

FH

6/2024

www.fleischer-handwerk.de

FLEISCHER-HANDWERK

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



FLEISCHER MIT ERFOLG:

Metzgerei David,
Worms

- **NACHWUCHS:** Deutsche Meisterschaft 2024
- **SMARTSTORES:** „Botte-Box“ & Metzgerei Sax
- **EVENT:** 12. Rhöner Wurstmarkt
- **WILD:** Das ganze Jahr Saison
- **SÜFFA 2024:** Nachbericht

OSTERN 2025

frühlingsfrisch und farbenfroh!

**SCHON
JETZT
BESTELLEN**



OSKUTex
KALLE GROUP

oskutex.kallegroup.com



Bilder sagen mehr als 1.000 Worte

1. Stefan Dangel (Sealpac), Claudia Diedrichsen (Casa Blanca Com.)
2. Familie Dreyman und Patrick Funke (Bio-Metzgerei Dreyman)
3. Steffen Schütze (Metzgerei Hack)
4. Maximilian Beck und Meike Franz (Beck Gewürze und Additive)
5. Ronny Paulusch (M.E.A.T GmbH, Cortador Events)
6. Catharina Bardun (Catharinas Tastings, Stadt-Fleischerei Bartsch)
7. Lena Bausewein (Metzgerei Bausewein)
8. Franz Prostmeier (Metzgerei Stuhlberger)
9. Sabrina Minkenber (Fleischerei Luther)
10. Monika, Peter und Peter Heimann jun. (Metzgerei Heimann)

11. Jürgen Reck, Katharina Bertl, Carina Schüller und Pascal Karatey (Butcher Wolfpack Team Germany)
12. Sonja und Annette Kopf (Metzgerei & Partyservice Kopf)
13. Jeannette, Rainer und Hannes Maisel (Metzgerei Leipold)
14. Lars Bubnick (Fleischerverband Bayern)
15. Michael Keller (Fleischsommelier Deutschland)
16. Jochen Bohnert (Bohnert – Die Genusswerkstatt)
17. Celina Schwing und Keira Brunner (Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks)
18. Laura Heiß (Metzgerei Braun)

**WIR WÜNSCHEN IHNEN EIN ERFOLGREICHES GESCHÄFT ZUM
JAHRESENDE UND DAS BESTE FÜR DAS NEUE JAHR 2025!**



14



40



34



26



18

Branchenblick

SÜFFA-Selfies	3
DFV-Verbandstag in Travemünde....	8
Fokus Bayern: Obermeistertagung in Augsburg: Im Wandel der Zeit	20
VR-Wursttheke	22

Theke & Catering

Wild: Das ganze Jahr Saison	10
-----------------------------------	----

Event

17.000 beim Rhöner Wurstmarkt ...	14
Evenord-Herbstmesse	16

Nachwuchs

Landessieg ³	17
Silber für Laura Reckmann	18
Doppel-Gold für Bayern	19

Titelbild: Ihre erste Metzgerei in Worms eröffnete die Familie David von 100 Jahren. Vor mehr als zehn Jahren revolutionierte Jürgen David mit einer Idee die Fleischbranche – dem Dry-agen.

Foto: Metzgerei David

Fleischer mit Erfolg

Worms: Der Hall-of-Beefer Jürgen David	24
Luttenwang: Die nächste Generation Andreas Jais	26
Modautal-Lützelbach: Musterbeispiel im Odenwald Familie Roßmann	28

Messe-Nachbericht

Starkes Handwerk	30
Statements der Aussteller	32
Messe-Neuheiten	ab 33
SÜFFA-Wettbewerbe: Pokale und Medaillen	34
1. SÜFFA-Team Cup	38



Energie

Filser – der Metzger: Energie-Partnerschaft	39
--	----

Smartstore

Burgmetzgerei Botte, Hartenfels ...	40
Metzgerei Sax, Schwendi	42

Interview

Maximilian Heindl, Raps: Tradition und Moderne verbinden	44
---	----

Künstliche Intelligenz (KI)

Metzgerei M. Kleiber, Memmingen: Würstel-KI im Allgäu	46
--	----

Rubriken

Neu auf dem Markt Impressum ...	48
Gesucht & gefunden	50

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

Dieser Ausgabe liegt eine Beilage der bfm Ladenbau GmbH (Lorch-Waldhausen) sowie das Verlagssupplement "Who's who" bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.



Rhöner Wurstmarkt 6 x Gold für Ringsalami

Am Wettbewerb um die beste Hausmacher Ringsalami im Naturdarm nahmen zehn Metzgereien aus Thüringen, Bayern und Hessen teil. Eine Fachjury prüfte die zuvor eingereichten Wurstspezialitäten bei einer Blindverkostung hinsichtlich Aussehen, Farbe, Konsistenz und Geruch und Geschmack. Alle Metzgereien freuten sich über eine Wertschätzung ihrer Wurstkreation. Eine Goldwertung bekamen: Metzgerei/Partyservice Anton Koob (Brendlorenzen), Landmetzgerei Kleinhenz (Oberleichtersbach), Landmetzgerei Budenz (Rasdorf), Metzgerei Zink (Bischofsheim), Pferde- und Landmetzgerei Bergold (Wachenheim, Pfalz) und Landmetzgerei Zobel (Tann). Silber ging an die Metzgerei Ortlepp (Ostheim) und Bronze an den Biohof Manger (Oberelsbach), Gasthof & Metzgerei „Zur Krone“ Mihm (Tann/Rhön) und die Metzgerei Dros (Fladungen).

www.rhoener-wurstmarkt.de



I. Bayerische Fleischerschule Landshut Fleisch-Know-how in drei Tagen

Wer keine Zeit für den neuntägigen Fleischsommelier-Kurs (BFS) hat, kann sich im Kurs „Moderne Zuschnitte beim Rind/Schwein & Grill-Workshop“ an der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut auch in drei Tagen diesbezüglich weiterbilden, etwa vom 15. bis 17. Februar 2025. Der Kurs ist auf 15 Teilnehmende begrenzt. Die Gewinnung, Reifung und das Grillen von B-Cuts stehen hier im Fokus. Die Teilnehmenden lernen alles über verschiedene Grillmethoden, Grillgeräte und Brennstoffe sowie die richtige Temperatursteuerung. Die Referenten sind Michi Spitzauer, Fritz Huber und Sebastian Kuhn. Für Unterkunftsempfehlungen steht das 1.BFS-Team bereit. Weitere Infos: Tel. (0871) 72030-21 oder auf www.fleischerschule-landshut.de.

Fleischerverband Nord

Leistungswettbewerb in Bremen

Der Leistungswettbewerb der norddeutschen Fleischerjugend fand am 16. Oktober 2024 in Bremen statt. Dort traten die besten Fleischerge-sellen aus den Landesverbänden Niedersachsen/Bremen (Nds) und Schleswig-Holstein (SH) sowie Talente der Fachverkäuferinnen und -verkäufer aus Niedersachsen/Bremen, Schleswig-Holstein und der Fleischerinnung Hamburg (HH) gegeneinander an. Die besten Fleischer: 1. Platz: Willert Wemken (Nds), 2. Platz: Pascal Tams (SH) und 3. Platz: Timon Jungesbluth (SH). Die besten Fleischer-Fachverkäuferinnen: 1. Platz: Helen Ottmann (HH), 2. Platz: Johanne Cent (Nds) und 3. Platz: Marine Usubyan (SH). www.fleischer-nord.de



Butcher Wolfpack Fanpaket für Paris

Die Metzgerweltmeister 2022 wollen am 30. und 31. März 2025 bei der World Butchers Challenge (WBC) in Paris ihren Titel verteidigen. Dafür gibt es für Schlachtenbummler ein Fanpaket. Es beinhaltet zwei Übernachtungen in einem veranstaltungsnahen ***-Sterne Hotel (Sa.-Mo.), den Eintritt zur WBC, einen exklusiven Zutritt zum „Meet & Greet“ nach dem Wettkampf am Montag mit dem Team sowie Fan-Utensilien, um es lautstark und stilvoll zu unterstützen (Shirt, Cap, Fahne). Die An- und Abreise erfolgt individuell und ist nicht Bestandteil des Fanpakets. Infos und Anmeldung: <https://www.butcher-wolfpack.de/schlachtenbummler/>



Fleischerschule Augsburg

TV-Dreh: Elisabeth I. & Alexander Herrmann

„Alle auf die Plätze“ und „Action“: Mitte Oktober drehte sich in der Fleischerschule Augsburg erneut alles um die Weißwurst. Anlass war ein TV-Dreh für die Sendung „Aufgegabelt“ des Bayerischen Rundfunks mit dem Starkoch Alexander Herrmann und der amtierenden Bayerischen Weißwurstkönigin und Metzgermeisterin Elisabeth I. (Elisabeth Schadl). Beide stellten dafür in den Räumen der Fleischerschule Weißwürste her und fachsimpelten bei dieser „königlichen“ Produktion über die Kultwurst. Dabei erklärten beide Schritt für Schritt den Produktionsprozess des beliebten bayerischen Schmankerls. Natürlich wurden die Würste danach fleißig verkostet und bewertet. Auch der Spaß kam dabei nicht zu kurz.

www.weisswurstkoenigin.de
www.metzgerhandwerk.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!



K+G Wetter | Butcher Wolfpack
Gemeinsam zum Titel

Der hessische Fleischereimaschinen-Spezialist K+G Wetter steht dem Team des Butcher Wolfpack auf dem Weg zur Titelverteidigung bei der World Butchers' Challenge in Paris Ende März weiterhin als Gold-Sponsor zur Seite. Mit dabei „im Team“ dort ist der robuste Kutter SM 33, der über einen vibrationsarmen und ruhigen Lauf verfügt. Kapitän Dirk Freyberger und sein „Rudel“ wollen die WBC-Fachjury in den Pariser Messehallen erneut mit hochkarätig verarbeiteten Fleisch- und Wurstprodukten überzeugen. Der Großteil des Teams kennt sich mit Maschinen von K+G Wetter aus, da sie in ihren Betrieben damit arbeiten. So auch Metzgermeister Matthias Endraß aus Bad Hindelang, der auf einen CM 50 STL setzt und damit etwa das feine Brät für den Weltmeister-Leberkäs 2022 in Sacramento herstellte.

www.kgwetter.de, www.butcherwolfpack.de

Schon bei Facebook geliked?

FH



**VIELEN DANK für
über 10.000 Follower!**



Kolumne

Volker Behrens, Fleischermeister, Fleischerei Behrens, Twistring

Man selbst ist ja in den Augen anderer immer etwas Verschiedenes. Mal Freund oder Feind, Nachbar, Mitreisender oder Passant, Zeuge usw. Das ändert sich natürlich mit den Umständen, wie man z.B. persönlich bekannt ist, wo man ist und in welchem Zusammenhang etwas passiert. Natürlich hat das auch Einfluss auf einen selbst, mir geht das jedenfalls so. Wenn ich z.B. „Mandant“ bin, hört sich das erstmal recht wertig an (was im Anschluss kommende Rechnungen meist auch unterstreichen). Anders etwa, wenn ich „Benutzer“ bin, z.B. einer Toilette. Als „Benutzer“ wird mir, manchmal sogar im Versuch von Freundlichkeit, alles Mögliche auf Schildern erklärt, was mir als „Mandant“ niemand erklären oder unterstellen würde. Aber natürlich kann ich als „Mandant“ auch mal „Benutzer“ sein, aber nun schweife ich wirklich ab...

Mit unserem Verkaufspersonal trainiere ich immer wieder einmal den Umgang mit den Kunden. Denn wenn man Kunde ist, ist man kein Benutzer, sondern eher König. Ansprache, Blickkontakt, das Benutzen von W-Fragen, Preisnennung im

Münchener Verein

Vorsprung durch Vorsorge

Fachkräftemangel, treue Mitarbeiter bald in Rente und Schwierigkeiten beim Nachbesetzen? Das klingt nach einer Herausforderung. Um auf dem Arbeitnehmermarkt mithalten zu können, sind innovative Lösungsansätze gefragt, wie die Win-Win-Lösung des Münchener Vereins: Anhand des betrieblichen Vorsorgemanagements ist das Unternehmen sehr gut aufgestellt und die Mitarbeiter sind rundum abgesichert. Ob Mitarbeiterbindung dank betrieblicher Altersvorsorge, finanzielle Sicherheit durch Gruppenunfallversicherung oder Berufsunfähigkeitsabsicherung für den Ernstfall. Obendrein hält die betriebliche Krankenversicherung das Team gesund und fit – schnellere Facharzttermine inklusive. Ansprechpartner: Mansoer Weigert – Vorstandsbevollmächtigter Handwerk, Tel. (089) 51 52-2578, E-Mail: weigert.mansoer@muenchener-verein.de. Weitere Informationen unter: www.muenchener-verein.de/bvm.



Was man alles so sein kann

Sandwich, passende Zusatzangebote, wertige und schützende Verpackung – solche Sachen halt. Nicht, dass unsere Leute das nicht alles wüssten; manchmal ist eine kleine Erinnerung (und spielerisches Training) zur Auffrischung aber ganz unterstützend.

Es ist nach meiner Ansicht sehr wichtig, diese Themen immer wieder anzupacken, da sich im Tagesgeschäft doch einiges wieder abnutzt. Dabei kam mir letzters ein Gedanke: Sollten wir den Kunden besser als Gast sehen? Als willkommenen Gast, der uns viel Gutes bringt (denn Umsatz heißt nicht nur Geld, sondern z.B. auch Frische)? Die gehobene Gastronomie bekommt das ja traditionell oft ganz gut hin. Dort bin ich Gast, dort bezahle ich gerne; meistens jedenfalls.

Wir sollten von ihnen lernen.



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

Ronny Paulusch gründet MEAT GmbH



Der Diplom-Fleischsommelier und international anerkannte Branchen-Experte Ronny Paulusch hat die MEAT GmbH (Sitz: Wien; Betriebsstätte: Landkreis Bautzen) gegründet. Ihr Ziel ist es Bildung, Aufklärung und Genuss innovativ miteinander zu verbinden und neue Horizonte für Fachleute, Quereinsteiger und Genießer zu eröffnen. „Die MEAT GmbH ist eine Vision auf den Werten Leidenschaft, Qualität und Nachhaltigkeit. Mit flexiblen, praxisnahen und zukunftsicheren Weiterbildungsangeboten möchten wir Menschen dazu inspirieren, ihr Wissen zu erweitern und ihre Leidenschaft für Fleisch neu zu entdecken“, erklärt er.

MEAT vereint vier zentrale Werte:

- **M wie Meat:** Ursprung des Unternehmens, tief verwurzelte Expertise im Bereich Fleisch und Ernährung
- **E wie Education:** Leidenschaft für Bildung, praxisorientierte Kurse – individuell und flexibel gestaltet
- **A wie Ambition:** Fokus auf die persönlichen Ziele der Teilnehmer – beruflich oder privat
- **T wie Travel:** Fachexkursionen, die einzigartige Einblicke in Fleischproduktion und -veredelung weltweit bieten



Angeboten werde Kurse und Workshops, die online sowie bei renommierten Bildungsträgern und Partnern aus dem Handwerk durchgeführt werden. Eine eigene Lernplattform bietet den Teilnehmern Zugang zu Online-Kursen. Eine App macht das Lernen flexibel und mobil. Damit sind die Kursinhalte jederzeit erreichbar und die Weiterbildung ist auch unterwegs möglich. Ein integriertes e-Ticket-System für externe Events erleichtert die schnelle Anmeldung. Zum Jahresbeginn 2025 stellt Ronny Paulusch auf einer neuen Homepage das MEAT-Leistungsspektrum vor. „Mit der MEAT GmbH setze ich ein klares Zeichen für die Zukunft des Fleischerhandwerks und der kulinarischen Bildung“, betont er. Er verfügt über 30 Jahre Erfahrung in der Fleischbranche, vor allem in der Veredelung und Reifung von Fleischwaren sowie als Maestro-Cortador für Iberico-Schinken. *Infos unter: kontakt@meat-gmbh.com*

Fotos: MEAT GmbH, Landkreis Roth



Landkreis Roth

Presssack-Wettbewerb

Erstmals fand der traditionelle Wettbewerb des Landkreises Roth um den besten fränkischen roten Presssack auf der Nürnberger Messe „Consumenta“ statt. Hunderte Interessierte ließen sich das nicht entgehen. Zehn Metzgereien und Hofmetzgereien stellten sich bei der 18. Auflage dem Votum der zehnköpfigen Jury, der auch vier Verbraucher sowie der Weltmeister-Metzger Dirk Freyberger angehörten. Jede Wurst habe ihren eigenen Charakter, hieß es aus den Reihen der Jury. Es siegte Thomas Brechtelsbauer (4.v.li.) aus der gleichnamigen Landmetzgerei (Georgensgmünd-Mäbenberg), auf Platz 2 kam die Metzgerei Der Peipp (Schwanstetten-Leerstetten) und Dritter wurde die Metzgerei Max Gruber (Spalt-Großweingarten). www.landratsamt-roth.de

Kochschinken der nach Heimat schmeckt.

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

 **Beck**
Gewürze und Additive
www.beck-gewuerze.de

Zuspruch in Travemünde

Am 13. und 14. Oktober 2024 fand in Travemünde der 134. Deutsche Fleischer-Verbandstag statt. Zu dem Kongress kamen neben den Delegierten der Mitglieder erneut zahlreiche Gäste.



Die Eröffnungsveranstaltung war geprägt von der Frage, welchen Platz das personalintensive Fleischerhandwerk in der Arbeitswelt künftig einnehmen kann. Dazu hielt der Autor und Unternehmer Stefan Dietz ein Impulsreferat, in dem er Ansätze aufzeigte, wie man Trends zu immer weniger Arbeitszeit und Homeoffice aktiv begegnen kann. Insbesondere werde es darauf ankommen, deutlich zu machen, dass Arbeitsplätze im Handwerk eben nicht ins Ausland verlagert werden können, wie das bei Büroarbeit leicht möglich ist. Diesen Vorteil könne man ausspielen, vor allem dann, wenn es gelingt, sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Dabei komme es nicht nur auf die Bezahlung an, die zwar fair, aber nicht überhöht sein muss. Wichtig sei es auch, dass eigene Mitarbeiter in ihrem Umfeld positiv für das Unternehmen werben.

Dieses Thema wurde danach in einer Podiumsdiskussion aufgegriffen, an der neben dem Referenten DFV-Präsident Herbert Dohrmann und der Präsident des Zentralverbands des Deutschen Handwerks, Jörg Dittrich (o. li.), teilnahmen. Hier wurden die richtigen politischen Rahmenbedingungen eingefordert. Jörg Dittrich betonte, dass es nicht akzeptabel sei, wenn Berufsschulen und Bildungseinrichtungen des Handwerks gegenüber der akademischen Bildung vernachlässigt werden.

Positive Ansätze aufgreifen

Schon vor der Behandlung des Schwerpunktthemas hatten die beiden Präsidenten in ihren Reden drängende politische Themen aufgegriffen. So monierte Herbert Dohrmann, dass die Unzufriedenheit vieler von der Ampel-Regierung hausgemacht gewesen sei. An Beispielen verdeutlichte er, dass das Regierungshandeln an der Lebenswirklichkeit der übergroßen Mehrheit der Menschen vorbeigegangen sei. Darin liege auch ein wesentlicher Grund dafür, dass sich die Wähler Parteien zuwenden, die zwar keine Konzepte ha-

Es wird darauf ankommen, deutlich zu machen, dass Arbeitsplätze im Handwerk eben nicht ins Ausland verlagert werden können, wie das bei Büroarbeit in vielen Fällen leicht möglich ist.

ben, die Unzufriedenheit aber geschickt aufnehmen. Bei aller berechtigten Kritik darf man nach seiner Aussage die positiven Ansätze nicht übersehen. Er verwies auf den aktuellen Ernährungsreport der Ampel-Regierung, der belegt, dass zuletzt vor allem bei jungen Menschen der Fleischkonsum zugenommen hat. Es sei nun die eigene Aufgabe, diese Erkenntnisse noch deutlicher als bisher nach außen zu tragen.

Im Rahmen der Eröffnungsveranstaltung wurde dem DFV-Präsidenten eine besondere Ehre zuteil. Für sein langes, erfolgreiches ehrenamtliches Engagement für das Handwerk auf Innungs-, Landes- und Bundesebene sowie im ZDH-Präsidium wurde er von Jörg Dittrich mit der höchsten Ehrung des Handwerks, dem Handwerkszeichen in Gold, ausgezeichnet. Zudem wurde Laura Reckmann (22, o. re.) für ihren 2. Platz und die Silbermedaille bei den „WorldSkills 2024“ in Lyon geehrt.

Die Mitgliederversammlung

Bei der Delegiertenversammlung stand neben der Berichterstattung durch den Präsidenten und die Präsidiumsmitglieder der Bundestagswahlkampf 2025 im Fokus. Dazu formulierte der DFV zehn Kernforderungen, die gegenüber den politischen Parteien vertreten werden sollen. Jeder Delegierte erhielt mehrere Karten, auf denen die Forderungen schlagwortartig aufgeführt sind. Ein QR-Code führt zu den ausführlichen Beschreibungen der Thesen. Diese Karten sollen an die Bundestagskandidaten ausgegeben und als Basis für Politikergespräche genutzt werden. Die Regularien brachten fast ausschließlich einstimmige Zustimmung. Das sehr positive Jahresergebnis des vergangenen Jahres ermöglicht es, auf eine reguläre Beitragserhöhung für das nächste Jahr zu verzichten. Nur die 2023 beschlossene Erhöhung zur Finanzierung des zu schaffenden DFV-Hauptstadtbüros wird eingerechnet.

www.fleischerhandwerk.de

red

BEWERBEN SIE SICH JETZT FÜR DIE **FT & FH** AWARDS 2025



PREISKATEGORIEN:

- Maschinenbau
- Smart Factory
- Ingredients und Gewürze
- Schlacht- und Zerlegetechnik
- Nachhaltigkeit
- Verpackungstechnik
- Weiterbildung und Forschung
- Fleischalternativen



PREISKATEGORIEN:

- Verarbeitungsmaschinen
- Ladenbau und Verkaufsförderung
- Nachhaltige Metzgereibetriebe
- Klima- und Räuchertechnik
- Gewürze und Gütezusätze
- Smartstores und 24/7-Shops
- Nachhaltige Verpackungstechnik
- Weiterbildung

Mit den **FT FLEISCHEREI TECHNIK** sowie den **FH FLEISCHER-HANDWERK Awards 2025** werden zum 9. Mal technische Entwicklungen, Konzepte oder Dienstleistungen in der Fleisch- und Wurstverarbeitung ausgezeichnet, die einen nachhaltigen Vorteil für den verarbeitenden Betrieb und die Qualität der dort hergestellten Lebensmittel haben. Die Auszeichnung wird an Unternehmen der Ausrüstungs- und Zulieferindustrie sowie Dienstleister verliehen. Eine Fachjury nimmt die Beurteilung der eingereichten Vorschläge und Bewerbungen vor. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Die Ausschreibung für die **FT FLEISCHEREI TECHNIK** und die **FH FLEISCHER-HANDWERK Awards** endet am **24. März 2025**.

