Kühlfahrzeuge** eine Lösung für kühle, frische und tiefgekühlte Transporte, etwa für die Belieferung von Filialen. Mit einem zulässigen Gesamtgewicht von 3,5 t bietet das Fahrzeug ein Ladevolumen für bis zu sieben Rollcontainer. Die niedrige Ladekante ermöglicht einen einfachen Zugang zum Laderaum. Zusätzlich ermöglicht die Seitentür einen schnellen Zugriff auf die Ladung, was das Be- und Entladen beschleunigt. Mit einer Cool Slide-Trennwand und zwei Verdampfern ausgestattet, entstehen zwei Temperaturzonen, was den Transport tiefgekühlter Ware erlaubt. Optional erhältlich



ist eine ausklappbare Rampe, die das Abladen von Rollcontainern ohne Ladebordwand erleichtert und während der Fahrt an der Innenseite des Laderaums fixiert ist. www.kiesling.de



Für Koch- und Brühwürste

Für alle, die bei der Herstellung von Koch- und Brühwürsten eine Alternative zu Naturdarm suchen, eignen sich die Betex-Hüllen aus textilem Gewebe von **Oskutex**, die speziell beschichtet sind. Wichtige Merkmale dieser Hüllen sind die natürlichen Formen, das einfache Handling und die ansprechende Optik, die in der Theke voll zur Geltung kommt. Beispiele aus dieser Range sind Betex KB/KDB, der Endlosdarm in Wellenform, der sich gut für SB-Ware eignet und der auch mit einem individuellen Logo bedruckt werden kann, oder Betex (K, KB, KD oder KDB), den es in unterschiedlichen Längen gibt. Von Betex KDB mit einem 3D-Aderdruck gibt es auch Naturdarm- und Sonderformen wie Butten oder Kapfen. Zur Fußball-WM 2026 gibt es außerdem spezielle Wursthüllen mit entsprechenden Motiven. www.oskutex.kallegroup.com

Arbeitskleidung mit System

Mit Euroclean „Pure“, „Premium“ und „Therma“ führt **Weitblick** ein komplett überarbeitetes System für mehr Hygiene, Schutz, Komfort und Individualismus im Bereich Arbeitskleidung ein. Es vereint hygienische HACCP-Richtlinien, Tragekomfort und wirtschaftliche Effizienz. Arbeitskleidung muss vor Kontamination und Kälte schützen, für sterile Waschverfahren geeignet, aber auch praktisch und komfortabel sein. Bei den HACCP-Linien „Pure“ und „Premium“ etwa sorgt ein neu verarbeitetes, hochwertiges Gewebe mit höherem Baumwollanteil für mehr Tragekomfort. Alle Teile bei „Pure“ sind nur in Weiß erhältlich, decken mit den Risikoklassen 1 bis 3 ein breites Spektrum hygienischer Anforderungen ab und sind nach der DIN EN 10524 HACCP-konform. Das gilt auch für die „Premium“-Linie, die es in den Farben Weiß, Royal, Pale Grey, Beige und Bottle Green gibt. Zudem gibt es wärmende Zusatzartikel von Euroclean „Therma“ für Arbeiten in Kühl- oder Tiefkühlbereichen. www.weitblick-workwear.de



Schneiden und Verpacken

Auf der EuroShop 2026 zeigte **Geb. Graef**, wie sich professionelle Schneidetechnik, intelligente Automatisierungskonzepte und nachhaltige Verpackungslösungen zu integrierten Gesamtsystemen verbinden lassen. So kann etwa dem wachsenden Bedarf an vorverpackter, direkt verkaufsfähiger Ware in SB-Zonen oder Smartstores Rechnung getragen werden. Umweltfreundliche Verpackungen sind verschließbar, recyclingfähig und senken den Materialeinsatz bei ansprechender Präsentation der Waren. In der Kombination mit den Schneidemaschinen entstehen schnell, hygienisch und effizient vorkonfektionierte Frischeprodukte. Dazu passt der Vollautomat VA900, der über eine Kombination aus automatischem Schlittenlauf und Ablage sowie Schneidgutzuführung verfügt und weitgehend bedienerunabhängig arbeitet. Eine intuitive Touchscreen-Bedienung mit symbolbasierter, sprachunabhängiger Menüführung sorgt für ein einfaches Handling. www.graef.de



Hygienetechnik



Wenn ein Gerät alle Probleme löst, ist es **next level cleaning.**



Individuelle und ressourcen-schonende Reinigungssysteme für vielfältigste Anwendungen.

www.walter-cleaningsystems.de

Kunstdärme



Kunstdärme 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

FLEISCH BILDER.DE

Hochwertige Fleischfotos
für Ihre Werbung - jetzt in der
neuen Bilddatenbank!