Bewerbung:

Bewerbungen und Vorschläge können ab sofort per E-Mail eingereicht werden. Die Kurzbewerbung in digitaler Form sollte enthalten:

- Motivation für Bewerbung
- Firmenbeschreibung und fachlichen Hintergrund
- Schilderung des Projekts bzw. der Innovation auf max. 3 Seiten sowie die Herausstellung des besonderen Innovationsgehalts
- Bilder

Preisverleihung: Die Prämierung der preisgekrönten Entwicklungen und Projekte erfolgt im **Mai 2025** auf der **IFFA in Frankfurt am Main**. Die Preisträger werden außerdem mit einer Urkunde ausgezeichnet. Über die Siegerprojekte wird nach der Preisverleihung in **FT FLEISCHEREI TECHNIK** und **FH FLEISCHER-HANDWERK** ausführlich berichtet. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

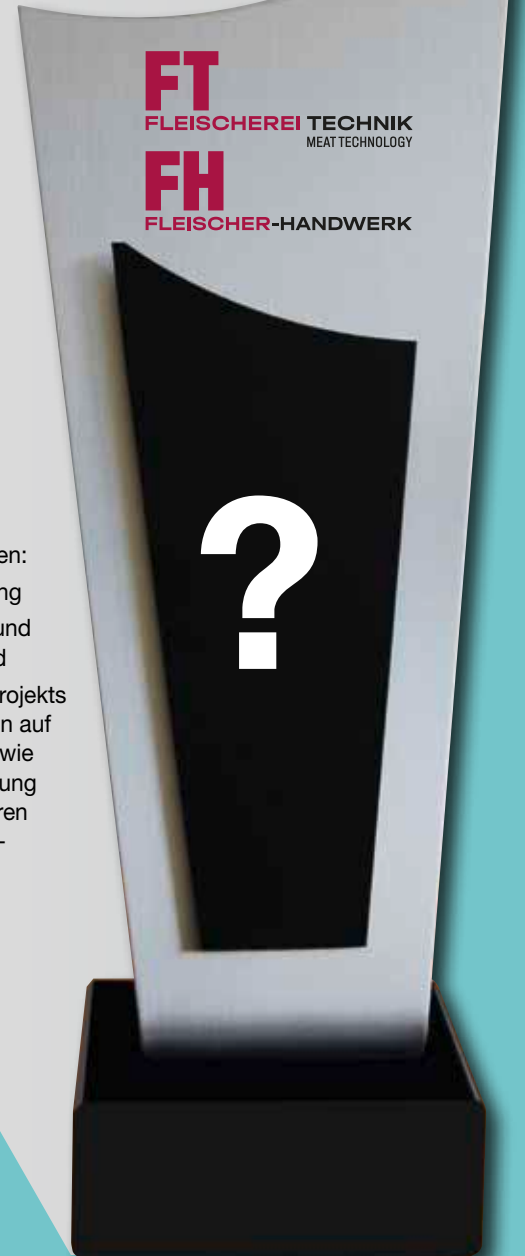
Bitte senden Sie Ihre Bewerbung per E-Mail an die Redaktion:



Christian Blümel, Chefredakteur
c.blumel@blmedien.de, +49 (89) 370 60-185



Marco Theimer, Chefredakteur
m.theimer@blmedien.de, +49 (89) 370 60-150





Das ganze Jahr Saison

Wildfleisch ist gefragt wie selten zuvor: Laut Erhebungen des Deutschen Jagdverbandes (DJV) wurden in der Jagdsaison 2022/2023 bundesweit mehr als 25.000 Tonnen Wildbret verzehrt.

Der unangefochtene Spitzreiter dabei ist und bleibt Fleisch vom Wildschwein mit einem Anteil von rund 50 %, gefolgt von Reh (ca. 40 %). Den Rest teilen sich beim sog. Schalenwild Rot-, Dam- und Sikawild. Auch Federwild ist gefragt, denn knapp 280.000 Wildtauben und 250.000 Wildenten ergänzen die

DJV-Verzehrstatik. Mittels einer repräsentativen Umfrage ging der Verband daher der Frage nach, weshalb der Appetit auf Wild hierzulande kontinuierlich zunimmt. Demnach halten 84 % der Deutschen Wildbret für ein gesundes, natürliches Lebensmittel. Zwei Jahrzehnte zuvor lag der Wert noch bei 70 %. Rund 55 % gaben



Ob im Sommer oder Winter: Frische Wildbratwürste sorgen für Abwechslung in der Theke und geschmackliche Vielfalt.



Mit kreativen Häppchen oder Canapées vom Wild ist es möglich auch im Partyservice und Catering bei der Kundschaft zu punkten.

Fotos: arturas kerdokas – Stock.adobe.com, Michael Keller



Auch für abwechslungsreich bestückte Grillspieße ist Wildfleisch, hier etwa mit Reh, eine Alternative zu Schwein oder Geflügel.

an, mindestens einmal pro Jahr Wild zu essen – Tendenz steigend. Klar, der Markt für Wildfleisch ist ein Nischenmarkt, aber genau daraus ergibt sich eine große Chance. Auch für Metzgereien, denn in der professionellen Vermarktung von heimischem Wildbret gibt es noch riesige Lücken. Das zeigt z. B. die Zahl, dass über 50 % des Wildbrets als Gulasch verzehrt werden. Ein Metzger, der sich mit Wildfleisch beschäftigt, kann damit gutes Geld verdienen, denn er ist in der Lage, auch Zuschnitte zu veredeln und diese zu Wurstspezialitäten zu verarbeiten. Wildfleisch lässt sich ähnlich verarbeiten wie Rind, Schwein oder Kalb, genießt aber häufig einen höheren Stellenwert bei den Verbrauchern.

Gegen das Schattendasein

Fast immer kommen einem zunächst die Monate von September bis Februar für ein größeres Wildfleischangebot in den Sinn. Die kühlere Jahreszeit stand und steht immer für das Wildangebot – auch weil es früher die heutigen Kühlmethoden nicht gab. Mittlerweile hat sich das Angebot aber deutlich verändert. Die Jagd auf Wildschweine ist, außer auf führende Bachen, ganzjährig möglich. Bei Rehwild endet die Jagdzeit in vielen Bundesländern Mitte Februar, ab April sind je nach Bundesland der Rehbock und das Schmalreh wieder offen. Ähnliches gilt für Rot- oder Damwild (Schmalspießer): Diese sind bis Ende Februar jagdbar und dann wieder ab Juni. Wildfleisch könnte also auch außerhalb der althergebrachten Zeiten in der Theke angeboten werden. Natürliches Wild ist immer ein Hochgenuss. Obwohl Wildfleisch mehr Aufmerksamkeit verdient hat, führt es in den meisten Fleischtheken ein Schattendasein: im LEH bis auf Zuchtware aus Neuseeland oder Australien, dessen Wildstatus zweifelhaft ist, da es sich dabei fast komplett um „Gatterware“ handelt.

Sind die Tiere auf natürliche Weise in deutschen und europäischen Wäldern, Feldern und Fluren aufgewachsen, haben sie sich von dem ernährt, was die Natur gerade anbietet. Die Jäger sind mit passenden Abschussplänen gehalten, den jährlichen Zuwachs zu entnehmen und die Populationen damit stabil halten. Spricht man über Nachhaltigkeit, geht auch kein Weg an Wildfleisch vorbei,



Als Vorspeise: Wild-Carpaccio mit gehobeltem Parmesan und Rote-Bete-Blättern (alternativ: Reddy-Spinat).

denn es ist CO₂- und damit klimaneutral. Heimisches Rehwild ist ein besonderer Hochgenuss, als Konzentratspektierer sucht es immer die edelsten Triebe, Blütenspitzen und zartesten Gräser. Das schmeckt man auch beim Zubereiten: Fleisch, das sich durch Zartheit mit viel Eigengeschmack auszeichnet. Meist reicht ein wenig Salz, um den Geschmack perfekt zu machen.

AVO

NEU!

**Voller Geschmack
– reich an Protein!**

Das neue **AVO SOFIT High Protein Sortiment** kombiniert ausgewogene Geschmacksvielfalt mit dem Wunsch nach proteinreicher Ernährung. Die Marinaden in den Sorten Paprika und Gartenkräuter sowie die Komplettmarinaden Waldpilz und India bieten starke Kaufanreize an der Frischetheke und im SB-Regal.

AVO-Werke August Beisse GmbH
Industriestraße 7 · 49191 Belm · www.avo.de



Michael Keller ist seit 2013 aktiver Jäger, Referent für Wildkunde und zählte 2022 zu den ersten zertifizierten Wildsommeliers in Deutschland.



Küchenfertig vorbereiten

Wildfleisch ist also ein Ganzjahresartikel. Auch die Grillzeit hält gute Vermarktungsmöglichkeiten bereit, egal ob als Burgerpatties, Wildbratwurst oder Steaks. Mein Motto bei meinen Veranstaltungen lautet: „Es gibt mehr Steaks, als man denkt“. Man hat die Möglichkeit, den Kunden neben Rücken und Filet alle Muskeln der Keule als Steaks anzubieten, egal ob vom Wildschwein, Rot-, Dam- oder Rehwild. Wildschwein-Nackensteaks – einfach

Für Wildfleisch gilt: den Kunden Abwechslung anbieten und es möglichst convenient vorbereiten.

Buch-Tipp



Wild ist gesund, nachhaltig und lecker. Das zeigen Wildsommelier Michael Keller und Küchenmeister Andreas Seel in ihrem Buch „So einfach geht Wild: Zerlegen, zubereiten, genießen“. Nach einem Rückblick auf die Geschichte der Jagd und heute übliche Jagdmethoden beschreiben sie die wichtigsten in Mitteleuropa vorkommenden Hauptwildarten, die regelmäßig verfügbar sind, und geben eine Schritt-für-Schritt-Anleitung zur

Verarbeitung mit Grob- und Feinerlegung der einzelnen Arten und der Weiterverarbeitung bis zum küchenfertigen Produkt. Mit kreativen Rezepten für selbstgemachte Würste, Burger, Terrinen, Sülzen, Spieße und mehr aus Wildschwein, Reh, Kaninchen und Geflügel ist das Buch für Jäger, Hobbyköche und Profis gleichermaßen interessant.

Michael Keller, Andreas Seel: So einfach geht Wild, Heel Verlag, 160 Seiten, 29,95 Euro

klasse zu allen Jahreszeiten. Auch Pulled Pork von der wilden Sau, küchenfertig vorbereitet. Rehkeulensteaks super-mager, egal ob der ganze parierte Muskel (Oberschale, Kugel oder Unterschale) oder in Scheiben für Steaks oder Schnitzel geschnitten. Ebenso finden Wildspieße mit passendem Gemüse ihre Liebhaber bei der Kundschaft. Sous-vide vorbereitete Vorder- oder Hinterläufe passen als fertiges Wildragout – langsam geschmort – küchenfertig zu Pasta, Kartoffeln oder Klößen. Knochen, Sehnenabschnitte etc. ergeben eine großartige Wildbrühe oder passende Jus als Grundlage einer kräftigen und herzhaften Sauce.

Weitere Arten und Sous-vide

Zu den weiteren Wildarten, die verarbeitet werden können, zählen neben heimischen Graugänsen auch Kanada- oder Nilgänse. Auch Nutrias machen sich immer breiter und sind als reine Pflanzenfresser ähnlich zu verarbeiten und anzubieten wie Wildkaninchen. Für Wildfleisch gilt: den Kunden Abwechslung anbieten und es möglichst convenient vorbereiten.

Viele Kunden verfügen über Sous-vide-Geräte und -Zubehör. Daher lohnt es sich, Keulenteile dafür anzubieten. Dafür eignen sich alle Muskelpartien aus der Keule. Leicht aromatisiert – eventuell mit Rosmarin, Thymian, Salbei, Zitronenabrieb oder anderen

Aromaten. So verschafft man den Kunden ein Genussserlebnis. Wichtig ist hier die passende Kerntemperatur. Für Reh- und Rotwild sind meiner Erfahrung nach 56 bis 58°C ideal. Bei Wildschwein sollten es 62°C sein. Ist die Kerntemperatur im Sous-vide-Becken für die einzelnen Teilstücke erreicht, was je nach Größe und Herkunft der einzel-

nen Muskelpartien eine bis drei Stunden dauert, kann man mit scharfem Nachbraten in einer heißen Pfanne oder auf dem Grill die gewünschten Röstaromen erzeugen. Vor dem Aufschneiden

ruhen lassen, damit sich der Fleischsaft zurückziehen kann und die Tranchen saftig bleiben. Nach dem Aufschneiden nur ein wenig salzen und pfeffern.

Wildfleisch ist also nicht nur eine Abwechslung zum sonstigen Sortiment, sondern verfügt mit seinen besonderen Nährwerten wie einem hohen Gehalt an Eisen, B-Vitaminen und dem sehr geringen Fettgehalt – über die mehr-

fach ungesättigten Omega 3 und Omega 6 Fettsäuren – über ernährungsphysiologische Vorteile gegenüber vielen anderen Fleischarten. Es muss aber schon in der Präsentation Appetit machen. Denn: Oft sieht man beim angebotenen Wildsortiment stark ange-trocknete Steakteile, was nicht unbedingt Lust darauf macht.

Die Nachfrage nach Wildfleisch wächst, daher gilt es, diesen Trend zu nutzen und den Kunden ein optisch ansprechendes und vielseitiges Sortiment anzubieten.

Michael Keller

www.keller-promotion.de



Geschmackvoll veredeln

Reh, Hase, Wildschwein & Co. bieten urige Geschmackserlebnisse. Aber auch klassische Wildgerichte wie Suppen, Gulasch oder Braten lassen sich mit Grillgewürzen und SoftFix-Marinaden von **Beck Gewürze und Additive** geschmackvoll veredeln. Für Gegartes und Gesmoketes eignet sich der Dekor Dark Rub, eine süß-herbe Komposition aus Karamell, Schwarzkümmel, Koriander und Pfeffer. Das Wildgewürzsalz enthält Rosmarin, Koriander, Wacholder und verschiedene Pfeffersorten. Eine Verbindung kräftiger Kräuteraromen mit der deftigen Note und dem sanften Biss kleiner rosa Beeren verbirgt sich hinter der SoftFix Marinade Rosmarin Rustikal. Und wer den edlen Geschmack von Trüffel schätzt, der kommt laut Unternehmen mit der SoftFix Marinade Trüffel Aroma mit einer ausgewogenen Balance aus weißem Pfeffer, Ingwer und Knoblauch auf seine Kosten. Bei den kostbaren Trüffeln gilt es, mit einer sensiblen Würzung das komplexe Eigenaroma des Edelpilzes herauszukitzeln. Gerne unterstützen die „Becksperten“ bei der verkaufsfördernden Gestaltung des Angebots.

www.beck-gewuerze.de

Herzhaftes aus Wild

Für Wurst- und Schinkenspezialitäten vom Wild bietet auch **NovaTaste** eine Reihe an Produkten an. Etwa die Diana Wildwürzung OG AF für Wildfleisch mit rustikalen Nuancen von Wachholder, Koriander und Piment sowie sichtbaren Kräuter- und Gewürzbestandteilen. Für eine Zirbensalami gibt es ein Reifemittel mit Würzung, in der neben Pfeffer und Koriander Zirbennoten für eine besondere Komponente in der Wurst sorgen. Themenspezifische Wursthüllen verleihen solchen Spezialitäten ein verkaufsförderndes Aussehen, z.B. der Faser-Darm Hirschsalami für Rotwildsalami-Variationen oder Nennkaliber 50 für Salami aus Wildschwein oder Gämsen. Ein Leinendarm mit Edelschimmel ist für Wildrohurst eine edel anmutende Hülle. Daher hat Wiberg Schimmeldruck entwickelt. Hier gilt es rechtliche Bestimmungen des jeweiligen Produktionslandes zu beachten. <https://europe.novataste.com/de>



Nachhaltiges Wild aus der Heimat

Unter dem Leitgedanken „Wild von hier statt Fleisch von irgendwo“ bietet **Artemis Wildfleisch** Wild aus heimischen Wäldern an. Dabei steht stets die Regionalität im Mittelpunkt. Das Unternehmen aus Kenn bei Trier arbeitet eng mit erfahrenen Jägern zusammen, um frisches Wildfleisch von hoher Qualität zu gewährleisten. Jede Charge wird streng kontrolliert, lückenlos rückverfolgt und regelmäßig mikrobiologisch untersucht. Durch ausgeweitete Einkaufsstrukturen und modernisierte Lagerkapazitäten sei eine stabile Versorgung gesichert – unabhängig von Marktschwankungen. Reh- und Rotwild sind ganzjährig verfügbar, auch das Angebot an Fleisch von Wildschweinen ist stabil. Das Fleisch wird auf ethische und verantwortungsvolle Weise nachhaltig gewonnen. Kreative Produkte wie Salami oder Wildburger ergänzen das Angebot. www.artemis-wild.de



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.





17.000 beim Rhöner Wurstmarkt



Was für ein Fest für alle Sinne: Der 12. Rhöner Wurstmarkt am 12. und 13. Oktober 2024 in Ostheim vor der Rhön lieferte erneut eine Glanzvorstellung für das Genusshandwerk.

Der Startschuss für diesen in Deutschland beispiellosen Open Air-Genuss-Event mit handwerklichen, mit hoher regionaler Wertschöpfung hergestellten Spezialitäten in der malerischen Marktstraße von Ostheim v. d. Rhön fiel im Jahr 2000. Nur einmal fiel er aus – 2020, der Corona-Pandemie geschuldet. Allerdings gab es da eine Online-Alternative. Bei sonnigem Wetter präsentierten nun 50 Aussteller, darunter 30 Metzgereien und Direktvermarkter, aus der bayerischen, hessischen und thüringischen Rhön sowie einigen Gastregionen feinste Kreationen. Aus dem Piemont angereist war die Metzgerei Agricola Caldera, einmal mehr dabei waren die Metzgereien Bausewein aus Prichsenstadt (Landkreis Kitzingen), Heindl aus Untergriesbach (Landkreis Passau) und die Metzgerei H. Brehm aus Seßlach (Landkreis Coburg). Sechs Metzgereien und Direktvermarkter präsentierten ihre Produkte erstmals: Metzgerei W. Schott (Haunack-Fischbach), Metzgerei Dros (Fladungen), Metzgerei Zink (Bischofsheim/Rhön), Bio-Hof Brand (Aura a.d. Saale), Mangers Bauernladen (Oberelsbach) und Geier's Hofladen (Hofheim-Eichelsdorf).

Schirmherr der Veranstaltung war MdL Sandro Kirchner (Bild 1, mi.), Staatssekretär im Staatsministerium des Innern, für Sport und

1. Der Wurstanschnitt **2.** Auch der Rhöner Biosphären-Schinken wurde verkostet. **3.** Metzgerei Dros **4.** Metzgerei Heindl **5.** Fleischerei Luthardt **6.** Leckere Kürbissuppe (die gab es mit oder ohne Wursteinlage) **7.** Grill-Action der Metzgerei Ortlepp **8.** Metzgerei Bausewein **9.** Metzgerei Meissner



7



8



9

Integration, der dem Rhöner Genusshandwerk in seiner Rede große Wertschätzung und Hochachtung entgegenbrachte. „Die Rhön ist, was den Genuss betrifft, sehr breit aufgestellt. Die beste Wurst gibt es meiner Meinung nach in dieser Region“, betonte er. Die Aussteller des Wurstmarktes seien eine wunderbare Visitenkarte für das Metzgerhandwerk, das unterstützt werden müsse.

Metzger sind Künstler

Auch die stv. Landrätin Eva Böhm (Bild 1, li.) hob die starke Verbundenheit aller Akteure rund um die auf dem Markt präsentierten Produkte hervor. „Handwerklich erzeugte Kreationen aus der Rhön sind unschlagbar gegenüber industrieller Ware“, unterstrich die Ostheimerin nachdrücklich. „Metzgerinnen und Metzger sind Produktentwickler und Künstler. Sie träumen nachts von neuen Kreationen und setzen sie tagsüber dann um“, weiß der Metzgermeister, Aussteller der ersten Stunde sowie Mitinitiator des Marktes, Anton Koob (Bild 1, 2. v. li.), aus Erfahrung. Er dankte vor allem den vielen treuen Besucherinnen und Besuchern, die seit 20 Jahren immer wieder kommen. „Das zeigt uns, dass wir alles richtig gemacht haben“, so das Mitglied des Organisationsteams bei seiner letzten Teilnahme.

„Handwerklich erzeugte Kreationen aus der Rhön sind unschlagbar gegenüber industrieller Ware.“

Eva Böhm

Fantasievolle Kreationen

Die Aussteller überboten sich mit einer Fülle von ideenreichen Kreationen, viele davon für den Event entwickelt: etwa die Rehwürstel der Landmetzgerei König, eine Dreiländerbratwurst, die gemüsehaltigen „Power Rolls“ der Metzgerei Dros, gegrillten Schwartenmagentalern, die Apfelfrikadellen-Burger der Metzgerei Birkenbach, die Bacon-Cheese-Bratwurst der Metzgerei Alles oder

die „Brisket Burger“ der Metzgerei Glasauer. „Gerade mit solchen Angeboten haben wir eine Chance, junge Leuten als Kundschaft zu gewinnen“, ist sich Andreas Ortlepp von der gleichnamigen Ostheimer Metzgerei sicher. Auch der Rhöner Biosphären-Schinken, hauchdünn und stilvoll aufgeschnitten, sowie die Rhöner Biosphären-Salami wurden angeboten.