Hilf mit deiner Spende:
www.wwf.de/plastikflut

WWF-Spendenkonto:
IBAN DE06 5502 0500 0222 2222 22

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

Schlachthofeinrichtungen



Fachsenfelder Straße 33
D-73453 Abtsgmünd
Telefon 073 66/9 2096-0
Telefax 073 66/9 2096-99
www.renner-sht.de

Schmiermittel



High-Tec Allrounder
für die
Fleischerei-Branche

**SCHMIERUNG
KORROSIONSSCHUTZ
WARTUNG**

www.brunox.swiss



Goldeimer ist DAS soziale Klopapier - alle Gewinne
werden für Aufklärungsarbeit und zur Unterstützung
von Sanitärprojekten eingesetzt. Denn weltweit
haben 2 Milliarden Menschen keine Toilette.
ALLE FÜR KLOS! KLOS FÜR ALLE!

WWW.GOLDEIMER.DE

FLEISCHNET.DE

- > praxisnah
- > marktorientiert
- > informativ
- > mit aktuellen
Schlachtviehpreisen



Anzeigen werden
gelesen! Sie tun es gerade!

Impressum 15. Jahrgang

FH
FLEISCHER-HANDWERK



Verlag: B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG,
Verlagsniederlassung München
Postadresse: Postfach 21 03 46, D-80673 München,
Hausadresse: Garmischer Straße 7, D-80339 München
Tel. (089) 370 60-0, Fax: (089) 370 60-111
Internet: www.blmedien.de, E-Mail: muc@blmedien.de

Verlagsleitung München:

Sebastian Lindner -215
Basak Aktas (Stv.) -270

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

Marco Theimer (mth) -150

Redaktion:

Christian Blümel (chb) -185

Ständige Autoren:

Heike Sievers, Horst Buchmann, Verena Wagner

Anzeigen:

Sebastian Lindner (Leitung) -215
Rocco Mischok -220
Bernd Moeser -200
Kilian Roth -246
Concetta Herion -240
Rainer Lapp (089) 18 92 19 00

Gültige Anzeigenpreisleiste: Nr. 27 vom 1.1.2026

Anzeigenabwicklung:

Felix Hesse -261

Layout:

Rita Wildenauer -254
Claudia Zusammenschneider -257
Michael Kohler

Abonnentenbetreuung:

Basak Aktas (verantwortlich) (b.aktas@blmedien.de) -270
Roland Ertl (r.ertl@blmedien.de) -271

Bezugspreis: Erscheint zweimonatlich (6 Ausgaben/Jahr).
Abonnementpreis: Inland jährlich 109 €, Ausland jährlich
121 €. Einzelpreis: Inland 21,50 €, Ausland 23,50 € (alle
Preise inkl. Versandkosten und MwSt.). Der Abopreis für die
Verbandsangehörigen des Bayerischen Fleischerverbandes
ist im Mitgliedsbeitrag enthalten. Kündigungsfrist: Schrift-
lich vier Wochen vor Ablauf des Bezugsjahres.

Repro und Druck:

Ortmaier Druck GmbH, Bimbachstraße 2
84160 Frontenhausen

Bankverbindung:

Commerzbank AG, Hilden
IBAN: DE 58 3004 0000 0652 2007 00
BIC: COBADE33XXX
Gläubiger-ID: DE 13ZZZ00000326043

Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte übernimmt
der Verlag keine Gewähr. Namentlich gekennzeichnete Bei-
träge geben nicht immer die Meinung der Redaktion wieder.

Nachdruck und Übersetzung veröffentlichter Beiträge
dürfen, auch auszugsweise, nur mit vorheriger Genehmi-
gung 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, Stephan Toth, Björn Hansen

Gerichtsstand: Hilden

ISSN: 2192-5033

Der Informationsgemeinschaft
zur Feststellung der Verbreitung
von Werbeträgern angeschlossen.





SAUGUT...

...ständig informiert zu sein,
die wichtigsten Branchennews
und spannende Erfolgsstories
regelmäßig zu bekommen.

Sie wollen nichts mehr verpassen?
Dann bestellen Sie unser
Fachmagazin im Abo.

Das Management-
Magazin für das
Fleischerhandwerk



Sie sind auf
der Suche nach
Strategien für das
Metzgerhandwerk
der Zukunft?

Impulse finden
Sie in

FH
FLEISCHER-HANDWERK

(089) 370 60-272 | abo@blmedien.de | www.blmedien.de/fh/jahresabo

Das Jahresabonnement umfasst sechs Ausgaben und kostet 98 € (inkl. MwSt. und Versand).
Ihr Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn nicht mind. 3 Monate vor Ablauf
des berechneten Bezugsjahres gekündigt wird. Dazu reicht eine E-Mail an abo@blmedien.de.



DIE HACCP APP
FÜR LEBENSMITTELUNTERNEHMEN



**HACCP
TEMPERATUR
SENSOREN**

2,7°C

Automatische Temperatur- überwachung und HACCP-Checklisten in einer App!



Kostenlose Beratung & Infos unter:
www.diehaccpapp.de

zertifiziert nach ISO 9001 und ISO 27001