Voll des Lobes waren die Gäste, die eine festlich-fröhliche und friedliche Atmosphäre genossen. Die Stände waren liebevoller denn je geschmückt. Sie spiegelten mehr denn je die Leidenschaft für das Handwerk wider. „Ich bin immer wieder begeistert von der Qualität des Wurstmarktes. Nirgendwo anderswo führe ich so intensive Fachgespräche mit den Besucherinnen und Besuchern“, betonte Markus Alles von der Metzgerei Alles aus Frauenroth.

Ideenreich war es auch im Ostheimer Rathaus, etwa beim Debüt der „Kulinarische Lesung“, die großes Interesse fand. Spielerisch, aber mit ernsthafter Botschaft, war das Kinderprogramm gestaltet. Die Teams von Naturpark Rhön, Naturpark-Rangern sowie dem Naturerlebniszentrum Rhön bauten mit Kindern

aus Holz verschiedene Haltungsformen für Schweine nach.

Das Organisationsteam zeigte sich rundum begeistert. Die Besucher haben sich dank neuer Marketingaktionen angenehmer auf beide Tage verteilt. Die neuen Aussteller waren eine echte Bereicherung für das Angebot. Die Vernetzung der Kolleginnen und Kollegen untereinander zeigte sich noch stärker ausgeprägt. Denn: Es geht nicht um Wettbewerb, sondern um ein gemeinschaftliches Miteinander zum Erhalt des Metzgerhandwerks. Die Vorbereitung für die 13. Auflage 2026 hat bereits begonnen.

red

www.rhoener-wurstmarkt.de

Fotos: Marco Theimer

**Sun[®]
Products**

Vertriebs GmbH

FRÖHLICHE *Weihnachten*
UND ALLES GUTE

FÜR DAS NEUE JAHR!





Beliebte Herbstmesse

Zum zweiten Mal nach 2023 feierte die Evenord ein Messe-Duett. Zur Herbstmesse im 100. Jubiläumsjahr mit über 50 Ausstellern kamen mehr als 1.000 Besucher

Eine „gute und positive Stimmung“, wichtige Impulse für die Metzgerbranche sowie für ihre Fachkräfte- und Ausbildungsbemühungen – das nahm Reiner Laabs, Vorstandssprecher der Gilde (ehemals Zentrag), von der Herbstmesse in Nürnberg mit. Erfreut war er, dass sich das Image von Fleisch verbessere und auch die Gruppe jüngerer Konsumenten überzeuge. Über 1.000 Besucher kamen an zwei Tagen an den Evenord-Stammsitz, um neueste Technik und Angebote von über 50 Partnerfirmen kennenzulernen.

Vorstand Christian Tschulik rief dazu auf, hinter die Kulissen zu schauen, etwa in die 2023 für 1,3 Mio. Euro neu erbaute Maschinen- und Servicewerkstatt, in der Kooperationspartner Christian Höhn und sein Team herstellernunabhängig Reparatur- und Wartungsarbeiten für fast jede Art von Metzgereitechnik anbieten. Oder in den Frischemarkt mit ca. 2.000 m² Fläche, der einen „10 % auf alles“-Rabatt offerierte. Ein Angebot, das gut 300 Kunden nutzten. Ehrengäste im 1.200 m² großen Messezelt waren der Geschäftsführer der Würzburger Metzgergenossenschaft Evgedem, Helmut Keiner, die Mitglieder des Evenord-Aufsichtsrates um Vorsitzenden Claus Steiner (Nürnberg) und Stellvertreter Stefan Wolf (Nürnberg), die Evenord-Vorstände Florian Weininger, Wolfgang Rupprecht und Thomas Kühnlein sowie Geschäftsführungsmitglied Ralf Kolloch und Geschäftsführer Olaf Zaulig (EV Service).

Abwechslungsreiches Angebot

Das Angebot für die Besucher aus rund 350 Betrieben reichte von Maschinen und Lebensmitteln bis zu Deko-Artikeln. Gute Nachrichten verbreitete Werkstattbetreiber Christian Höhn, der Fessmann und Frey Maschinenbau als Vertriebspartner vertrat: Um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, bildet man seit September einen Lehrling zum Kälte- und Klimatechniker aus.

Im neuen, dunkelblauen Design präsentierte Gilde sein Warensortiment – mit Gold, Silber- und Bronze-Etikett. Fleisch-Abteilungsleiter Patrick Völker und Peter Eisch zeigten Neuheiten wie Sauce Hollandaise oder Salatmayonnaise und Premium-Dessertvariationen wie Schokomousse mit Himbeerfruchtmark für Mittagstisch oder Catering. Die Fleischsommelière Isabelle Völker bot Hähnchenbrustfilet im Knuspermantel vom Grill zum Verkosten an.

Seit fast 40 Jahren regelmäßig dabei ist Oberland (Holzkirchen) als Teil der R+S Gruppe. Laut Vertriebschef Richard Wittmann fokussiert man sich auf edle Spezialitäten, die Metzger so leicht nicht selbst herstellen können – Parmaschinken, italienische Rindersalami, Pasteten aus Frankreich, reine Hähnchensalami etc. Mit rund 200 derartigen Produkten beliefert man Genossenschaften.

Seit 30 Jahren Lieferant, aber erstmals dabei, war Rolf Bayer Vacuumverpackung (Veitsbronn). Laut Inhaber Bernd Bayer hat man sich auf die Herstellung hochwertiger Barrierebeutel und Folienprodukte spezialisiert. Das Portfolio für den Lebensmittelbereich reicht von Verpackungs- bis Reifefolien und von Vakuum- bis Schrumpfbeutel. Als Neuheiten präsentierte Verkaufsleiter Oliver Habitzreuther den nachhaltigen Beutel BST-050-Light und den zu 100 % recycelbaren Monobeutel BST-080-PP aus Polypropylen.

Premiere als Evenord-Aussteller feierte Surgital (Lavezzola/I). Ob Roh- oder Fertigware: Im Großhandel gibt es Lasagneplatten, Ravioli, Spaghetti & Co. für Catering oder feine Menüs.

Das Team der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut um Geschäftsführerin Barbara Zinkl-Funk stellte einen Basiskurs für Quereinsteiger an der Ladentheke (20. bis 23.1.2025), Wochenendlehrgänge zur Erlangung der Sachkundebescheinigung gemäß § 4 Tierschutz-Schlacht-VO sowie Kurse über moderne Zuschnitte bei Rind und Schwein inklusive Grillworkshop vor.

www.evenord.com

Landessieg³

Alljährlich im Herbst werden die Landessieger und -siegerinnen im Fleischerberuf und im Fachverkauf ermittelt, auch in Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg.

Mit kreativen und fachlich anspruchsvollen Ergebnissen warteten die zum Wettbewerb angetretenen Teilnehmerinnen und Teilnehmer in allen drei Bundesländern auf. Die Sieger und Siegerinnen qualifizierten sich für die „Deutsche Meisterschaft im Fleischerhandwerk“ (siehe S. 19), die Anfang November in Dresden stattfand.



Bayern

Der Landesleistungswettbewerb fand wie gewohnt in der Fleischerschule Augsburg statt. Am 8. Oktober 2024 wetteiferten elf junge Damen und Herren – sechs Fleischer und fünf Fachverkäuferinnen – um den Sieg, darunter Disziplinen wie Zerlegen einer Rinderkeule oder kreatives Fingerfood. Bei den Fleischern/Fleischerinnen siegte nach vier Disziplinen **Lukas Sandmair** (Landmetzgerei Huber, Jesenwang), im Fachverkauf nach sechs Disziplinen **Franziska Meyr** (Feinkost-Metzgerei Weber, Lenggries). „Am Ende war es knapp. Ihr seid alle Gewinner und wir sind stolz auf unsere Nachwuchskräfte“, so der Verband auf Facebook. www.metzgerhandwerk.de



Baden-Württemberg

Im „Ländle“ ging der Landesleistungswettbewerb am 7. und 8. Oktober 2024 in der Gewerblichen Schule in Schwäbisch Gmünd über die Bühne. Eine Fleischerin, drei Fleischer und zwei Fachverkäuferinnen stellten sich dem Wettbewerb. Es wurde ausgebeint, zerlegt und sortiert, Platten gelegt und Fingerfood angefertigt sowie eine Überraschungsdisziplin gemeistert. Platz 1 belegte bei den Fleischern **Max Winterhalter** aus der Oberen Metzgerei Winterhalter aus Elzach, ausgebildet in der Metzgerei Feißt in Teningen. **Celina Braumiller** aus der Metzgerei Andreas Steck in Langenau siegte im Fachverkauf. www.fleischerbw.de



Nordrhein-Westfalen

Der Landeswettbewerb des Fleischerverband Nordrhein-Westfalen fand am 24. September 2024 im Frischezentrum Essen statt, wo sechs Teilnehmer im Berufsfeld Fleischer und zwei junge Damen aus dem Bereich Fachverkauf ihr Können unter Beweis stellten. **Lars Bendmann** aus der gleichnamigen Fleischerei aus Duisburg-Walsum belegte bei den Fleischern den 1. Platz, im Fachverkauf gewann **Lea-Sophie Wächter** von der Metzgerei Scharfenbaum aus Brilon. Zweite wurden Alina Samira Vergoosen (Fleischerei Rösken, Erkelenz) im Fachverkauf und Jannik Brieden (Metzgerei Scharfenbaum) bei den Fleischern, vor seinem Mitstreiter Christian Steffen aus der Metzgerei Steffen aus Schleiden-Gemünd. www.fleischerverband-nrw.de

Silber für Laura Reckmann

Die Fleischerin und Köchin Laura Reckmann aus der Fleischerei Detert in Stemwede-Dielingen holte bei den WorldSkills 2024 in Lyon, der Weltmeisterschaft der Berufe, eine Silbermedaille.



Der Gewinn dieser Medaille ist nicht nur ein Erfolg für die 22-Jährige aus Nordrhein-Westfalen selbst und das deutsche Fleischerhandwerk, sondern auch für die Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks des Deutschen Fleischer-Verbandes. An der viertägigen Berufe-WM, die alle zwei Jahre stattfindet und bei der 64 Disziplinen vertreten waren, nahmen 1.400 Fachkräfte aus 70 Ländern teil. Das Team Germany war mit 44 Teilnehmern in 39 Disziplinen dabei und holte dabei neun Medailen (1 x Gold, 5 x Silber- und 3 x Bronze).

Die Aufgaben

Für das deutsche Fleischerhandwerk war es die erste Teilnahme an den „WorldSkills“. Laura Reckmann überzeugte die Juroren in dem dreitägigen Präsentationswettbewerb. Gold holte ein französischer Metzger mit nur wenigen Punkten Vorsprung, Bronze eine Österreicherin. Die Disziplinen in fünf Modulen forderten Laura Reckmann heraus, sie meisterte sie aber mit Technik, Können und Köpfchen. 70 % der Aufgaben waren im Vorfeld bekannt. Dazu zählte am ersten Tag zunächst das Entbeinen eines Rinderrückens

mit Filet innerhalb von drei Stunden. Danach folgte die Zubereitung von vier Hähnchen nach unterschiedlichen Vorgaben in zwei Stunden: Roadkill Chicken (Platthuhn), Coq au vin, eine Galantine und ein zerlegtes Hähnchen ohne Haut und ohne Knochen. Am Tag 2 des Wettbewerbs stand die Herstellung unterschiedlicher küchenfertiger Erzeugnisse für je vier Personen auf dem Plan. Am dritten Tag galt es für sie, innerhalb von zweieinhalb Stunden 25 unterschiedliche Fingerfood-Kreationen zu schaffen. Alle Speisen mussten kreativ präsentiert werden.

Internationaler Erfolg Nr. 2

Ein besonderer Dank galt der Trainerin Britta Sickenberger-Schwing vom Berufsbildungs- und Technologiezentrum der Handwerkskammer Frankfurt-Rhein-Main in Weiterstadt, ohne deren Unterstützung und zahlreiche gemeinsame Trainingsstunden dieses Ergebnis schwer erreichbar gewesen wäre. Für die Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks ist Laura Reckmanns Silbermedaille der zweite große internationale Erfolg, nachdem der bayerische Metzger Franz Prostmeier im Herbst 2023 bei den „Euro Skills“ in Danzig Vize-Europameister geworden und ebenfalls mit einer Silbermedaille nach Deutschland zurückgekehrt war.

Schon im IFFA-Jahr 2022 freute sich Laura Reckmann über zwei Silbermedaillen. Damals, beim erstmals von der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks ausgelobten Wettbewerb für kreative Produkte „Young Tastings“, für ihre Kreationen „Vanille & Whisky meets Bratwurst“ und „Mediterrane Mettwurst Italy Style“ mit Oliven, Parmesan und Tomate. Die Silbermedaillengewinnerin von Lyon engagiert sich in ihrer Funktion als Mitglied der Nationalmannschaft weiterhin als Botschafterin für ihren Beruf und motiviert junge Menschen, die Vielfältigkeit des Fleischerhandwerks kennenzulernen. **mtb**

www.fleischerei-detert.de





Doppel-Gold für Bayern

Die Sieger und Siegerinnen der zweiten Deutschen Meisterschaft des Fleischerhandwerks im Metzgerberuf und im Fleischeri-Fachverkauf stehen fest. In Dresden belegten der Fleischer Lukas Sandmeir und die Fachverkäuferin Franziska Meyr jeweils Platz 1.

Die Deutsche Meisterschaft des Fleischerhandwerks fand am 4. und 5. November 2024 im BSZ für Agrarwirtschaft und Ernährung in Dresden statt. Acht Fleischer und sechs Fleischeri-Fachverkäuferinnen hatten sich dafür in den vergangenen Monaten in den jeweiligen Landeswettbewerben qualifiziert. Bei dem anspruchsvollen Wettbewerb kam es nun mehr denn je auf Kreativität, Wissen und handwerkliches Geschick an. Einige der von den Teilnehmenden geforderten Disziplinen lehnten sich an die Aufgaben des Konzeptes der Europa- und Weltmeisterschaften der Handwerksberufe, „EuroSkills“ und „WorldSkills“, an. Der Deutsche Fleischer-Verband (DFV) nutzte dieses vom Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) entwickelte Konzept („German Craft Skills“) nach 2023 zum zweiten Mal für das Fleischerhandwerk.

Die Aufgaben

Zu den Aufgaben, die die 14 Nachwuchskräfte zu bewältigen hatten, zählten am ers-

ten Tag bei den Fachverkäuferinnen das Belegen einer Charcuterie-Platte (Wurstplatte) und die Zubereitung eines Gerichts für vier Personen, bei den Fleischern das Zerlegen und die Zubereitung ei-

nes Hauptgericht. Am zweiten Tag galt es für die Fachverkäuferinnen, kreative BBQ-Spezialitäten und Fingerfood herzustellen. Die Fleischer mussten ein ganzes Huhn zerlegen und verarbeiten und eine Leberwurst Hausmacher Art herstellen. Am Abend wurden die Sieger und Siegerinnen in einem festlichen Rahmen gebührend gefeiert.

Neben den Nachwuchskräften für die Deutsche Meisterschaft traten zwei Fleischer und zwei Fachverkäuferinnen, die von den Landesverbänden dafür empfohlen wurden, in einem Casting für die Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks an. Wer es ins Team geschafft hat, wird den Teilnehmenden in einigen Wochen schriftlich mitgeteilt. Die Jury gibt dazu eine Empfehlung, die Berufung erfolgt dann durch das DFV-Präsidium.

mth

www.fleischerhandwerk.de

Die Platzierungen

Fleischer/Metzger

- 1. Platz:** Lukas Sandmeir (oben li., 2. v. re., Ausbildungsbetrieb: Metzgerei Huber, Jesenwang, Bayern)
- 2. Platz:** Lars Bendmann (oben li., 2. v. li., Metzgerei Bendmann, Duisburg, Nordrhein-Westfalen)
- 3. Platz:** Frederik Masselter (oben li., re., Rheinland-Pfalz)

Fachverkäufer/Fachverkäuferin

- 1. Platz:** Franziska Meyr (oben re., 2. v. re.), Ausbildungsbetrieb: Feinkost-Metzgerei Weber, Lenggries, Bayern)
- 2. Platz:** Johanne Cent (oben re., re., Niedersachsen)
- 3. Platz:** Angelina Reeh (oben re., 2. v. li., Hessen)



Im Wandel der Zeit

Am 6. November 2024 trafen sich Obermeister/-innen, Vorstände, Mitglieder und Geschäftsführer von Innungen zur Herbsttagung in Augsburg. Trendthemen wie E-Rechnungen, Smartstores und Nachwuchsgewinnung standen dabei im Fokus.

Dass an diesem Tag abends die von vielen Anwesenden oft kritisierte Ampel-Regierung im Bund zerbrechen würde, war am Morgen noch nicht absehbar. Das politische Grußwort kam in diesem Jahr von Bayerns Arbeits- und Sozialministerin Ulrike Scharf MdL (CSU), die in einer Videobotschaft zum Start der Tagung die Bedeutung des Handwerks für die Gesellschaft hervorhob: „Der Erfolg in Bayern steht und fällt mit den Handwerkern. Mitarbeiter- und Wettbewerbschutz bleiben erhalten. Zudem gilt es, gemeinsam viele junge Menschen für eine Ausbildung im Handwerk zu begeistern.“ Danach eröffnete der stv. Landesinnungsmeister Werner Braun die Tagung, da Landesinnungsmeister Konrad Ammon aufgrund eines Termines in Berlin am Vortag erst ab Mittag dabei war. „Auch heute stehen erneut die fachliche Information und der persönliche Austausch hier im Fokus“, betonte er und freute sich über 23 Partner des Verbandes, die mit Infoständen und Ansprechpartnern vor Ort waren.

„Der Erfolg in Bayern steht und fällt mit den Handwerkern. Gemeinsam gilt es, viele junge Menschen für eine Ausbildung im Handwerk zu begeistern.“

Ulrike Scharf

In den Pausen sowie vor und nach dem Mittagessen konnten sich die Anwesenden u. a. bei bfm Ladenbau, AVO-Werke, Vemag Maschinenbau, Senertec, Smartstore24, Local to-go, Handtmann oder B&L Medien über Produkte und Dienstleistungen informieren. Ein besonderer Dank ging an die Partner

evenord und Kröswang für das Sponsoring der Speisen an diesem Tag.

Zudem fand für 14 Begleitpersonen ein Praxis-Workshop „Plattenlegen“ mit der Fachdozentin Ramona Holzmann statt, dessen kreativ-kulinarische Ergebnisse gegen Ende der Tagung verkostet und den Teilnehmern mit auf den Heimweg gegeben wurden.

E-Rechnung & Smartstore

Den zeitlich größten Rahmen des Vormittags nahmen die neuen Vorschriften zur E-Rechnung in Anspruch. Cornelia Schlüter und Matthias Yblagger, Steuerberater der Partnerkanzlei Syltax (Seite re., Bild re.), referierten praxisnah und sachlich zum Thema und was diesbezüglich auf Metzgereien zukommt.

Mittels EU-Recht soll damit dem Umsatzsteuerbetrug entgegengewirkt werden. Ab 2025 muss zunächst der Empfang solcher Rechnungen über eine E-Mail-Adresse gesichert sein. Dabei gibt es zwei Formate: ZUGpferd 2.0 und XRechnung. Diese sind für Prüfungen durch das Finanzamt zu speichern, z.B. mit „DATEV Unternehmen online“, was auch Mehrwerte ermöglicht.

„Die E-Rechnung ist eine Möglichkeit, die Zusammenarbeit mit ihrer Steuerkanzlei und ihren Geschäftspartnern zu optimieren und sich neu aufzustellen“, empfahl Cornelia Schlüter. Weitere Schritte bis hin zur verpflichtenden E-Rechnung im Business-Bereich folgen in den nächsten Jahren. Danach erinnerte Matthias Yblagger an das Thema „Meldepflicht von TSE-Kassen“, die für Bestandskassen und neue Kassen – auch im Verbund – ab 1. Januar 2025 gilt.

Seit zwei Jahren ist Smartstore24 Partner des Verbandes. Geschäftsführer Michael Kimmich (Seite re., Bild li.) nutzte die Möglichkeit, seine Lösung zum personallosen Verkauf mit RFID-Technologie zu präsentieren, die auch bei einigen Anwesenden erfolgreich im Einsatz ist. Seit 2020 realisierte das Unternehmen eine ganze Reihe an Smartstores – als Container oder in einem



Laden – davon viele im Metzgerhandwerk. In diesem System scannen die Kunden nicht selbst, die Waren werden durch ein zusätzliches Etikett automatisch vom Bezahlterminal erkannt. Die Rechnung erfolgt nach Online-Registrierung des Kunden bargeldlos. „Ich rate ihnen jetzt zu handeln, denn große Handelsketten könnten bald nachziehen und Smartstores aufstellen“, sagte er.

Weitere wichtige Themen

Die stv. Geschäftsführerin Svenja Fries berichtete zum Zoonose-Bericht des Bundes sowie zur Afrikanischen Schweinepest in Bayern. Hier versucht der Verband eine Antwort auf das im September eingereichte Konzept zur Benennung der Betriebe zu erhalten.

Am Nachmittag standen Verbandsinterna im Fokus. Geschäftsführer Lars Bubnick sprach zur aktuellen wirtschaftlichen Lage, zum Erfolg der Nachwuchskampagne „Butcher’s Tale 2.0“ und zum neuen Spiel „VR-Wursttheke“ (siehe S. 22), mit dem Betriebe und Innungen für den Verkaufsberuf werben können – und das auch intensiv tun. An über 80 Arbeitstagen betreute das Verbandsteam 2024 Ausbildungsmessen in den Regionen – Tendenz steigend. Er berichtete auch über das Vietnam-Azubi-Projekt. Das Team von V-Unite aus Regensburg stellte aktuelle Zahlen vor. Seit Jahresbeginn wurden 180 Auszubildende (78 % Verkauf, 22 % Fleischer) in 56 Metzgereien vermittelt – ein beachtlicher Erfolg. Nur 6 % brachen ihre Ausbildung ab (11 Azubis). Einige Dutzend Azubis warten noch auf ihr

Visum von der deutschen Botschaft in Vietnam, 35 weitere seien in Vermittlung.

Schulleiter Anton Schreistetter berichtete über das Kursprogramm 2025 sowie erforderliche Investitionen im Schulgebäude. Danach gaben er, Lars Bubnick und Verbandsanwalt Dr. Claus Schmitz Einblick in das Ergebnis des Klageverfahrens gegen den Architekten Wulf. Nach über zehn Jahren Klage gab es ein positives Urteil, das noch bis Mitte Dezember durch die Gegenseite angefochten werden kann. Folgt keine Berufung, kann die Sanierung des Schul- und Verbandsgebäudes starten. Detaillierte Inhalte des Urteils inkl. Zahlen wurden vorgestellt. Die nächste Tagung findet am 21. Mai 2025 in den Räumen von evenord in Nürnberg statt. **mth**

www.metzgerhandwerk.de

Glänzende Sparoffensive beim Energieeinkauf



FH
FLEISCHER-HANDWERK

Eine Kooperation
mit der

JOHANNES SCHUETZE HOLDING AG

Zahlen Sie auch zu viel für Strom & Gas?

Die Art des Einkaufs und das Volumen entscheidet über den Preis. Konditionen, die ein einzelner Betrieb nie erreichen kann, schaffen viele gemeinsam. Dafür gibt es jetzt die **Kooperation FH FLEISCHER-HANDWERK** mit der **Johannes Schuetze Holding AG**. Dahinter steht ein ebenso überzeugendes wie einzigartiges Bündelungskonzept. Alle Infos auf der Webseite und dort **letzte Rechnung zur Sparanalyse hochladen!**



Scannen,
informieren,
Rechnungs-
upload &
sparen!

www.fleischnet.de/FH-energie



Wursttheke-VR

Nach dem Erfolg von Leberkäs-VR präsentiert der Fleischerverband Bayern im Rahmen der Nachwuchskampagne „Butcher’s Tale 2.0“ ein weiteres digitales Tool für Ausbildungsmessen.

Mit dem Leberkäs-VR schlug der bayrische Landesinnungsverband der Metzger im Herbst 2023 in Sachen Ausbildungsmessen neue Wege ein. Nun legte das kreative und aktive Team von Verband und Fleischerschule Augsburg um Geschäftsführer Lars Bubnick mit Wursttheke -VR (VR=Virtual Reality) nach. Dabei handelt es sich um eine

virtuelle Wursttheke als Spiel für Messen und Veranstaltungen. Es besteht aus einem Programm auf einem Laptop, einer VR-Brille, die an die Kopfgröße angepasst werden kann, und zwei Joysticks für beide Hände. Das Spiel entstand in Kooperation mit den Verbandspartnern Friedrich Dick und Bizerba und ist realistisch und herausfordernd gestaltet.

Wie funktioniert das Spiel?

In diesem Spiel haben Jugendliche drei Minuten Zeit und müssen nacheinander Kunden, die in den virtuellen Laden kommen, bedienen: Fleischsalat, Hackfleisch, Wiener, Steak oder Käse. Mehrere Produkte liegen in einer appetitlich gestalteten Theke und werden nach der Bestellung an die eintreffenden Kunden ausgegeben. Schnell reagieren – Multitasking ist angesagt – und so viele Münzen wie möglich sammeln: Das macht Spaß und ermöglicht den Jugendlichen einen realistischen Einblick in den Beruf von Fachverkäufer bzw. Fachverkäuferin.

Eingesetzt werden in dem Spiel ein Ajax-Messer von Friedr. Dick zum Schneiden sowie ein Ladenwolf und eine Aufschnittmaschine – beide von Bizerba. Mit zunehmender Zeit werden die Bestellungen immer schwieriger und für jede ordentlich abgelieferte bzw. getätigte Bestellung gibt es Münzen zu verdienen. Der Vorteil im Vergleich zu „Leberkäs-VR“ ist, dass sich die Jugendlichen jetzt vergleichen und gegenseitig messen können. Wer schafft mehr Umsatz und mehr ordentliche Bestellungen in drei Minuten? Das ist die Challenge! Allen Innungen, die die VR-Brille bereits gebucht haben, führt der Verband das neue Spiel auf den nächsten Messen vor.

Mitgliedsbetriebe können das neue digitale Tool beim Verband bestellen und für Ausbildungsmessen oder andere Veranstaltungen zur Nachwuchsgewinnung in ihrer jeweiligen Region einsetzen. Inzwischen stehen fünf VR-Brillen zur Verfügung.

www.metzgerhandwerk.de



Fleischerverband Bayern Staatsminister zu Besuch

Die Potenziale der Digitalisierung im Ernährungshandwerk standen im Fokus eines Austausches mit Staatsminister Dr. Fabian Mehring in der Fleischerschule Augsburg. Dazu empfingen die Geschäftsführer der Landesverbände für Metzger, Müller und Bäcker Staatsminister Dr. Fabian Mehring (Freie Wähler) in Augsburg. Ein zentrales

Thema war der Abbau von Bürokratie, u.a. durch eine Digitalisierung der Datenerhebung. „Wir fordern seit Jahren eine digitale Schnittstelle, etwa zu Ämtern, Banken, Finanzbehörden und Energieversorgern, damit das Landesamt für Statistik sich die notwendigen Daten selbst ziehen kann und unsere Betriebe entlastet werden. Nur so können wir Bürokratieabbau für die Mitglieder spürbar machen“, betonte Geschäftsführer Lars Bubnick. Dr. Fabian Mehring sicherte zu, dass sich diese Forderung in der Umsetzung befindet. So soll eine Erfassung über das Steuertool der Finanzbehörden die Erhebung künftig vereinfachen.

Besonders in den Fokus rückten die Ernährungshandwerke die weitere Förderung von Smartstores, personallosen, digitalen Verkaufsräumen, die aufgrund des anhaltenden Personalmanagements, eine echte Vertriebsalternative sind. In diesem Kontext befürworteten die Verbandsgeschäftsführer die Bayerns Staatsregierung vorgesehene Neufassung des Ladenschlussgesetzes. Zum Abschluss folgte das Highlight des Ministerbesuchs: Der Fleischerverband Bayern hatte sein neues Messespiel „Wursttheke-VR“ pünktlich fertiggestellt, so dass der Minister es als Erster spielen und testen durfte. „Gratulation zu dieser innovativen Anwendung der VR-Technologie zur Mitarbeitergewinnung. Das muss jeder ausprobieren. Es macht richtig Spaß“, war Dr. Fabian Mehring begeistert. Danach besuchte er die beiden Meister- und Verkaufsleiterkurse und wünschte den Teilnehmerinnen und Teilnehmern viel Erfolg.

www.metzgerhandwerk.de

Licht und Schatten

Die Situation für Metzgerbetriebe werde nicht einfacher. Diesen Ausblick gab Obermeister Georg Greiff anlässlich der Jahreshauptversammlung der Fleischer-Innung Allgäu.



Er untermauerte die Prognose anhand mehrerer Fakten. Zum einen werde die Zahl der Betriebe weiter sinken. Die Situation bei den Energiepreisen sei aktuell zwar „erträglich“, aber bei Preisen für Rinder und Schweine gibt es gewaltige Sprünge, bedingt durch das „Bauernsterben“, beklagte er. Das Angebot werde zunehmend durch Großschlachtereien verknapppt, was die Preise in die Höhe treibt. Gleiches zeige sich beim Einkauf von Rohstoffen, wie Gewürze, Därme und technologische Hilfsstoffe. „Wir benötigen unbedingt kalkulierbare Preise“, forderte der Obermeister. Unsicherheit und Unkalkulierbarkeit seien das größte Problem der Mitgliedsbetriebe.

Trotz Problemen optimistisch

Umso wertvoller sei daher die hervorragende Unterstützung durch den Fleischerverband Bayern und er bleibt trotz aller Probleme optimistisch. Er würdigte nicht nur die engagierte Vertretung der Interessen der Mitglieder in der Politik – bald durch ein eigenes DFV-Büro in Berlin – sondern die praktische Unterstützung der Mitgliedsbetriebe bei allen Fragen und Problemen. Derer gibt es viele, etwa eine Änderung bei Kältemitteln, die für einen Betrieb sehr kostenintensiv werden kann, wenn er nicht rechtzeitig die entsprechenden Weichen stellen kann.

Die Mitglieder schätzten es, dass Geschäftsführer Lars Bubnick und seine Stellvertreterin Svenja Fries gekommen waren. Von ihm gab es etwa Infos, wie der Veränderung im Ladenschlussgesetz durch sog.

Smartstores begegnet werden kann. Entlastung im Verkauf könnten aus Auszubildende aus Vietnam bringen. Svenja Fries unterstützt bei der Beurteilung technisch-technologischer Probleme und erarbeitet Vorschläge zur Beseitigung. Zudem ist sie bei Beanstandungen zur Stelle, inklusive Hilfe bei Kommunikation mit Ämtern und Anpassung an Gesetzeslage. Ebenso gab sie den Anwesenden nützliche Tipps zum richtigen Vorgehen, falls die Afrikanische Schweinepest auf die Region übergreifen sollte.

Neue Gesichter

Angesichts dieser Herausforderungen waren die Mitglieder hocherfreut, dass Georg Greiff nach 28 Jahren als Obermeister noch nicht amtsmüde ist und sich für eine weitere Amtszeit zur Verfügung stellte. Vertreten wird er von vier stv. Obermeistern (in Klammern die Regionen, die sie repräsentieren): Christian Fischbach (Memmingen-Mindenheim) und Andreas Kaufmann (Füssen). Neu sind Patrick Rauch (Kempten/Oberallgäu/Lindau: auch Lehrlingswart) und Tim Janouschek (Kaufbeuren/Marktoberdorf). Zum Vorstand zählen zudem: Willi Giray, Michael Böckle (auch Schriftführer), Remig Lutz, Christian Maischberger und Christoph Kepeler. Neu dabei ist Michael Kleiber.

Gerade in schwierigen Zeiten ist es umso wichtiger, dass handwerkliche Fleischerbetriebe in der Region von der Bevölkerung stärker wahrgenommen werden. Daher rief die Innung schon anlässlich ihrer Fusion einen Marketing-Ausschuss ins Leben, der eng

mit dem Fleischerverband Bayern kooperiert. Durch Aktionen, wie Radiowerbung oder die Entwicklung entsprechender Tragetaschen, soll der „Der Allgäuer Metzger“ zum Markenbegriff entwickelt werden. **red** www.handwerk-kempten.de/fleischer

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





Der Hall-of-Beef



Als Pionier in Sachen Dry-age-Beef ist der Wormser Metzgermeister Jürgen David seit mehr als zwölf Jahren bekannt. Die Geschichte der Metzgerei begann aber vor 100 Jahren, als sein Großvater 1924 aus der Pfalz in die Stadt übersiedelte.



Es ist nicht mein erster Besuch in Worms-Hochheim, wo sich die Metzgerei – mit Ausnahme einiger Jahre vor und während des II. Weltkriegs – aber konstant seit Mitte der 1960er-Jahre befindet. Wenige Wochen vor der Eröffnung seiner „Hall of Beef“ im Mai 2017 – die imposante Reifezelle war reichlich bestückt – traf ich Jürgen David zum Interview. Sieben Jahre später, zwölf Tage bevor er am Vorabend der SÜFFA 2024 als „Fleischer des Jahres“ geehrt wurde, gab es ein herzliches und persönliches Wiedersehen.

„Seitdem ist sehr viel passiert. Wo fangen wir an?“ So startet unser Gespräch. Eines vorweg: Wo er sich heute mit seinem Betrieb befindet, ist nicht von heute auf morgen passiert,

sondern ein Prozess über Jahre hinweg gewesen, der auch noch nicht zu Ende ist.

Der 48-jährige berichtet vom Helfen in der Wurstküche nach der Schule, Ausbildung und Meisterkurs (1998), den Anfängen als Betriebsinhaber mit 21 Jahren (2003), als der Vater nach akuter Krankheit ausfiel, und wie er die Metzgerei mit Kantinenbelieferung frühmorgens und abendlichen Caterings wirtschaftlicher gemacht hat. „Das waren echt harte Jahre“, blickt er zurück. 2003 lernte er seine Frau Yvonne kennen, die fachfremd 2004 als Ladenchefin in den Betrieb einstieg. „Mit dem berühmten Blick über den Tellerrand brachte sie viel frischen Wind ins Geschäft, auch als viele Baustellen monatelang die Kundschaft



fernhielten und wir von vielen totgesagt wurden“, sagt er. Damals verschwanden viele Gewerke vorort, für immer. Beide ergänzen sich bis heute gut, privat und beruflich. Ihre Tochter kam 2006 zur Welt, 2011 ihr Sohn. „Da war dann mit Catering und Partyservice Schluss.“ 2010 hatte Jürgen David dann eine Idee, die die Branche revolutionieren sollte.

Reifzelle & Hall of Beef

Schon damals wusste er, dass Färsen eine bessere Fleischqualität haben als Jungbullen. Er hinterfragte alles, was er darüber gelernt hatte. Es folgten erste Reifeversuche im Talgmantel im Kühlhaus. „Dann sah ich 2011 auf einer Schweizer Messe Dry-aged-Fleisch in einem Kühlschrank und dachte: Wie geil ist das denn, diese Fleischkompetenz“, erinnert er sich. Und googelte u.a. die australische Dry-age-Metzgerei Victor Churchill/Sydney. „So etwas wollte ich einfach haben“, sagt er.

Er entwickelte 2012 ein eigenes Reifeklima und -konzept, der Ladenbauer Schrutka-Peukert sollte ihm eine erste Reifekammer mit Salzsteinwand für den Laden bauen. Dies gelang und dafür erhielten beide 2016 auf der IFFA unseren FH Fleischer-Handwerk Award. Ein Gastronom aus der Region wollte 2014 ein besonderes Steak für ein Tasting, bei dem Jürgen David danach regelmäßig auch moderierte. „So wie wir unser Fleisch reifen, ist es nicht in anderen Metzgereien zu finden. Und toi, toi, toi: Wir halten seitdem das hohe Qualitätslevel der Dry-age-Spezialitäten“, sagt er. Das beginnt natürlich bei der Fütterung und Aufzucht: eigene Färsen dafür von den Weiden des nahen Donnersbergs, aus Galizien und Irland (auch Kälber), dazu Fleisch der robusten Daduro-Schweine (Duroc/Alte Landrasse), die

Konzept

METZGEREI DAVID – WORMS

Seit 1924 in Worms ansässige, heute in dritter Generation geführte Metzgerei mit acht Beschäftigten. Laden geöffnet: Do.-Sa.; seit 2017 „Hall of Beef“: wöchentlich „Big Butcher Night“ sowie 2 x im Monat „Pastrami-Burger“-Aktion; „Fleischer des Jahres 2024“.

Erfolgsfaktoren

- Pionier für Dry-aged-Beef (ab etwa 2010/ 2012)
- „Hall of Beef“, Social Media-Marketing
- Authentisch und glaubwürdig sein
- Tugenden: Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit und auferkeit
- Kunden durch Engagement und Storytelling begeistern
- „Der Feinschmecker“: Bester Metzger von Rheinland-Pfalz (2014, 2019)
- Autor in BEEF-Büchern (Tre Torri Verlag, 2014 bis 2019)

Profi-Partner

- Bandsäge: Bizerba
- Cliptechnik: Poly-clip System
- Füller: Handtmann
- Gewürze: Raps
- Kassensystem/Warenwirtschaft: Mettler Toledo, Syner.con/Apro.con
- Kombidämpfer: Rational
- Kutter: Seydelmann
- Pökelinjektor: Rühle
- Räuchertechnik: Fessmann
- Spültechnik: Hobart
- Vakuumiertechnik: VAMA
- Wolf: K+G Wetter

doppelt so viel Platz haben wie üblich, und von Iberico-Schweinen. Diese Fleischkompetenz vermittelt er in der „Hall of Beef“, seiner Eventlocation mit 44 bis 50 Plätzen, die im Hausteil neben der Metzgerei entstand, in der „Big Butcher Night“, anfangs freitags bzw. mittwochs 1x pro Monat, heute jeden Mittwoch. Die Steak-Tastings sind über Monate hinweg ausgebucht. „Sie haben unsere Wahrnehmung als Metzgerei signifikant verändert. Die Hall of Beef ist auch ein Marketing-Tool. Alles hat sich voll gerechnet und wir sind heute nicht mehr so abhängig vom Laden“, sagt er. In Sachen Dry-age sei der Zenit erreicht, meint er, doch vom guten Fleischerfachgeschäft erwarten die Kunden Special Cuts und gewisse Reifegrade, sonst gehen sie woanders hin. „Aber auch unsere traditionellen Pfälzer Wurstwaren werden geschätzt. Eine gute Leberwurst ist mehr wert als ein Champagner, denn sie kostet ein Leben.“

Social Media

Das alles geht mit intensivem Marketing auf Instagram (ab 2016: über 62.000 Follower), Facebook (ab 2011: 11.000 Follower) & Co. einher. „Alles nur via Smartphone, aus der Wurstküche, von der Grillstation oder aus der Hall of Beef“, betont er. So bewirbt er auf Instagram auch die „Pastrami-Burger“-Aktion (2 x im Monat freitagabends). Die meisten Teilnehmer dabei sind Stammkunden. Mehrere hundert Brisket-Burger gehen top-vorbereitet, vorbestellt, bar bezahlt und in straffen Zeitfenstern über den Tresen. „Sonst kommt die Ordnungsbehörde und sperrt die Straße“, grinst er. Kürzlich startete Jürgen David eine WhatsApp-Gruppe – bei meinem Besuch hatte er schon 850 angemeldete Kunden. **Marco Theimer**

www.metzgerei-david.de

Die nächste Generation

Im November 2022 übernahm Andreas Jais die elterliche Landmetzgerei in Luttenwang im Landkreis Fürstentum. Mit neu gestaltetem Laden in Mammendorf und effizienteren Arbeitsprozessen suchen er und seine Frau Andrea Begeisterte für den Energie optimierten Betrieb.

Schon bei unserer ersten Begegnung in der elterlichen Metzgerei Weber in Lenggries vor knapp zehn Jahren hatte Andrea Jais (damals noch Weber) dieses Funkeln in den Augen und die Begeisterung für das Metzgerhandwerk. Mitte Oktober, als sie eine perfekt und präzise gelegte Wurst-, Schinken- und Käseplatte mit Blumen aus Butter zum Reportagetermin in die neu gestaltete Filiale in Mammendorf mitbringt, ist es immer noch da. „Schön, dass du mal wieder da bist, aber wir wissen manchmal nicht, wo uns der Kopf steht“, sagt sie.

Im November 2022 übernahm ihr Mann Andreas (34) – der nach der Metzgerlehre in der Metzgerei Braun in Wiedenzhausen einige Zeit als Geselle bei Webers in Lenggries war – die elterliche Landmetzgerei als GmbH & Co. KG. Seine Schwester Karolin, Vater Engelbert und Andrea (34) sind Kommanditisten. Anfang 2019 war ich schonmal dort zur Reportage. Seitdem ist viel passiert: Sie wurden 2020 Eltern einer Tochter, kamen wirtschaftlich gut durch die Corona-Pandemie, investierten 2023 in großflächige PV-Anlagen auf allen Dächern die zu Gebäuden der Familie gehören und bauten nun die 20 Jahre alte Filiale in Mammendorf um. Zudem ist der zweite Nachwuchs unterwegs. „Die Arbeit wird nicht weniger. Und uns fehlt Personal. In der Produktion waren wir mal zu acht, nun nur noch die Hälfte“, sagt Andreas Jais, der zudem zwei Tage pro Woche im „Schlachthof Hasenheide“ Schweine, Rinder und ggfs. Schafe schlachtet. Daher hat er alle Arbeitsprozesse in der Produktion umstrukturiert und optimiert: Es gibt nun einen Mischwolf und einen neuen Füller, der ein effizienteres Befüllen ermöglicht, und ein Kollege, der zerlegt, beginnt zwei Stunden früher als die anderen, um einige Beispiele dafür zu nennen. „Alles das bei 100 % Eigenproduktion, dem Fleisch von 25 Schweinen pro Woche und drei Rindern“, betont er. „Ohne den Zusammenhalt in der Familie wäre das nicht möglich“, ergänzt Andrea Jais.

Der neue Laden

Die Filiale im damals neu gebauten Haus direkt gegenüber des S-Bahnhofs in Mammendorf-





Nannhofen eröffnete 2004. Nun stand die Erneuerung an. Via 3D-Visualisierung und der Expertise und Erfahrung des Planungsbüros Peter Obermeier aus Atting, das für Schrutka-Peukert arbeitet, erfolgte die Planung von Januar bis April dieses Jahres. „Eine sehr gute Zusammenarbeit, vom ersten digitalen Zeichenschnitt bis zur letzten Spax-Schraube“, lobt Andreas Jais, sichtlich überrascht von der Insolvenz des Ladenbauers. Seine Anforderungen an den neuen Laden: auch hier die Arbeitsabläufe und die Logistik verbessern und effizienter machen, mehr Auslagefläche und weniger Waren in der Theke stapeln, damit die Kundschaft sieht, was es alles gibt. „Jede Wurstsorte soll zu sehen sein, auch saisonale Produkte wie unsere 15 Sorten Kochschinken zur Spargelsaison“, erklärt er. Während der Betriebsferien ab 1. August wurden die 130 m² Fläche entkernt, davon entfallen 75 m² auf den Laden. Seit dem 5. September freuen sich die rund 5.000 Einwohner des Ortes sowie zahlreiche Pendler über den neuen Look der Filiale. „Seit der Eröffnung stieg der Umsatz um 20 %“, freut sich Andreas Jais.

Neben der 2,50 Meter längeren Theke und doppelt so großen Heißen Theke für zwei Mittagsgesichte zur Wahl sind viele neue Details im Laden zu finden, die verbessert wurden: ein hohes Käseregal an der Rückwand, Kühl- und Tiefkühlschränke für SB-Ware (z.B. für Hackpatties oder saisonales Wild), ein Hackstock, ein nicht einsehbarer Arbeitsplatz für



Konzept

LANDMETZGEREI JAIS – LUTTENWANG

1988 gegründete Landmetzgerei im Landkreis Fürstentfeldbruck mit 27 Beschäftigten, eigener Schweinehaltung, drei Geschäften (Luttenwang, Olching, Mammendorf), Präsenz auf vier Wochenmärkten und festem Bauernmarkt (Halle am Kloster Fürstentfeld). Wurstaumat, „Hofgrillhütte“ für private und geschäftliche Events und Vereine.

Erfolgsfaktoren

- Eigene Landwirtschaft und Schlachtung (400 Schweine, Schafe)
- 100 % eigene Produktion
- Permanent persönlich präsent sein und sich abheben
- Innovative Aktionen und Events
- Mehrere Standbeine, z.B. „Genussmobil“, Foodtruck und „Hofgrillhütte“
- Absatz Glaskonserven via Direktvermarkter-Netzwerk „Unser Land“ in den Handel

Profi-Partner

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Cliptechnik:** Tipper Tie
- **Füller:** Venag Maschinenbau
- **Gewürze:** Beck Gewürze & Additive, Raps, AVO-Werke, Scheid Gewürze
- **Kassensystem:** Mettler Toledo
- **Kombidämpfer und Vario Cooking Center:** Rational
- **Kutter:** K+G Wetter
- **Ladenbau:** Schrutka-Peukert
- **Pökelinjektor:** Günther Maschinenbau
- **Thekenshalen:** PricoPlex
- **Verkaufsmobil:** Borco-Höhns

die Bestellannahme und vor allem vier Kühlschubladen für Stückware in den Schränken hinter der Theke. „Doppelte Warenmenge im Laden bei weniger Lagerraum“, betont er. Die Luftleitbleche der Theke mit Plattendifferenzial-Kühlung sind in Edelstahl ausgeführt, was das Reinigen erleichtert. Auch das Bestücken der Theke ist durch ihre Form und Tiefe ergonomischer als zuvor. „Und die neue Akustikdecke ist schalldämmend und dämmt die Gespräche im Laden, wenn er voll ist“, sagt er.

Klimaneutral erzeugt

Auch in Sachen Energieversorgung ist die Metzgerei gut aufgestellt: Heizenergie (Fernwärme) kommt von einer benachbarten Biogasanlage sowie PV-Strom sorgen für eine annähernd klimaneutrale Erzeugung der Produkte. „Durch eine Einspeisedrosselung können wir unseren PV-Strom zu 100 % jederzeit nutzen. Wir produzieren auch mal für den Folgetag mittags wenn die Sonne scheint und nicht erst morgens, wenn es auf dem Plan gestanden hätte“, sagt Andreas Jais. Die Stromkosten sanken durch die PV-Anlage seitdem um 50 %. Das freut sicher auch Töchterchen Alina, die schon mal für ein Facebook-Foto am Füller posierte und beim erneuten Fototermin in der Filiale nicht nur ihren Eltern durch ihre pfiffige Art das ein oder andere Lächeln ins Gesicht zauberte.

Marco Theimer

www.landmetzgerei-jais.de

Musterbeispiel im Odenwald

Es begann im Jahr 1985, als der gelernte Fleischer Dieter Roßmann aus einer Garage heraus am Aschwiesenhof in Modautal-Lützelbach erste Hausmacher-Wurstwaren verkaufte. Gut 40 Jahre später entstand hier eine rund 1.000 m² große Schlachtung und Produktion für die nächste Generation.

Als ich im Vorfeld der 10-Jahres-Jubiläumsausgabe von FH Fleischer-Handwerk vor gut zwei Jahren erstmals von diesem außergewöhnlichen Projekt regionaler Wertschöpfung hörte, dachte ich: „Hoppla, das wird etwas ganz Großes!“. Gerne stellte ich das Projekt in der Ausgabe 6/2022 mit dem Input von Falkenstein Architekten und Ingenieure auf drei Seiten vor. Gut eine Woche vor der SÜFFA 2024 hatte ich nun die Gelegenheit – mit freundlicher Unterstützung von Armin Renner von Renner Schlachthaus-technik – diese durch EU-Mittel geförderte Schlacht- und Produktionsstätte selbst in Augenschein zu nehmen. Die Familie Roßmann hat etwas geschaffen, das höchsten Standards hinsichtlich Tierwohl, Hygiene und Effizienz entspricht. Der Entschluss dazu fiel Ende 2018, der Spatenstich erfolgte am 26. August 2022.

„Die Herausforderung war der Standort an der alten Hofstelle und nicht ein paar hundert Meter entfernt“, sagt Fleischermeister Dieter Roßmann (60) und betont, dass alle Beteiligten das Vorhaben stets gemeinsam getragen und mit- bzw. weiterentwickelt haben. Zudem band er regionale Handwerker mit ein. „Aber schon während der Planung stellten wir fest, dass alles viel größer werden muss, als wir dachten.“ Doch alle waren sich einig: seine Frau Marion, sein Sohn Dennis (30), Metzgermeister und gelernter Landwirt, und dessen Ehefrau Ina.

Zu den Gründen erklärt er: „Es gab eine wirtschaftliche Notwendigkeit einer derartigen Veränderung des Betriebes. Nicht nur die Corona-Zeit bestätigte uns, dass Direktvermarkter weiter gebraucht werden. Und diese Entwicklung hält an.“ Und sein Sohn ergänzt: „Nur so konnten wir den Betrieb weiterentwickeln“. Das sahen auch andere so, denn die Millioneninvestition des Neubaus zur Förderung der Wettbewerbsfähigkeit in der Landwirtschaft wurde mit 1,8 Mio. Euro begünstigt,

finanziert durch „Mittel des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raumes“ (ELER) und das Land Hessen. Zudem wurden Arbeitsplätze geschaffen. Die Anzahl der Beschäftigten verdoppelte sich auf 35. Viele davon gewannen die Roßmanns über aktives Social Media-Marketing.

Alles im Fluss

Die Familie Roßmann hält eine Mutterkuhherde (Blonde Aquitaine). Mit Nachzucht und zwei Deckbullen sind es 240 Tiere, die im Stall sowie von April bis Oktober auf der Weide stehen. Zudem gibt es einen Maststall für 500 Schweine einige hundert Meter vom Hof entfernt. „Wir bekommen die Ferkel mit 28 kg und mästen sie bis zum Schlachtgewicht von 110 kg. Jede Box im Stall wird 3,3 Mal im Jahr befüllt“, erklärt Dennis Roßmann. Dafür wird fast ausschließlich eigenerzeugtes Futter eingesetzt. Dem Schlachtbereich direkt vorgelagert ist ein Endmaststall mit einer Kapazität für 150 Schweine. Das Großvieh wird direkt per Anhänger zur Schlachtung angeliefert oder, sofern es der Platz erlaubt, am Vortag in den im Stall vorgesehenen Rinderbereich gebracht. Für die Schweine, die Dennis Roßmann einzeln schlachtet, entfällt der Transport.

Geschlachtet werden montags ab 3:45 Uhr 50 Schweine und freitags ab 3:15 Uhr weitere 30. „Wir gingen von 18 Schweinen pro Woche aus und ein bis zwei Rindern, von denen es nun schon fünf bis sechs sind“, sagt er. Diese Zahlen seien auch durch die Schließung des Odenwald-Schlachthofes in Brensbach im August zu begründen. „Das können und wollen wir nicht auffangen, aber einigen Kollegen und Metzgern in der Region helfen wir sehr gerne“, ergänzt er.

In Betrieb ging alles Ende Mai/Anfang Juni. Zum Schlacht-Team zählen neben Dennis Roßmann zwei Kollegen beim Brühen, ein Helfer und ein weiterer Kollege, der auf dem

hydraulisch höhenverstellbaren Jumbo-Podest von Renner Schlachthaus-technik arbeitet. „Was früher zwei Personen gemacht haben, ist hier mit einer Person möglich: halbieren, ausnehmen, nachputzen. Man kann rund ums Tier arbeiten, egal ob Schwein oder Rind“, erklärt Armin Renner. 16 bis 20 Schweine pro Stunde seien möglich. „Bei uns gibt die Brühmaschine den Takt vor, die 2:30 Minuten läuft“, sagt Dennis Roßmann. Meist sind sie in zwei bis drei Stunden fertig. Zudem lieferte das Team Renner alle Rohrbahnen und Haken sowie den Rinderzutrieb inkl. Fixierung. Alle gesetzlich nötigen Tierschutzkriterien wurden erfüllt. Zerlegt und produziert wird von montags bis freitags. Aufgrund der kurzen Wege wird das Fleisch zu einem erheblichen Teil warm verarbeitet, was die Produktqualität steigert und den Phosphateinsatz reduziert.

Die Vermarktung

Zwei Drittel des Neubaus belegen Schlachtung und Produktion. Ein neuer Hofladen sei geplant, nun müsse sich aber erstmal alles einspielen. Die Wurstspezialitäten gibt es in „Dieter's Wurstladen“ am Hof, via Online-Bestellschein und als Ergänzungsprodukte in Hofläden anderer Landwirte. „Seit diesem Jahr beliefern wir mehrere privat geführte Edeka-Märkte im Umkreis von 80 km, z. B. in Gernsheim oder Münster (Hessen)“, berichtet Dieter Roßmann. Sicher kommen weitere dazu. Ebenso wie Lohnschlachtungen. 40 bis 50 Schweine pro Woche dienen dem Eigenbedarf, der Rest geht an Metzger und Landwirte (Umkreis: 20 bis 50 km).

Fazit: Würden noch mehr solche mutigen Projekte in anderen deutschen Regionen forciert, unterstützt und gefördert, käme dem Schlagwort der regionalen Wertschöpfungsketten eine noch größere und glaubhafte Bedeutung zu, bin ich nach diesem Besuch in Südhessen überzeugt.

Marco Theimer

www.dieters-wurstladen.de



Konzept

DIETER'S WURSTLADEN – MODAUTAL-LÜTZELBACH

Der Aschwiesenhof der Familie Roßmann in Modautal-Lützelbach im Landkreis Darmstadt-Dieburg im Odenwald ist ein Musterbeispiel für regionale Wertschöpfung. Kein Schlachthof, aber Partner für regionale Landwirte, Metzgereien sowie den privatgeführten Handel.



1. Dennis, Ina, Dieter und Marion Roßmann.
2. Der Aschwiesenhof von oben.
3. In der Zerlegung und der Produktion entstehen viele regionaltypische Spezialitäten.
4. Auf dem „Jumbo“-Podest kann ein Mitarbeiter mühelos rund um den Schlachtkörper herum arbeiten.
5. Ein Blick in die Rinderfalle mit Zutrieb.
6. Einige der Wurstspezialitäten werden noch traditionell mit Kaltrauch veredelt.
7. Blick in den Schlachtbereich mit Brühwanne, „Jumbo“-Podest und Rohrbahnen.



Erfolgsfaktoren

- Eigene Landwirtschaft und Schlachtung
- Eine 1.000 m² große Schlachtstätte mit Produktion und Endmaststall
- Hofladen „Dieter's Wurstladen“ seit 1985
- Gutes Netzwerk in der Region
- Authentisches, familiäres Betriebsklima

Starkes Handwerk

Positive Stimmung und eine gute Investitionsbereitschaft: Aussteller und Publikum werten die 27. Ausgabe der Stuttgarter Fachmesse SÜFFA als Erfolg.



Fotos: Landesmesse Stuttgart, Marco Theimer, Landesinnungsverband für das Fleischerhandwerk in Baden-Württemberg

Vom 28. bis 30. September 2024 kamen 6.712 Fachbesucherinnen und -besucher zusammen, um bei 240 nationalen und internationalen ausstellenden Unternehmen innovative Neuheiten aus allen Bereichen des Handwerks kennenzulernen, Weiterbildungsangebote zu nutzen und den kollegialen Austausch zu pflegen. Auch die 27. Ausgabe der beliebten Fachmesse, die seit Jahren als eine der wichtigsten Plattformen für die Fleischbranche in Deutschland und angrenzenden Ausland gilt, überzeugte durch eine durchweg positive Grundstimmung und eine erkennbare Investitionsbereitschaft. Auffällig war die hohe Besucherqualität: So gaben 89 % einer repräsentativen Umfrage an, an Einkaufs- und Beschaffungsentscheidungen beteiligt zu sein, 68 % waren selbstständig oder in der Geschäfts- und Unternehmensleitung tätig. Rund 36 % kamen mit konkreten Investitionsabsichten, davon ein Fünftel mit einem Volumen von über 100.000 Euro.

Als „starke Messe für ein starkes Handwerk“ habe die SÜFFA Antworten auf brennende Fragen und praxisnahe Problemlösungen geboten, sagte Andreas Wiesinger, Mitglied der Geschäftsleitung der Messe Stuttgart. „Wir sind sehr zufrieden mit dem Verlauf, konnten unser Einzugsgebiet erweitern und überregional sogar steigern. Damit hat sich die Bedeutung der SÜFFA abermals bestätigt. Neue Elemente wie der SÜFFA Team Cup haben die Messe belebt und zum Eventcharakter beigetragen“, ergänzte er. Auch die Live-Präsentationen der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks und der 2022er-Metzgerweltmeister vom Butcher Wolfpack fanden regen Zuspruch.

Optimistisch in die Zukunft

Joachim „Joggi“ Lederer, Landesinnungsmeister des Landesinnungsverbandes für das Fleischerhandwerk in Baden-Württemberg, zog ein positives Resümee: „Die SÜFFA ist und bleibt der Marktplatz für das Handwerk. Unsere Innung hat der Messe mit großer Zuversicht entgegengesehen – und wurde nicht enttäuscht. Es war wieder eine runde, gelungene Veranstaltung, die eindrucksvoll zeigte, dass wir vieles richtig machen – etwa die Wurstwettbewerbe wieder auf die Messe zu holen. Unsere Profis konnten ihre Fähigkeiten unter Beweis stellen, und, das ist besonders wichtig, auch der Nachwuchs bekam eine Bühne. Vor allem aber wurden zahlreiche neue Kontakte geknüpft und viele interessante Geschäfte angebahnt. Wir können optimistisch in die Zukunft schauen.“

Ausstellende zufrieden

Ebenso positiv fiel das Urteil der Ausstellenden aus: „Auf der SÜFFA sind die Handwerker, die Chefs und Entscheider selbst vor Ort“, freute sich Thomas Binzer, Gründer und Prokurist der Payprocess. „In den ersten 24 Stunden hatten wir hier so viele Leads wie auf keiner anderen Messe.“ Ähnlich äußerte sich Jan Zeinstra von Gebr. Graef: „Unsere Lösungen kamen gut an, es gibt definitiv eine Investitionsbereitschaft in der Branche. Wir konnten von Anfang an Aufträge schreiben.“ Auch Claudia Diedrichsen, Verantwortliche für Marketing und Kommunikation bei Sealpac, zeigte sich „beeindruckt von der Qualität der herzlichen und offenen Gespräche“.

Preisträger Qualitätswettbewerbe 2024

- **Gesamtsieger:** Genuss-Manufaktur Doll (Michael Gärtner), Birstadt und Obere Metzgerei Franz Winterhalter (Peter und Wendelin Winterhalter), Elzach
- **„Schinkenkönig“:**
Genuss-Manufaktur Doll (Michael Gärtner), Birstadt
- **Schinkenwurst / Rössle**
 1. Platz: Schneider Metzgerei, Pliezhausen
 2. Platz: Metzgerei Oskar Zeeb, Reutlingen
 3. Platz: Genuss-Manufaktur Doll, Birstadt
- **Maultaschen-Wettbewerb**
 1. Platz: Landmetzgerei Zum Ochsen, Kernen im Remstal
 2. Platz: Metzgerei Klein, Weil im Schönbuch
 3. Platz: Metzgerei Franz Bock, Markgröningen

Die Trendthemen

Zu den wichtigsten Themen zählten, bedingt durch den Fachkräftemangel, nicht zuletzt flexible Selbstbedienungs- und 24/7-Lösungen. Neben der umfassenden Produktausstellung erfreuten sich die informativen Bühnenpräsentationen und Sonderthemen regen Zuspruchs, darunter das Vortragsprogramm auf der „Bühne für Trends und Neues“. Dort präsentierte etwa die Fleischsommeliere Catharina Bardun (Bild u. re.) zweimal den Nachwuchswettbewerb „SnackStar“ und einige Teammitglieder des Butcher Wolf-



GENUSSFAKTOR GARANTIIERT

Mit Technik, die eines verspricht: Qualität, die man am Ende schmeckt.

Kutter, Wölfe und Mischwölfe für Handwerk und Industrie.

BUTCHER Wolfpack GOLD SPONSOR

WBC PARIS 2025 WORLD BUTCHER CHALLENGE

K+G WETTER

www.kgwetter.de

pack stellten sich und ihr Team vor und gaben in Form von Live-Vorführungen jede Menge praktische Tipps. Die Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks war mit neun weiblichen und männlichen jungen Kollegen auf der Messe präsent. Im Wettbewerbsareal gab sie dreimal einen Workshop zum Thema „Kreative Fleischprodukte und -präsentation“ und am Messe-Montag einigen Auszubildenden einen praktischen Einblick in die Kunst des Zerlegens.

Auch der „Themenpark Feinkost“ oder die zu ersten Mal veranstalteten internationalen Wurstschauen Polen und Österreich kamen gut an. Als festes Element der SÜFFA lockte das Trendthema Wild erneut viele Messe-gäste an. Ein weiterer Höhepunkt war der traditionelle Wettbewerb der Berufsschulen (s. S. 34), bei dem kreative Platten und themenbezogene Food-Präsentationen stau-nende Blicke der Besucher ernteten.

Einzugsgebiet erweitert

Derweil wächst die Strahlkraft der Messe als überregionaler Branchentreff: Immer mehr Besucherinnen und Besucher nehmen eine weitere Anreise in Kauf – ein Drittel der Befragten von über 100 km, knapp ein Viertel von mehr als 300 km. Auch ihren internationalen Anspruch konnte sie unterstreichen: Man begrüßte Besucherinnen und Besucher aus 38 Ländern, allen voran aus Österreich, der Schweiz, Frankreich, Italien und Polen. Der Anteil ausländischer Gäste steigt.

Den Ergebnissen der repräsentativen Umfrage zufolge stammten 71 % der Besucherinnen und Besucher aus dem Fleischerhandwerk und 11 % aus der fleischverarbeitenden Industrie. Interessant waren der leicht gesunkene Altersdurchschnitt (40,6 Jahre) und die um 8 % gestiegene Zahl der Neubesucher. Die nächste SÜFFA findet von 7. bis 9. November 2026 statt. **red**
www.sueffa.de

Aussteller-Statements



Rainer Laabs,
Vorstandssprecher,
GILDE (Zentrag eG)

„Es war unser erster Auftritt unter unserer neuen Dachmarke, die hier sehr gut angenommen wurde. Die viel-

leicht etwas verhaltene Stimmung innerhalb der Branche hat sich jedenfalls wieder gelegt – hier auf der SÜFFA und im weiteren Rahmen der Messe spürten wir viele positive Signale. Wir konnten mit mehreren Themen für Gesprächsstoff sorgen und uns für das Handwerk einsetzen, was uns sehr stolz macht. Auch unsere Anschlusshäuser äußerten sich sehr zufrieden.“

Madeleine Blank, Marketing und Kommunikation, Vemag Maschinenbau

„Die SÜFFA war gut besucht und verlief für uns sehr positiv. Besonders gefällt uns die handwerkliche Ausrichtung dieser Messe. Wir stießen auf breites Interesse, hatten alle Hände voll zu tun und konnten viele konkrete Gespräche führen. Deshalb rechne ich damit, dass sich auch im Nachgang noch einiges ergeben wird. Wir sind sehr zufrieden.“



Petra Heer, Produktma-
nagerin, Friedr. Dick

„Die SÜFFA ist für uns eine Pflichtveranstaltung. Wir konnten hier unser Spektrum präsentieren und sind mit Publikumszuspruch und

Besucherqualität sehr zufrieden. Ein großer Teil der Fachbesucher stammte aus dem Handwerk, aber wir trafen auch Partner aus Industrie und Handel. Insbesondere waren viele inhabergeführte Betriebe hier vertreten, was uns optimistisch in die Zukunft blicken lässt. Nicht zuletzt hat der SÜFFA Team Cup gezeigt, dass gerade der Nachwuchs mit großer Leidenschaft für das Produkt bei der Sache ist.



Samuel Golter, Be-
reichsleitung, Landes-
jagdverband Baden-
Württemberg e.V.

„Das Thema Wild passt sehr gut auf die SÜFFA, denn gefühlt sieht man in immer

mehr Metzgereien Wild in den Auslagen. Der Verzehr von Wildprodukten steigt, zumal die Menschen nicht nur Fragen nach der eigenen Gesundheit, sondern auch nach dem Tierwohl stellen. Wildtiere führen ein artgerechtes Leben mit selbstbestimmter Ernährung. Wir konnten gut beraten. Auch unser Jagdschein-Angebot stieß auf großes Interesse.“

Syner.Con & Mettler Toledo

Zugriff von Waagen auf Apps

Nutzer von Mettler Toledos FreshWay-Waagen können nun direkt über deren Bedienoberfläche auf Apro.Con von Syner.Con zugreifen. Damit bietet Apro.Con eine nie dagewesene Integration der Waagen- und Kassenumgebung mit ihrer Apro.Con-Warenwirtschaftslösung. Dazu wurde in Kooperation mit Mettler Toledo ein eigener Browser geschaffen, der auf Betriebssystemebene der Waage läuft. Bediener der Waagen finden im Tastaturlayout eine separate Touch-Taste, mit der sie zu den hinterlegten Apro.Con-Apps gelangen. So kann der Nutzer von der Waage aus mit der Apro.Con-Datenbank im laufenden Betrieb in Echtzeit kommunizieren. Mitarbeiter können mehr Aufgaben an der Waage ausführen, die Bedienabläufe werden schneller und einfacher, da Zwischenschritte in der Bedienung sowie Laufwege entfallen. Zudem sind die Apro.Con-Apps Order-Manager, POS-Manager und Filialbestellung über die FreshWay-Waagen verfügbar. Derzeit wird an der Integration des Moduls Etikettierung gearbeitet, um es Betrieben zu ermöglichen, die Waage in Kombination mit Apro.Con als vollwertigen Arbeitsplatz für das Etikettieren zu nutzen.

www.aprocon.de, www.mt.com



Hagesüd

Metzger-Bowls und Saucen

Auf der SÜFFA stellte Hagesüd Interspace sein Convenience-Konzept „Metzger-Bowls“ vor. Damit gelingt es Metzgereien in vier Schritten abwechslungsreiche Bowls anzubieten. Ein Metzger-Bowl-Paket besteht aus trockenen Nudeln (Spirelli Natur Plus oG, Spirelli Curry oG) im 3-kg-Eimer oder Tabouleh im 1-kg-Beutel, drei Dressings in einer praktischen Quetschflasche, die ein einfaches Dosieren ermöglicht, und entsprechenden Salatschalen (1.300 ml, 750 ml). Auf einen Teil Nudeln gibt man 2 l Wasser hinzu, wählt ein Dressing (Honig-Senf, Vinaigrette Französische Art, French Dressing) und fügt Fleisch oder auch einen Fleischersatz nach Wahl dazu. Auch An- und Zuschnitte lassen sich so wirtschaftlich verarbeiten. Neu bei den Eldo-Fix-Saucen für Pfannengerichte mit oder ohne Fleisch sind zudem die Sorten Indisches Butter Curry, oG, Frikassee oG und Mediterran oG +oA. www.hagesued.eu



EKU Großküchentechnik

Zum Braten und Frittieren

Mit den neuen Auftisch-Elektro-Grillplatten mit einer Bratfläche aus Duplex-Edelstahl und der neuen Großbecken-Elektro-Fritteuse Thermik 750 stellte EKU Großküchentechnik sein Know-how auf der SÜFFA erstmals auch dem Fleischerhandwerk vor. Beheizt wird die Grillplatte mit in Alublöcke eingelegten Heizkörpern. Für den Fettablass gibt es eine ovale Öffnung. Optional mit einem passenden Teflon-Stopfen. Die Maße: Breite 400 mm oder 600 mm, Gerätetiefe 600 mm, Höhe 200 mm. Das Tiefenmaß der Bratfläche beträgt 20 oder 50 mm. „Nach der Einführung und dem Erfolg der Thermik-Linien 750 und 850 haben wir die Duplex-Grillplatten in allen unseren fünf Thermik-Linien eingeführt, plus Gas-Variante“, so Geschäftsführer Manuel Kulbach. Die neue Großbecken-Elektro-Fritteuse hat ein Nutzvolumen von 18 Liter. Der Heizkörper bietet eine Leistung von 14 kW und ist leicht über die Schwenkvorrichtung nach oben entnehmbar. Eine spezielle Beckenisolierung ummantelt das Fritteusen-Becken von außen. Ein Panadensieb unter dem Heizkörper erleichtert die Reinigung. www.eku-limborg.de



Kramer GmbH

Viel besser als erwartet

Auch Kramer aus Umkirch zog eine positive SÜFFA-Bilanz. Als erste spezifische Handwerksmesse seit Jahren – und der ersten für das Unternehmen nach der Corona-Pandemie – diente die Veranstaltung als Test, um zu prüfen, ob Messen weiterhin effektiv sind. Das Ergebnis war eindeutig: „Die Messe war ein voller Erfolg. Wir konnten deutlich mehr Gespräche führen, als wir erwartet hatten, und die Qualität der Kontakte war sehr hoch“, berichtet Julian Woelki, Geschäftsbereichsleiter Ladenbau. „Wir haben die Messe genutzt, um Zukunftsthemen für Metzgereien hervorzuheben“, erklärt er und ergänzt: „Einmal die F-Gase-Verordnung, wobei wir unsere Waterloo-Theke mit Propan vorgestellt haben, und auch das Problem des Mitarbeitermangels, auf den wir mit unseren 24/7-Shop-Lösungen und unserer Flex-Theke eingegangen sind.“ Die SÜFFA 2024 hat bewiesen, dass Messen noch immer eine wertvolle Plattform bieten – auch wenn sie heute nicht mehr das einzige Instrument zur Kundengewinnung sind. www.kramer-gmbh.com



Fotos: Hagesüd Interspace, EKU Großküchentechnik, Kramer GmbH



VON ANFANG AN IMMER DAS OPTIMALE

Vakuumfüller F40
Vakuum-Einstiegsmodell mit großem Funktionsumfang

Perfekt geeignet für handwerkliche und kleinere Produktionsstätten

Verbrauchsoptimierte elektronische Antriebe für energieeffizienten Einsatz

Heinrich Frey Maschinenbau GmbH
Telefon: +49 7324 1720
Fax: +49 7324 172 44
info@frey-maschinenbau.de
www.frey-maschinenbau.de





Pokale und Medaillen

An den SÜFFA-Wettbewerben nahmen viele Metzgereien teil. Auch der Nachwuchs der Branche bewies im 25. Berufsschulwettbewerb erneut sein Können und die Auszubildenden freuten sich über die ihnen entgegengebrachte Wertschätzung.



Die internationalen Qualitätswettbewerbe – ausgerichtet vom Landesinnungsverband für das Fleischerhandwerk in Baden-Württemberg – fanden an den ersten beiden Messetagen im Wettbewerbsareal (Halle 6) statt. Alle Einreichungen aus Deutschland, Dänemark, der Schweiz, Österreich und Ungarn bescheinigen den Betrieben ein hohes Qualitätsniveau ihrer Produkte. 46 Metzgereien nahmen mit 464 Proben daran teil und stellten sich dem Urteil einer fachkundigen Jury. Diese vergab 314 Gold-, 102 Silber- und 42 Bronzemedailles. Die besten Metzgereien freuten sich über Ehren-Pokale, z.B. Porzellan-Rössle für die beste Schinkenwurst.

Im Maultaschen-Wettbewerb prüften die Juroren 38 Proben, wobei über jede Probe beraten und abgestimmt wurde. 27 davon erhielten eine Goldmedaille. Im Wettbewerb um die besten Brühwürste galt es 189 Proben zu bewerten. Hier gab es für die Schinkenwürste 18 Mal eine Goldwertung. 54 Proben prüften die Juroren im Kochpökelwaren-, 46 im Kochwurst-Wettbewerb. Von 49 Proben im Rohwurst- und Rohschinken-Wettbewerb waren zwölf aus Wildfleisch hergestellt. Sieben Goldmedaillen errang Christian Hevart (Schwarzwild Hevart) aus Bonndorf-Dillendorf und freute sich über einen Pokal. Außerdem nahmen alle teilnehmenden Metzgereibetriebe an einer Verlosung teil. Einen Reisegutschein nach Paris inkl. An- und Abreise und zwei Übernachtungen im Wert von 800 Euro gewann die Metzgerei Klein (Philipp Stäbler) aus Weil im Schönbuch. „Das Gesamtniveau war hervorragend“, freute sich der stv. Landesinnungsmeister und Jury-Vorsitzende Rüdiger Pyck: „Viele neue Produkte von außerordentlicher Qualität belegen die hohe Innovationskraft unserer Branche.“

Auszubildende in Bestform

Der SÜFFA-Montag gehört traditionell den Schülern und Schülerinnen, die – in rote SÜFFA-Shirts gekleidet – im 25. Berufsschul-

wettbewerb antreten, um Gold-, Silber- und Bronzemedailles zu erringen. Daran nahmen 44 Auszubildende in 24 Teams (20 Duos und vier Einzelpersonen) aus acht Schulen teil – davon war eine aus Nowe Miasto Lubawskie in Polen. Alle teilnehmenden Schulen erhielten vom Verband als Anerkennung für ihre Teilnahme 300 Euro, was durch dessen Sponsoren ermöglicht wird. Wie 2023 traten auch in diesem Jahr viele Auszubildende indischer Herkunft im Wettbewerb an, die im Rahmen eines Austausch- und Förderprogramms in Metzgereien im Südschwarzwald eine Ausbildung im Fleischer-Fachverkauf absolvieren. Große Aufmerksamkeit erreichten etwa die Präsentationen eines gefüllten Schweinefilets in Form eines Wikingerschiffs unter dem Motto „Genuss der Nordmänner“ und eines „Herbstlichen Dinners“ (Daniel Holola und Daniel Seyfert, Landmetzgerei Rupp-Holzwarth, Sulzbach an der Murr) aus der Gewerblichen Schule Backnang. Insgesamt vergaben die Juroren 14 Gold-, neun Silber- und eine Bronzemedaille. **Marco Theimer** www.fleischerbw.de

Die teilnehmenden Schulen

25. Berufsschulwettbewerb

- **Gewerbeschule Durlach:** 2 Duos (1 x Gold, 1 x Silber)
- **Gewerbeschule Lörrach:** 4 Duos, 2 Einzelperson, (2 x Gold, 3 x Silber, 1 x Bronze)
- **Gewerbeschule Villingen-Schwenningen:** 2 Duos (2 x Gold)
- **Gewerbliche Schule Backnang:** 4 Duos, 1 Einzelperson, (3 x Gold, 2 x Silber)
- **Gertrud-Luckner Gewerbeschule, Freiburg:** 3 Duos, 1 Einzelperson (4 x Gold)
- **Karl-Arnold-Schule, Biberach:** 2 Duos (1 x Gold, 1 x Silber)
- **Staatl. Berufsschule Neu-Ulm:** 1 Duo (1 x Gold)
- **Schule Nowe Miasto Lubawskie (Polen):** 2 Duos (2 x Silber)

K+G Wetter

Persönlicher Austausch kaum ersetzbar

Positiv fiel die Bilanz von K+G Wetter aus. „Dass die Besucherzahl etwas niedriger war als 2023, haben wir gemerkt“, sagte Geschäftsführer Andreas Wetter. „Trotzdem hatte unser rund 20-köpfiges Team immer zu tun. An jeder Maschine waren interessierte Fachleute versammelt, um sich die Features und Funktionen präsentieren zu lassen. Die Gespräche rund um unsere Kutter und Wölfe haben uns das große Interesse des Metzgerhandwerks an praktischen Lösungen gezeigt.“ Genügend Fachkräfte zu finden, ist hier zunehmend schwierig.

„Mit Lösungen, die Arbeitsschritte soweit verkürzen, vereinfachen und automatisieren, dass sich auch mit weniger Fachwissen und Arbeitszeit Lebensmittel ausgezeichneter Qualität herstellen lassen“, so Sales Manager Int. Volker Schlosser. Großes Interesse erfuhren die Software Cut Control oder Hygienic Secure-Lösungen bei Kuttern, z.B. die werkzeuglos zur Reinigung abnehmbaren Teile. Gleiches galt für Lösungen bei Wölfen und Mischwölfen, wie der Easy Access-Tür für den leichten und schnellen Zugang zum Wolftrichter oder der Spülkammer. Die neue Hebeunterstützung Easy Lift bringt E2-Kisten bei Handwerkskuttern und -wölfen sicher und exakt in die richtige Entladehöhe – eine weitere Entlastung für die tägliche Arbeit. Da sich solche Features am besten an der Maschine zeigen lassen, sind Messen wie die SÜFFA sehr wichtig: „Der persönliche Austausch mit Metzgern und Lebensmittelverarbeitern ist kaum zu ersetzen“, resümierte Volker Schlosser.

www.kgwetter.de



Foto: K+G Wetter

Anzeige

VEMAG: Innovative Produktionslösungen

Auf der SÜFFA stellte das Team der VEMAG Maschinenbau GmbH, Verden/Aller, den Messebesucherinnen und Besuchern live innovative Produktionslösungen vor.



Die neue Füllmaschine DPNx ist vielseitig einsetzbar und passt sich den individuellen Anforderungen der Produktion an.

Im Fokus standen unter anderem die Würstchenlinie VS227plus, die auch bei häufigem Wechsel des Kalibers und unterschiedlicher Würstlängen ein gleichbleibendes Produktbild gewährleistet.

Füllmaschine DPNx

Das Maschinenbauunternehmen präsentierte zudem ein umfangreiches Portfolio aus Vakuumfüllern und modularen Vorsatzgeräten, die ein perfektes Portionieren, gleichmäßiges Formen und exaktes Dosieren von Produkten ermöglichen. Ein Highlight war die neue Füllmaschine DPNx. Diese Maschine ist ideal für das genaue Portionieren von weichen und festen Massen geeignet. Damit ist die DPNx besonders für mittelständische Unternehmen gut nutzbar, um flexibel und wirtschaftlich eine breite Produktpalette in hoher Qualität herzustellen.

Die DPNx erfüllt höchste Hygienestandards und das modulare Baukastensystem von VEMAG ermöglicht es sowohl Handwerksbetrieben als auch dem Mittelstand,

zielgerichtet zu investieren und die Flexibilität in der Produktion zu steigern. Das Baukastenprinzip ermöglicht zudem eine einfache Erweiterung des Produktportfolios.

Insgesamt zeigte sich das Team von VEMAG sehr zufrieden mit der SÜFFA. Der Messestand war durchgehend gut besucht, es gab spannende Gespräche und einen regen Austausch. Die gewonnenen Erfahrungen und der Input werden in die tägliche Arbeit einfließen, um weiterhin kundenorientierte Lösungen zu entwickeln.

Weitere Infos finden Sie unter: www.vemag.de



VEMAG Maschinenbau GmbH

Weserstraße 32 • D-27283 Verden /Aller

Tel.: (042 31) - 77 70

e-mail@vemag.de • www.vemag.de



AVO-Werke

Herzhaftes für die kühle Jahreszeit

Am Messestand präsentierte der Gewürzspezialist AVO allerhand Neuheiten für Herbst und Winter und gab praktische Tipps. Dem Trendthema proteinreiche Ernährung folgen die Marinaden aus dem Sofit High Protein-Sortiment: die Emulsionsmarinaden Paprika und Gärtenkräuter, die sich etwa zum Marinieren von magerem Fleisch eignen, und die Komplettmarinaden mit Gemüsestücken in den Sorten Walpilz und India für Pfannengerichte. Dem Thema Fleischersatz begegnet das Unternehmen mit einer neuen Generation der Vegavo Texturate und Komplettmischungen, die ohne Methylcellulose auskommen, für Nuggets, Schnitzel und Burger. Herzhafte Aufläufe und Eintöpfe gelingen mit den AVO Fix Cuisine-Zubereitungen in den Sorten Grünkohl, Wirsing und Sauerkraut sowie den AVO Fix Cuisine Eintopfkonzentraten. Zudem sorgen eine „Döner-Bratwurst“ aus Rindfleisch und eine orientalisch gewürzte Geflügelbratwurst für mehr Abwechslung auf den Teller. Neu im Sun Spice Würzfolien-Sortiment sind die Sorten Wildkräuter und Sweet Chili.

www.avo.de

Poly-clip System

Etikettieren im System

Auf der Messe zeigt Poly-clip system außerdem das Etikettier-System ES 6000 in Verbindung mit dem Halbautomatischen Doppelclipper PDC 700 mit seiner geteilten Magazin- und Clipstange für die ergonomische Clipbeladung, die für optimale Sicherheit beim Setzen des ersten Clips mit zweihändiger Schaltung sorgt. Die Kennzeichnung mit dem Etikettier-System entspricht den EU-Richtlinien (Lebensmittel Informationsverordnung [LMIV] [EU] Nr. 1169/2011) und wird beim Clippen fälschungssicher direkt am Produkt befestigt – anwendbar für alle Kunststoff-, Faser-, Collagen- und Naturdärme. Garantiert wird die direkte Chargenrückverfolgung durch den Druck aller produktspezifischen und tagesaktuellen Angaben auf dem Etikett. Dieses ist reiß- und kochfest, um ein Verschmieren des Druckbildes zu verhindern. Mit der individuellen Layoutgestaltung der Etiketten, z. B. das Drucken des Firmenlogos, Barcodes und QR-Codes wird eine hohe Flexibilität gewährleistet. Darüber hinaus punktet das System mit niedrigen Kosten pro Druck, bei 5.000 Etiketten pro Rolle.

www.polyclip.com



S.A.M. Kuchler Electronics

Mit MAP-Technologie

Klassische Aufschnitt- sowie Verpackungssysteme mit neuer MAP-Technologie stellte S.A.M. Kuchler Electronics vor. Damit können Metzgereien ihre Theken effizient und ohne hohen Personalaufwand betreiben. Eine MAP-Maschine verlängert durch ein spezielles Gasgemisch in einer Schutzgasverpackung die Haltbarkeit von Lebensmitteln. „Dadurch können sich die Mitarbeiter/-innen auf andere zentrale Aufgaben konzentrieren, während die Maschinen eine gleichbleibend hohe Qualität bei der Verarbeitung und Verpackung von Wurst, Käse, Schinken und Salami gewährleisten. Stolz sind wir auf die nahtlose Integration dieser Technologie in unser bewährtes kompaktes Aufschnitt- und Verpackungssystem S.A.M. PX3“, sagt Geschäftsführerin Valentina Kuchler. Die Maschinen sind platzsparend hergestellt, wodurch sie auch direkt an der Theke einen Platz finden. Kunden erleben das Schneiden und Verpacken live mit, was zu mehr Transparenz und gesteigertem Vertrauen in die Qualität der Produkte führt.

www.sam-kuchler.com



Miveg

Spieße maschinell herstellen

Das neue Skewer System von Miveg bietet eine Lösung beim Thema Spießproduktion, mit einer Leistung von bis zu 2.040 Grillspießen/Stunde. Damit trifft es den Bedarf mittelständischer Fleischereien, die von Handarbeit auf maschinelle Produktion umsteigen möchten, um ihre Produktion von Spießen zu steigern und unabhängig von Fachkräftemangel und externen Zulieferern zu sein. Vor allem bei Personalmangel und variablen Produkten bietet die Maschine Vorteile: Sie benötigt nur zwei bis vier Bedienkräfte und kann zwei verschiedene Produkte auf einem Band verarbeiten, ohne Umbau oder Mehrfachinvestition. Mit kompakten Maßen und mobil auf Rädern passt sie auch in kleinere Räume. Interessierte können im Miveg-Showroom einen Termin vereinbaren (contact@miveg.de) und die Maschine dort testen.

www.miveg.de



Seydelmann

Vierte Kutter-Generation

Die Maschinenfabrik Seydelmann präsentierte ihre neue Kutter-Generation für Handwerksbetriebe und führte mit einem Fokus auf Hygienic Design, Ergonomie, Digitalisierung/Automatisierung und Energieeffizienz viele innovative Neuerungen ein. Ein Beispiel: Wenn auch selten verschmutzt, war der Raum unter der Schüssel bisher schwer zu reinigen. Durch große Reinigungsluken ist nun eine Zugänglichkeit rundum gegeben. Ohne die Steifigkeit und damit Stabilität des Maschinenständers zu beeinträchtigen, erlauben diese eine schnelle, ergonomische Reinigung. Eine vollumfängliche Reinigung mit Dampfstrahler & Co durch bessere Zugänglichkeit erleichtert bei den Vakuum-

Koch-Kuttern die ohne Werkzeug entnehmbare metalledetektierbare Dichtung zwischen Schüssel und Maschinenständer.

Optional ist eine Hebevorrichtung für Euronorm-Fleischkisten (z.B. E2). Diese verbessert die Ergonomie für den Bediener: Stehend mit geradem Rücken können befüllte, schwere Fleischkisten in die Maschine gegeben werden. Zugleich spart diese Arbeitsweise Zeit. Das S24-Messersystem enthält keine Schrauben und Spannsätze und ist durch klare Markierungen selbsterklärend und prozesssicher schnell zu montieren. Eine zusätzliche Arbeitserleichterung ist die optionale Schnellspannmutter, die das Hantieren mit schweren Schraubenschlüsseln unnötig macht. Standard bei allen Handwerkskuttern ist die Steuerung Auto-Command 500, die neben dem manuellen Betrieb eine automatische Programmsteuerung unterschiedlicher Rezepturen ermöglicht. Zudem erweiterte Seydelmann sein Portfolio um die auf Verbrauchsoptimierung ausgerichtete eco+Baureihe, mit der 40 % Energie eingespart werden können.

www.seydelmann.com

Foto: Maschinenfabrik Seydelmann

Anzeige

SÜFFA 2024: BECK to the Roots!



Nicht nur trendig: BECK FoodCover Dry sind in nahezu jeder Geschmacksrichtung als Rollenware, Blätter sowie Casings und Därme beim fränkischen Gewürzprofi erhältlich.

Für die Hersteller von Fleischerzeugnissen und fleischlosen Alternativen ist die internationale Fachmesse SÜFFA der ultimative Branchentreffpunkt: Und so kamen auch in diesem Jahr vom 28. bis 30. September wieder fast 7.000 FachbesucherInnen nach Stuttgart, um sich über die Neuheiten von 228 Ausstellern zu informieren.

BECK Gewürze und Additive nutzte die Messe, um zu zeigen, wie sich alte Metzgertradition mit Innovation verbinden lässt. Der international erfolgreiche Schnaittacher Familienbetrieb punktete bei den Standbesuchern mit „Theken-Klassikern 2.0“ und demonstrierte, wie man mit der richtigen Würzung und optimierten Herstellungsverfahren aus Gelbwurst, Aufschnitt und Kochschinken noch mehr Geschmack herausholt.

Auch die köstlichen fränkischen Wurzeln von BECK konnte man auf der SÜFFA riechen und schmecken: Mit einem deftigen, warmen Surbraten und Sauerkraut kochte sich BECK in die Herzen des Fachpublikums.

Raffinierte Zwiebelvariationen

Weiteres Highlight bei BECK: der neue Röstzwiebel-Koch-

schinken, der sich beim Verkosten als wahrer Publikumsrenner erwies! Doch die Fachberater auf dem Stand hatten für alle Metzgerei-Produkte noch mehr inspirierende Anregungen parat – zum Beispiel, wie sich mit gedünsteten, gerösteten und karamellisierten Zwiebeln ohne Aufwand verkaufstarke neue Produkte zaubern lassen.

Gefragte vegane Alternativen

BECK bleibt am Puls der Zeit und unterstützt Lebensmittelhersteller auch bei der Produktion schmackhafter veganer Fleischalternativen – und stieß damit beim Messepublikum auf reges Interesse.

Mit BECK mehr Abwechslung in die Theke bringen!



Teamspirit: Das gesamte Team BECK beriet mit alten Bekannten und auch neuen Gesichtern zu traditionellem und neuen Produkten.

SÜFFA Team Cup

Den erstmals auf der SÜFFA ausgetragenen „Siebenkampf des Fleischerhandwerks“ entschied das Duo „Meatgrinder“ – Stefan Bless und Timo Scheytt – für sich.



Dabei waren bei den sechs teilnehmenden Teams Teamgeist und Können gefragt. Diese gingen mit beeindruckendem Elan und Spaß ans Werk und wurden von den Zuschauerinnen und Zuschauern mit viel Beifall belohnt. Den Sieg errang das hochmotivierte Team „The Meatgrinder“ mit Stefan Bless und Timo Scheytt (Inhaber der Metzgerei Scheytt aus Mühlacker-Dürrmenz). Auf der „Bühne für Trends und Neues“ in der Halle 6 wetteiferten die Teams um den Sieg. Aufgeteilt in die Bereiche „Aus der Wurstküche“ (vormittags) und „Aus dem Verkauf“ (nachmittags) galt es sieben Disziplinen er-

folgreich zu absolvieren. Diese lauteten: Ausbeinen, Wolfen, Kutting und Füllen auf Zeit, aufs Gramm genau wiegen, Anrichten einer Canapé-Platte, Herstellung einer möglichst gleich schweren Leberkäse-Semmel inner-

halb weniger Minuten und Gewürze-Raten. Premiumpartner des Wettbewerbs war die Maschinenfabrik Seydelmann, weitere Partner waren Amjadi, Bizerba, Friedr. Dick, Hagesüd, Handtmann und thekenplan.

Platzierungen der Teams:

1. Platz: „The Meatgrinder“ (Stefan Bless und Timo Scheytt): 53 Punkte
2. Platz: Lemitec (Fabian Schönmann und Fesnike Rushiti): 47 Punkte
3. Platz: Team Seydelmann Kundencenter (Michael Kirn und Manuel Siegle): 40 Punkte
4. Platz: Metzgerei Schneider, Pliezhausen (Marco Schneider und Lisa Rösler): 39 Punkte
5. Platz: Team Metzgerei Freyberger, Nürnberg (Pascal Karatey und Reiner Freyberger): 33 Punkte
6. Platz: SÜFFA-Team (Andreas Wiesinger, Sophie Stähle, Uta Götze): 26 Punkte

Foto: M. Theimer

Anzeige

Die perfekte Lösung

Auf der SÜFFA 2024 in Stuttgart präsentierte die Heinrich Frey Maschinenbau GmbH auch Vakuumfülltechnik für handwerkliche Metzgereien.

F-Line F60 mit Liftmax

Mit einer theoretischen Füllleistung von 2.900 kg/Stunde und einem abnehmbaren Abdrehtriebe ist die F-Line F60 besonders leistungsfähig in der Würstchenproduktion. Die Würstchen können selbst bei hoher Arbeitsgeschwindigkeit besonders darmschonend abgedreht werden. Die F-line F60 ist mit ihrem modernen Flügelzellenförderwerk bestehend aus acht Füllkammern der perfekte Vakuumfüller für kleinere Handwerksbetriebe. Die Rotoren sind in rostfreiem und verschleißbarem Edelstahl mit Plasmabeschichtung ausgeführt. Das innovative Design der Maschinen bietet ein Optimum an Hygiene und einfachste Reinigung. Schnellster Sortenwechsel und sehr wenig Restbrät sind als weitere Vorteile der F-LineF60 anzuführen.



Das Gehäuse und der teilbare 90-Liter-Fülltrichter sind komplett aus Edelstahl. Angetrieben wird die F60 durch den Frey Top Drive, und erfüllt damit die höchsten Ansprüche der Energieeffizienz. Der innovative Anbaulift für 120-Liter-Wagen ist die ideale Lösung für Handwerksbetriebe. Das schwere Heben für das Personal entfällt. Der Fülltrichter des Vakuumfüllers wird durch den Liftmax beschickt. Die Bedienung erfolgt über die integrierten Lifttasten des Füllers. Der Beschickungswagen wird seitlich eingeführt, daher kann der Füller auch in Wandnähe gestellt werden. Der Anbaulift ist komplett in massivem Edelstahl gebaut und einfach zu bedienen. Durch die kompakte Bauweise des Liftmax nimmt die Kombination sehr wenig Platz in Anspruch.



Heinrich Frey Maschinenbau GmbH
Fischerstraße 20 • 89542 Herbrechtingen
Tel: +49 (0)7324-172-0
info@frey-maschinenbau.de
www.frey-maschinenbau.de

Energie-Partnerschaft

Die Metzgerei Filser in Altenstadt ist seit Jahren ein Musterbetrieb in Sachen Nachhaltigkeit. Seit 2020 profitiert sie von unserer Kooperation mit einem Profi für Energievertrieb.



Die Verhandlungen beurteilt er als fair und transparent.

Finanzielles Polster

„Wer seinen Strom oder sein Gas über uns bezieht, kann sich auf den zugesicherten Preis verlassen. Sobald man sich entschließt, unser Angebot anzunehmen, ist die eigentliche Arbeit für den Betriebsinhaber getan. Wir veranlassen den Wechselantrag und leiten ihn an den Energielieferanten weiter. Dieser kündigt den bestehenden Vertrag beim ehemaligen Versorger und übernimmt die Umstellung“, erklärt Johannes Schütze, Vorstand der Johannes Schütze AG.

„Der Start bei der Johannes Schütze AG war super einfach. Wir haben nur noch eine

Vollmacht ausgefüllt, die erst genutzt wurde zur Abfrage der aktuellen Strompreise. Danach ist es einfach weitergegangen“, lobt

„So ist es möglich, Energiekosten zu sparen, und es entsteht mehr Spielraum für weitere kostensenkende Investitionen.“

Ludwig Filser

mehrere Verbraucher konnten wir einen noch günstigeren Strom- und Gaspreis für uns erwirken, als wir schon hatten. So ist es möglich, Energiekosten zu sparen und es entsteht mehr Spielraum für weitere kostensenkende Investitionen“, betont er.

der Metzgermeister. Die Johannes Schütze AG würde er Kolleginnen und Kollegen aus dem Metzgerhandwerk sowie anderen Branchen zu 100 % empfehlen, da die Strompreise in den nächsten Jahren nur noch steigen würden. „Die kennen nur einen Weg – nämlich nur nach oben“, sagt er in einem Videoclip auf www.fleischnet.de/fh-energie/ und ergänzt: „Um innovativ und flexibel zu bleiben, braucht man ein finanzielles Polster, mit dem man Investitionen, Reparaturen oder Weiterentwicklungen tätigen kann. So bleibt man auch attraktiv für die Kunden und gegenüber den Mitbewerbern.“ Daher legt er es Kolleginnen und Kollegen ans Herz, die Energiekosten im Blick zu behalten und eventuell nachzusteuern.

mth

www.johannesschuetze.com
www.metzgerei-filser.de



Geführt wird die Metzgerei im Landkreis Weilheim-Schongau seit 2019 in vierter Generation von Ludwig und Barbara Filser. Ökologisch und ökonomisch handeln, das bestimmt das Tun der Metzgerei seit jeher. Ob beim Rohstoffbezug – bis 2019 hielt man eigene Rinder – Hackschnitzelheizung, BHKWs, PV-Anlage, ecobox-Pfandboxen oder im neu gestalteten Laden. Seit über 40 Jahren gibt es hier eine Wärmerückgewinnung in Sachen Kühltechnik und seit 16 Jahren eine unter dem Hof liegende Hackschnitzelheizung, gekoppelt mit zwei Blockheizkraftwerken (BHKW) für die Gewinnung von Strom, Heizwärme und Warmwasser.

Um seine Energiekosten noch weiter zu senken, schloss Metzgermeister Ludwig Filser 2020 mit dem Energiedienstleister Johannes Schütze AG einen Vertrag bis 2024 ab, der einen vorherigen ersetzte. „Auf die Johannes Schütze AG aufmerksam wurde ich über einen Artikel in FH Fleischer-Handwerk. Dadurch habe ich mich darüber informiert und so ist eine Partnerschaft entstanden“, blickt er zurück. „Durch die Bündelung

Vom Scherz zur Botte-Box

April, April: So antwortete die Burgmetzgerei Botte dieses Jahr via Social Media auf die Ankündigung der Eröffnung einer Filiale in Selters im Westerwald. Seit 17. Oktober ist sie nun doch Realität: als 24/7-Shop „Botte-Box“ in einem schmucken Container.



Die „Botte-Box“ steht auf einem zentral gelegenen Parkplatz. Bezahlt wird nach Online-Vorregistrierung bargeldlos mittels des RFID-Technologie-Systems von Smartstore24.



Gemeinsam mit ihren Eltern Annette und Markus hatte Fleischermeisterin Luisa Botte 2023 – noch ohne Hintergedanken – auf dem Rückweg aus dem Urlaub den Smartstore „Hack24“ der Metzgerei Hack in Freising besucht. Dass es jetzt den ersten Metzger-Smartstore in der Region Westerwald von ihnen gibt, hatte lustige Gründe. Gut zwei Jahre nach meinem ersten Besuch der Metzgerei in Hartenfels im Westerwaldkreis sagt die 25-Jährige wenige Tage vor der Eröffnung beim zweiten Termin vor Ort: „Ja, das stimmt wirklich. Alles begann mit einem Aprilscherz.“ Die Kommentare und die Resonanz danach seien unerwartet gewaltig gewesen. „Dann hat es auch bei meinem Vater Klick gemacht und er beschäftigte sich immer mehr mit dieser Idee“, fährt sie fort. „Warum eigentlich nicht? In Selters gibt es schon seit zehn Jahren keine Metzgerei mehr und die Stadt liegt auf der Strecke zwischen der Metzgerei mit Produktion und unserer Filiale in Ransbach-Baumbach. Da kommen wir täglich vorbei“, ergänzt Markus Botte.

Ende April startete die Planung. „Wir haben wenige Systeme verglichen und entschieden uns letztlich von der Inneneinrichtung her für Schrutka-Peukert. Die Lieferung aus einer Hand war kaufentscheidend. Die Lieferzeit: zehn Wochen“, berichtet er. Nun galt es noch einige formelle Dinge zu klären. „Ende Mai haben wir eine Powerpoint-Präsentation im Stadtrat gemacht und natürlich auch ein paar Wurstproben mitgebracht“, berichtet Luisa Botte weiter, die auch Betriebswirtin des Handwerks ist. Vor allem der Stadtbürgermeister der 4.000-Einwohner-Stadt, Rolf Jung, war von der Idee begeistert und Anfang Juni stimmte der Stadtrat einstimmig für den 24/7-Shop. So kam es, dass der Container am 9. September geliefert und mit dem Innenarchitekten Jürgen Beck,



Schon bei der Eröffnung Mitte Oktober staunte die Kundschaft über das vielfältige Produktangebot in der „Botte-Box“. Das freute natürlich auch Annette, Markus und Luisa Botte, für die ihr neuer 24/7-Shop eine zukunftsfähige und umsatzfördernde Vertriebslösung ist.

der Projekte für Schrutka-Peukert umsetzt, in den Folgetagen ausgebaut wurde.

Standort mit Potenzial

Die „Botte-Box“ steht auf drei gemieteten Parkplätzen eines großen zentral gelegenen Parkplatzes in Selters. Wenige Meter entfernt findet der Wochenmarkt statt, zwei Bushaltestellen, zwei Banken und das Rathaus grenzen an. Die Parkplätze sind kostenfrei. Auch einen Zugang zu Starkstrom gab es. Bei meinem Besuch am 14. Oktober wurde gerade die Außenbeschriftung angeklebt. Restliche Arbeiten – auch die Installation des Bezahlsystems von Smartstore24 – erfolgten seit Anfang Oktober. „Etwa 1.500 Produkte sind schon drin: unsere Hausmacher Wurstwaren sowie Fertiggerichte in Dosen, Nudeln aus der Region und getrocknete Schweineohren als Hunde-Snack“, sagt Luisa Botte. Und was gibt es noch hier?

Seit dem Eröffnungsnachmittag mit zwei Partyzelten am 17. Oktober als SB-Ware alle Arten von Aufschnitt, Salami, Roh- und Kochschinken, Schnitzel, Frikadellen, Feinkostsalate im 250-g-Becher, Käse-Fleischwurst, Gulasch u.v.m. „Wir haben unser Sortiment vergrößert, z.B. durch Küchenfertiges wie Kassler

mit Püree und Sauerkraut, Kartoffelgratin oder Braten mit Sauce“, sagt Markus Botte. Und seine Frau Annette ergänzt: „Auch Brötchen-Rohlinge von einem befreundeten Bäcker oder Kartoffeln aus der Verwandtschaft sind dabei“. Alle Waren sind auf Regalen, in einem Tiefkühlschrank und in drei zweitürigen Kühlschränken zu finden. Drei Videokameras überwachen das Ganze zuverlässig.

Gut einen Monat vor dem Start machte Luisa Botte auf Instagram und Facebook auf die „Botte-Box“ aufmerksam, erklärte ihre Funktion und beantwortete Fragen. Man habe sich für das Smartstore24-System mit den codierten RFID-Etiketten entschieden, da es geschlossen ist und es eine Schnittstelle zu dem bestehenden Warenwirtschaftssystem von Bizerba gab. „Wir sehen am Handy immer was und wer in der Box ist und ob etwa eine Haltbarkeit ausläuft“, sagt Markus Botte.

Über 320 Kunden hatten sich schon vor der Eröffnung mit Adresse und Bankverbindung auf der Botte-Website angemeldet. Via QR-Code gelangen die Kunden in den 24/7-

Shop, nehmen Waren heraus und zahlen bargeldlos am Terminal. Wer nicht via Handy bezahlen möchte, erhält den QR-Code auf einer Kundenkarte.

„Ende Mai haben wir eine Powerpoint-Präsentation im Stadtrat gemacht und natürlich auch ein paar Wurstproben mitgebracht.“

Luisa Botte

Gut vorbereitet

Wer einen Smartstore betreibt, muss die benötigten SB-Waren verpacken. „Ein Mitarbeiter von Nordvac wohnt 10 km entfernt. Das war nur ein Anruf“, so Markus Botte. Am 22. September wurde die 3 m lange Variovac-Tiefziehverpackungsmaschine Optimus SE, die sich als Einstieg ins automatische Verpacken eignet, geliefert. Die passte zwar erst nicht durch eine Tür – ein Stück Wand wurde entfernt und danach wieder ergänzt – heute ist sie unverzichtbar. Ihre maximale Ziehtiefe liegt zwischen 60 und 110 mm.

Zu erwähnen ist bei der „Botte-Box“ noch ihr nachhaltiges Energiekonzept von Schrutka-Peukert: die KI-gesteuerte Beleuchtung mit 30 % weniger Licht wenn Kunden darin sind, das natürliche Kältemittel R290 Propan und die Wärmerückgewinnung. Im Sommer wird die Wärme der Kühlschränke nach außen abgeleitet und auch im Winter freuen sich die Kunden stets über angenehme 21°C im Inneren der Box.

Marco Theimer

www.burgmetzgerei-botte.de

„Wir sehen am Handy immer was und wer in der Box ist und ob etwa eine Haltbarkeit ausläuft.“

Markus Botte

Fit für die Kunden der Zukunft



Ein neuer SB-Bereich, ein Self-Checkout und weitere technologische Investitionen sichern in der Metzgerei Sax in Schwendi im Landkreis Biberach einen erfolgreichen Generationswechsel.



Die 1919 gegründete Traditionsmetzgerei Franz Sax verkauft in Baden-Württemberg an vier Standorten – Schwendi, Burgrieden, Munderkingen, Stuttgart – Fleisch- und Wurstwaren aus eigener Produktion sowie selbst gemachte Maultaschen. Die Produkte werden frisch und abgepackt angeboten. Die Metzgerei führt auch einen Imbiss mit wechselndem Mittagstisch und ist als Caterer für einen Kindergarten aktiv, der auch mit Fisch- und vegetarischen Gerichten beliefert wird. Seit April dieses Jahres verfügt die Metzgerei am Standort Schwendi zusätzlich zu seinem Ladengeschäft über einen SB-Bereich. Um den sich wandelnden Kundenbedarf noch besser erfüllen zu können, richtete der Inhaber Franz Sax in seinem Hauptgeschäft einen SB-Bereich – auch mit Selbstscanner-Kassen – ein. Das zukunftsfähige Konzept erforderte eine technische Modernisierung, bei der Bizerba die Metzgerei umfassend unterstützte.

Mehr Kundenservice

Die Fleisch- und Wurstwaren aus eigener Produktion und die selbst gemachten Maultaschen werden von der Kundschaft sehr geschätzt. Wer weit zur Arbeit hin pendelt oder auf Durchreise zur Montage ist, hält hier gerne an, um sich mit einem herzhaften Snack zu versorgen. Auch bei Familien ist die Metzgerei beliebt. Schülerinnen und Schüler holen sich eine schnelle Leberkässemmel gegen den ersten Hunger, gleichzeitig kaufen Mütter und Väter für das Mittagessen ein. Zum Wochenende hin decken sich vor allem in der Grillsaison Fleischfans reichlich mit Würstchen und Steaks ein. Personell ist die Metzgerei mit rund 37 Beschäftigten gut ausgestattet, doch es wuchs der Wunsch, die Kundinnen und Kunden noch besser zu bedienen und zu versorgen – auch außerhalb der Ladenöffnungszeiten. Und das, ohne das Team aufzustocken oder zusätzlich zu fordern. „Viele Leute können oft kaum während unse-

Fotos: Bizerba



rer Öffnungszeiten einkaufen. Darum haben wir den SB-Bereich entworfen. Da kann man fast rund um die Uhr an jedem Wochentag einkaufen und Waren abholen“, betont Franz Sax.

Die Herausforderung

Franz Sax kennt die Bedürfnisse seiner Kundschaft. Diese möchte zügig bedient werden, auch nach einem langen Arbeitstag noch einkaufen und sich spontan samstagsnachmittags für eine Grillparty oder ein geselliges Essen mit Lebensmitteln eindecken können. Die gestiegenen Anforderungen sollten mit bestehendem Personal erfüllt werden. Zusätzlich wünschte er sich eine Entlastung seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sein übergeordnetes unternehmerisches Ziel ist es, den Familienbetrieb profitabel in die Zukunft zu führen. Der Absatz hochwertiger Metzgereiprodukte soll gesichert, Kundschaft und Personal zufrieden sein. Er wünscht sich die bestmögliche Verbindung aus traditionellem Handwerk und zeitgemäßem Angebot und Service, mit der die erfolgreiche Geschichte des Unternehmens fortgeschrieben werden kann.

Die Lösung

Damit Kundinnen und Kunden auch außerhalb der Ladenöffnungszeiten einkaufen können, baute Franz Sax seine Metzgerei um. Die Ladentheke wurde verkürzt, ein SB-Bereich abgetrennt und eingerichtet. Der „Laden im Laden“ ist an sieben Tagen pro Woche von 6 bis 22 Uhr geöffnet und kann über eine Zugangskontrolle mittels EC- oder Kreditkarte betreten werden. In den Regalen und der Auslage gibt es abgepackte Maultaschen, Wurst in Scheiben als SB-Ware, Convenience in Dosen, Käse, verschiedene Fleischwaren und verarbeitete Lebensmittel wie Suppeneinlagen. Zudem können Warentüten aus einem Kühlschrank abgeholt werden, die zuvor telefonisch, per Mail oder online bestellt wurden. Zum Checkout scannen die Kundinnen und Kunden Bon oder Ware selbst und zahlen mit Karte.

Foto: Bizerba

Selbstständiges Bezahlen ist auch während der Ladenöffnungszeiten möglich. Sind bei Hochbetrieb alle Mitarbeitenden ausgelastet, können Kundinnen und Kunden ihre Ware mit dem ausgedruckten Bon an einer Selbstscanner-Kasse bezahlen und mitnehmen. So werden Wartezeiten reduziert. Nicht nur schneller, sondern auch bequemer und sauberer ist das Bezahlen an bedienten Kassen mithilfe von Bargeld-Recyclern. In diese Geräte geben die Kundinnen und Kunden Münzen und Scheine selbst ein und entnehmen das Wechselgeld. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kommen so zu keiner Zeit mit Bargeld in Berührung, was auch die Einhaltung von Hygienevorschriften vereinfacht.

Alles aus einer Hand

Um seine Metzgerei im gewünschten Umfang modernisieren zu können, benötigte Franz Sax eine ganze Reihe neuer Geräte. Zur

neuen Betriebsausstattung zählen im Vorbereitungsraum jetzt auch industrielle Schneidemaschinen, Etikettendrucker und verschiedene Industriewaagen. Im Ladengeschäft in Schwendi stehen jetzt mehrere neue PC-Waagen, teilweise mit einem Scanner, Kartenterminal und Kassenschub-

„Unsere Kinder werden das Geschäft weiterführen und dafür wollten wir dieses in den besten und zukunfts-sichersten Zustand bringen.“

Franz Sax

lade sowie halbautomatische Vertikalschneidemaschinen. Ausschlaggebend dafür, sich für diese Gesamtlösung von Bizerba zu entscheiden, war für Franz Sax neben der Reputation der Marke und der hohen Qualität der Produkte der Vorteil, alle Leistungen von Hardware und Etiketten über Software bis zu Services und Support aus einer Hand zu bekommen. Zuvor besaß er Geräte unterschiedlicher Hersteller, „deren Zusammenspiel nicht immer optimal war“. Beim Balingen Unternehmen hat er nun einen festen Ansprechpartner, der ihm nicht nur geholfen hat, die bestmögliche Gesamtlösung zu finden, sondern ihn auch weiterhin individuell berät und betreut. www.metzgerei-sax.de

red

Automatische Entschwartungsmaschine

NOCK CORTEX CB 460

mit besonderer Eignung
zum offenen Betrieb



Know-how in food processing!

NOCK Maschinenbau GmbH
Industriestraße 14
77948 Friesenheim
GERMANY

Tel: +49 (0) 7821 / 92 38 98-0
E-Mail: info@nock-gmbh.com
www.nock-gmbh.com

Ihre Vorteile:

- Kombinationsmaschine für automatisches und manuelles Entschwarten
- Umbau mit wenigen Handgriffen
- Andruckwalze gefedert und 3-stufig höhenverstellbar
- Eingriffsschutz hinten für höhere Arbeitssicherheit

Tradition und Moderne verbinden

Im Interview erklärt Maximilian Heindl, Marketing- und Vertriebsleiter bei Raps, wie der Kulmbacher Gewürzspezialist dabei hilft, aktuelle Herausforderungen zu meistern und wo Chancen für Metzgereibetriebe liegen.



Wie unterstützen sie das Metzgerhandwerk aktuell?

Das Fleischerhandwerk steckt in einem enormen Strukturwandel. Traditionelle Handwerksmetzgereien stehen neuen Herausforderungen gegenüber, denn große Schlachthöfe setzen vermehrt auf Automatisierung und alternative Ernährungstrends gewinnen an Bedeutung. Wir sehen uns als echten Partner des Handwerks und haben es uns zum Ziel gesetzt, diesen Veränderungsprozess gemeinsam mit unseren Kunden erfolg-

reich zu gestalten. Eine erfolgreiche Zusammenarbeit geht heute weit über die Belieferung mit Gewürzen und Marinaden hinaus. Vielmehr unterstützen wir unsere Kunden auch mit Rezepturservice und Fachberatungen, und helfen so bei der Qualitätssicherung und Umsetzung lebensmittelrechtlicher Vorschriften entlang der gesamten Wertschöpfungskette vom Anbau bis zum Endverbraucher. Der zunehmenden Digitalisierung begegnen wir, indem wir mit verschiedenen Tools all unsere Dienstleis-

tungen in eine digitale Umgebung einbetten. Die Rezeptplattform „myRAzept“ etwa hilft bei der Deklaration, beim Finden neuer Rezepte, beim Anlegen von Rezeptsammlungen und beim Bestellen unserer Artikel. Wir werden dieses Tool weiter ausbauen.

Wie unterstützt Raps konkret mit dem Produktsortiment?

Wir verfügen über ein breites Standardsortiment, das optimal auf das Fleischerhandwerk abgestimmt ist. Unsere Gewürzmischungen für die Basiswürzung bieten den perfekten Mainstream-Geschmack, beste Beispiele sind „Glutalin“, „JamboLak“ oder „Senator Gold“ für Wurstwaren. Egal, um welche Mischung es sich handelt – alles gelingt und schmeckt. Auch maßgeschneiderte Mischungen bieten wir an, selbst in kleinen Mengen. Damit unterstützen wir jeden Handwerksbetrieb mit kundenspezifischen Entwicklungen bei der Gestaltung seines individuellen Geschmacksprofils. Darüber hinaus erhalten Handwerkskunden seit diesem Jahr ein komplettes Bio-Standardsortiment bei uns.

Was waren die erfolgreichsten Innovationen der vergangenen Jahre für das Handwerk bei Ihnen?

Hier ist vor allem unsere Magic-Marinaden-Palette zu nennen. Diese wird jedes Jahr angepasst: Einige Artikel fallen heraus und werden durch neue, innovative Kreationen ersetzt. So haben wir die Möglichkeit, Handwerkskunden die neuesten und angesagtesten Trend-Marinaden zur Verfügung zu stellen. Die Grillsaison 2024 war bislang sehr



Die Plattform „myRazepT“ hilft auch bei der Deklaration und wird weiter ausgebaut.

erfolgreich, und die neu eingeführten Magics der Geschmacksrichtungen „Smoky Chipotle“ und „Thai Curry“ erfreuen sich höchster Beliebtheit.

Zudem lässt sich im Handwerk eine verstärkte Nachfrage nach „cleanen“ Produkten erkennen, die wir natürlich gerne bedienen.

Wie sieht es mit der Nachfrage nach pflanzenbasierten Alternativen zu Fleisch und Wurstwaren aus?

Das Interesse ist da und die Metzger wissen, dass es Alternativen gibt. Allerdings ist die Nachfrage vergleichsweise gering und äußerst standortabhängig: Vor allem in einer Stadt, in der Nähe von Schulen oder Universitäten beobachten wir ein wachsendes Interesse. Auch wenn Alternativprodukte noch einen recht geringen Marktanteil ausmachen, ist ihre Entwicklung äußerst dynamisch. Der Anteil an Flexitariern steigt und die jüngere Generation greift immer öfter zu fleischfreien Versionen.

So ist es unsere Aufgabe, die Kunden auch in diesen Randbereichen gelingsichere Lösungen anzubieten. Unsere Plantfix-Produkte etwa müssen nur mit Eiswasser und Öl vermengt werden, weitere Zutaten entfallen. So lassen sich ganz leicht pflanzenbasierte Burgerpatties, Grillspieße oder Cevapcici kreieren. Als Zusatzgeschäft beim Grillen haben sich Produkte mit Grillkäse im Standardsortiment etabliert. Hinter Raps Easy Cheesy verbirgt sich ein vegetarisches Compound, mit dem sich einfach z.B. Grillkäse mit Gouda herstellen lassen.

Was empfehlen sie Metzgereien, um jetzt und in Zukunft erfolgreich zu sein?

Um gute Zukunftsaussichten zu haben, sollten sie moderne Technologien einsetzen, um effizienter zu produzieren. Sie sollten sich auf ihr handwerkliches Können fokussieren und keine Abstriche bei der Qualität machen. Technologie und Handwerk lassen sich gut verbinden. Erfolgreiche Metzger sollten auch über betriebswirtschaftliches Know-how verfügen, ihre Kosten kennen und realistisch kalkulieren. Für gute Qualität und regionale Produkte sind die Kunden bereit, etwas mehr zu bezahlen.

Wer zukunftsfähig sein will, sollte einen eigenen Markenauftritt entwickeln. Markenbildung schafft Vertrauen. So wie Raps seit 100 Jahren eine Marke ist, sollte sich jede Fleischerei als eine solche positionieren. Wichtig ist es „up to date“ zu sein und sich auch digital zu positionieren – mit eigener Website mit aktuellen Angeboten oder in den Sozialen Medien. Wir können als Partner auch dabei unterstützen. Über unsere digitale Rezeptplattform „myRAzept“ können sich Kunden Inspirationen einholen, um ihre Online-Präsenz zu professionalisieren.

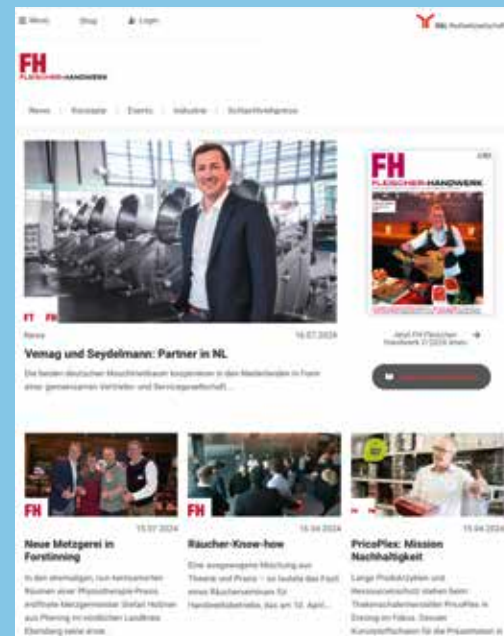
Die Herausforderung liegt darin, Tradition und Moderne zu verbinden. Nur das Handwerk hat die Möglichkeit, Trends auf die regionale Kundschaft abzustimmen, wirklich guten und individuellen Geschmack zu produzieren, traditionelle Rezepturen zu erhalten und so ein Stück Kultur in die Zukunft zu tragen. Mit dem Fokus auf die eigenen Stärken wird das Handwerk erfolgreich sein. **red**

www.raps.com

NEU!

Das Profi-Portal für das

FLEISCHER-HANDWERK



> praxisnah
> marktorientiert
> informativ
> mit aktuellen Schlachtviehpreisen



FLEISCHNET.DE



Würstel-KI im Allgäu

„Wie viele Würstchen brauchen wir für das Wochenende?“ Diese Frage stellte sich auch die Memminger Metzgerei Michael Kleiber. Um Fachwissen und Bauchgefühl zu unterstützen, hilft dort eine KI-basierte Absatzprognose bei der Planung.

Entwickler-Know-how, das Branchenwissen der Kunden und die Sicht der Forschenden kommen beim neuesten Projekt des Softwarehauses Winweb zusammen. Gemeinsam wurde eine Methodik auf der Grundlage von Künstlicher Intelligenz (KI) erarbeitet, die die Ursachen für bestimmte Verkaufszahlen versteht und für zukünftige Vorhersagen nutzt.

Wird zu viel Wurst produziert, muss ein Teil entsorgt werden, wird zu wenig hergestellt, entgehen dem Betrieb Gewinne. Derzeit verlassen sich viele Metzgereien bei der Produktionsplanung auf das Fachwissen und das Bauchgefühl erfahrener Mitarbeiter. „Doch diese Abhängigkeit birgt erheb-

liche Risiken“, betont Jan Schummers, Senior Software Engineer bei Winweb: „Der Verlust eines erfahrenen Produktionsleiters kann die finanzielle Stabilität des gesamten Unternehmens gefährden.“

Daher werden Vorhersagesysteme in der Branche immer wichtiger und es wächst der Bedarf an automatisierten und präzisen Prognosemethoden.

Absatzprognose schwierig

Das betont auch Andreas Mayer, der bei der Metzgerei Michael Kleiber in Schwaben mit Stammhaus und acht Filialen, die IT verantwortlich ist: „Es gibt vielfältige Einflussfaktoren auf die Absatzmengen.“ Dazu gehören saisonale Schwankungen – Wiener Würstchen sind im Winter ge-



Fotos: colourbox.de/Artem Merzlenko, Metzgerei Michael Kleiber

fragter als in den Sommermonaten. Aber auch aktuelle Angebote wirken sich auf den Absatz aus: Werden Würstchen beworben, wird mehr verkauft und es muss vorab mehr produziert werden. Natürlich bestimmen auch das Wetter sowie Wochen- oder Feiertage den Absatz. „Dabei ist es für uns aus heutiger Sicht nicht möglich, die Abhängigkeiten zwischen ähnlichen Produkten, die entweder positiv oder negativ miteinander korrelieren, das Konsumverhalten der Kunden und viele weitere Einflussfaktoren für eine Absatzprognose heranzuziehen“, erklärt Andreas Mayer weiter. Außerdem könne man manuell nur wenige Datenmengen analysieren.

Ein ERP-System, das Verkaufs- und Betriebsdaten verarbeitet und mit winweb-food auch in der Metzgerei Kleiber zum Einsatz kommt, ist als Grundlage für Vorhersagen sehr wichtig. Es ermöglicht präzise Preiskalkulationen, strategische Verkaufs- und Betriebsplanungen und bietet spezielle Analysen, um den Absatz in den Filialen einer Metzgerei zu steuern. Doch konventionelle Zeitreihenanalysen für die Absatzprognose zeigen Schwächen bei der Vorhersage. Sie sind zwar für die Planung nützlich, reichen aber nicht aus, um die zugrunde liegenden Ursachen für Verkaufsspitzen oder -einbrüche und saisonale Trends zu erklären. Besonders relevante Absatztage für Produktionsplanung und Filialen lassen sich damit nur unzureichend prognostizieren.

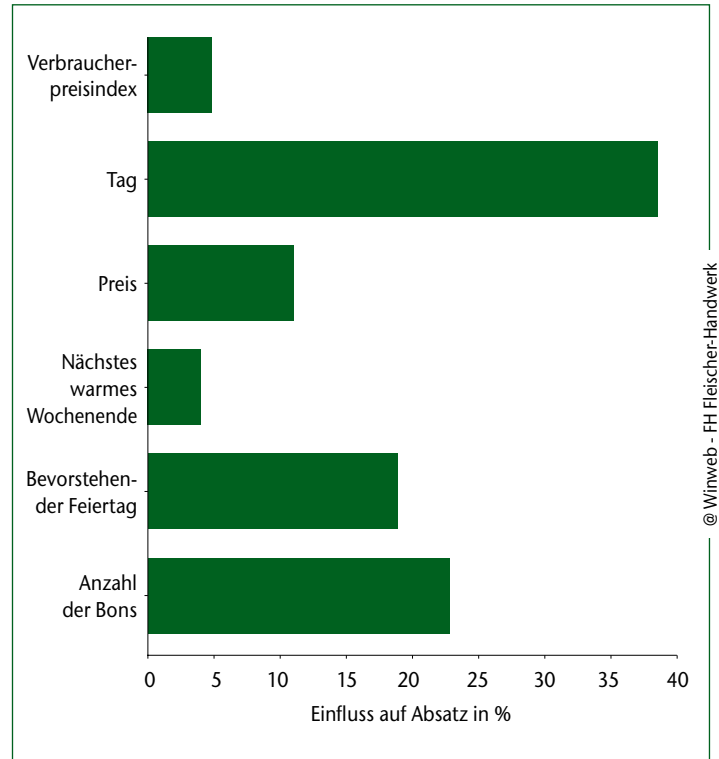
Grillfleisch und Sonnenbrand

Auch moderne Machine-Learning-Ansätze liefern noch keine zufriedenstellenden Ergebnisse. „Dies liegt nicht an der Datenqualität oder an fehlenden historischen Daten“, sagt Jan Schummers. „Machine-Learning unterscheidet einfach nicht zwischen Korrelation und Kausalität.“ So stehen etwa der Verkauf von Grillfleisch mit der Häufung von Sonnenbrand miteinander in Beziehung. „Dies liegt jedoch nur an der gemeinsamen Einflussgröße – der Sonne – und hat keinen anderen Zusammenhang.“ Mögliche Verbindungen zu verstehen und richtig zu modellieren, ist jedoch essenziell, um verlässliche Absatzprognosen für die Zukunft zu erstellen.

Daher hat Jan Schummers gemeinsam mit der Universität Maastricht und der Metzgerei Michael Kleiber ein neues Verfahren untersucht. Es soll Verkaufszahlen erklären und damit die Vorhersagen besser machen. In einer Studie hat der Softwareingenieur dafür kausale Künstliche Intelligenz, kurz Causal AI, zusammen mit Large Language Models (LLMs) genutzt, um Einflussfaktoren auf den Absatz zu identifizieren und dann das KI-Modell darauf zu trainieren. „Winweb verfügt als ERP-Anbieter für den gesamten Warenfluss über die entscheidenden Daten, die es uns ermöglichen, detaillierte Prognosen für einzelne Produkte zu erstellen und diese Vorhersagen mit realen Verkaufszahlen zu vergleichen“, erklärt Jan Schummers. Bei der Metzgerei Kleiber hat er sein neues Verfahren in einem realistischen Umfeld implementiert und getestet.

„Aus heutiger Sicht ist es für uns nicht möglich, die Abhängigkeiten zwischen ähnlichen Produkten, das Konsumverhalten der Kunden und viele weitere Einflussfaktoren für eine Absatzprognose heranzuziehen.“

Andreas Mayer



@ Winweb - FH Fleischer-Handwerk

Die Verteilung der Abweichungen für Wiener Würstchen. Insgesamt hat der Wochentag den stärksten Einfluss auf die täglichen Verkäufe.

Erste KI-Ergebnisse vielversprechend

Dabei ging es konkret um die Frage, ob Causal AI und LLMs in der Praxis effektiv eingesetzt werden können, um Entscheidungsprozesse zu unterstützen und zu verbessern. „Wir wollen die Lücke zwischen Theorie und praktischer Anwendung schließen und unseren Kunden datengestützte Entscheidungsmöglichkeiten an die Hand geben“, sagt Jan Schummers.

Als Basis wurden Baumdiagramme genutzt, die zusammen mit der Metzgerei Kleiber entwickelt wurden und die kausalen Zusammenhänge der Einflussfaktoren für die KI darstellen. Causal AI soll die Filialen nun beim Abschätzen der Verkaufsmengen unterstützen und die Faktoren vorab benennen, die auf den Absatz Einfluss nehmen.

Der praktische Einsatz der Causal AI zur Vorhersage von Lebensmittel-Absatzzahlen wurde bisher noch nicht getestet und sei in diesem Kontext einzigartig, heißt es vonseiten der Universität. „Die ersten Ergebnisse sind sehr vielversprechend und übertreffen alle bisherigen Versuche zur Absatzprognose“, so Jan Schummers. Durch die Kombination von LLMs und Fachwissen können genauere und operationell relevante Prognosen erstellt werden. „Das ebnete den Weg für ein Regelwerk, das eine Blaupause für die Umsetzung von Prognosen bei unseren Kunden sein kann“, resümiert er.

red

www.winweb.de, www.kleiber-metzgerei.de

Fischfeinkost aus dem Norden

Edel und frisch aromatisch hat das Team **Wilhelm Goedeken** norwegischen Räucherlachs im verzehrfertigen Nordländer Räucherlachssalat in Szene gesetzt. Zusammen mit feinen Sellerie- und Porree-Streifen in einer hellen Dill-Meerrettich-Creme umgarnen die rosafarbenen Räucherlachsstückchen den Gaumen. Er ist in der 1-kg-PP-Schale erhältlich und enthält weder Geschmacksverstärker noch Gluten. Die Matjeshappen mit Preiselbeeren bestehen aus Heringshappen nach Matjesart, kleingeschnittenen Äpfeln, Preiselbeeren und einem mit Meerrettich verfeinerten Creme Fraiche-Joghurt-Dressing. Der Fisch dafür stammt aus Meeresfischerei in der Norwegischen See und Nordsee. Auch diesen verzehrfertigen Feinkostsalat gibt es in der 1-kg-PP-Schale. Er wird ohne Zugabe von Aromen und Farbstoffen hergestellt und ist glutenfrei. www.goedeken.de



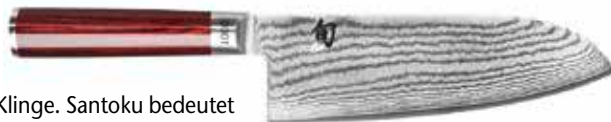
Metzgerküche to-go

Für eilige Kunden sind Fertiggerichte im Kunststoffsack eine echte Alternative zum Kochen am eigenen Herd. Für dieses lukrative Segment führt **NovaTaste** Produkte und Lösungen im Sortiment,

z.B. die Bolognese Sauce KQ. Die aromatische, fleischbetonte Mischung mit Tomate, Zwiebel und Karotte wartet mit groben Gewürzbestandteilen auf. Der Zusatz KQ verrät ihre kaltquellende Eigenschaft und somit die einfache Verarbeitung. Als Basis eignet sich die Sauce für Gerichte mit Wild, Geflügel, Rind, Kalb, Schwein und Gemüse. Eine weitere herzhafte Variante ist Chili con carne KQ. Für den Direktverzehr geeignet sind die Saucen für Schaschlik KQ und Gulaschsauce KQ. Verpackt werden können die Gerichte in Kunststoffhüllen aus dem Wiberg-Sortiment mit vielen neuen Aufdrucken – von Bolognese über Eintopf und Grünkohl bis hin zu Soljanka. <https://europe.novataste.com/de>

Santoku mit Pakkaholz

Als spezielles Messer führt **Kai Europe** das Shun Classic Red im Sortiment. Es vereint die Qualitäten der Shun Classic-Serie mit einem eleganten rot-gemaser-ten Griff aus Pakkaholz und einer 19 cm langen, beidseitig geschliffenen Santoku-Klinge. Santoku bedeutet wörtlich „Drei Tugenden“ und umschreibt die Schneideigenschaften, die diese Klinge bei Fleisch, Fisch und Gemüse besitzt. Die Klingen dieser Serie bestehen im Kern aus einem harten VG-MAX-Stahl mit einer Härte von 61 (±1) HRC und werden von 32 Lagen Damaszenerstahl ummantelt. Durch die Behandlung mit ausgesuchten Harzen wird das Pakkaholz geschmeidig, ist belastbar und resistent gegen Feuchtigkeit. Die traditionell japanische Kastanienform des Griffs liegt beim Schneiden angenehm in der Hand und gibt einen sicheren Halt. Ein durchgehender Erl sorgt für Stabilität sowie Balance zwischen Klinge und Griff. www.kai-europe.com



Carbon-Fahrgestell

Mit dem Carbon-Fahrgestell bietet **Borco Höhns** eine Lösung an, die eine signifikante Gewichtseinsparung bei den Verkaufsfahrzeugen erlaubt und somit Vorteile bezüglich Kosten, Handhabung und Effizienz mit sich bringt. Das Fahrzeug bleibt unter der Grenze von 3,5 t. Damit entfällt die seit Juli 2024 vorgeschriebene Mautpflicht. Durch das geringere Gewicht des Fahrgestells können täglich bis zu zwei Zentner mehr transportiert werden, ohne das zulässige Gesamtgewicht zu überschreiten. Es sei möglich jeden Tag 100 kg mehr Ware zu verkaufen, bei einem 5-m-Fahrzeug sogar bis zu 185 kg. „Das Fahrzeug mit einer Innenlänge von 5,50 m können wir durch die Carbon-Bauweise erstmals serienmäßig als 3,5 t-Fahrzeug anbieten, was bei einer konventionellen Bauweise bisher nicht möglich war“, sagt Vertriebsleiter Carsten Götz. Ein normaler Führerschein Klasse B genügt, was die Personalsuche erleichtert. Auch gewichtsbezogene Zufahrtsbeschränkungen oder das Sonntagsfahrverbot entfallen. www.borco.de

Kombidämpfer neu gedacht

Mit der Aussage, dass sich dessen Einsatz schon ab 30 Essen/Tag lohnt, wirbt **Hobart** für den neuen Premium-Kombidämpfer „Chef's Combi“. Den gibt es mit einer Kapazität von sechs, zehn oder 20 GN-Schalen. Ob Dämpfen, grillen, braten, pochieren, backen oder sous-vide-garen: mit dem intuitiven Display sei die Handhabung des Gerätes einfach. Die Garprozesse sind präzise und jederzeit reproduzierbar. Der Kochassistent „Combi Guide“ erkennt die Speisemenge im Gerät und signalisiert, sobald die Produkte fertig gegart sind. Bei Mischbeschickungen wird jeder Einschub sekundengenau überwacht. Die perfekte Kerntemperatur schlägt das Gerät vor und muss nicht aktiv eingegeben werden. Je 15 % weniger Energiekosten und Rohwareneinsatz sind möglich. Optional steht die SmartConnect App zur Verfügung, die einen umfassenden Überblick über den aktuellen Status des Gerätes anzeigt. www.hobart.de/yes-we-cook





Neue Thekenverdampfer

Mit der neuen Baureihe RMB70 hat **Rivacold** seine Kompaktverdampfer für Kühlmöbel erweitert. Die Serie wurde für das Kältemittel R290 (Propan) entwickelt. Verfügbar sind fünf verschiedene Typen in jeweils ein- und doppelseitig ausblasender Ausführung. Die Lamellen und das epoxidpulverbeschichtete Gehäuse bestehen aus Aluminium, die Rohre aus Kupfer und sind für einen Prüfdruck bis 25 bar ausgelegt. Die fünf Varianten decken einen Kälteleistungsbereich zwischen 581 und 968 Watt ab. Weitere Produktdaten können über das Auswahlprogramm Select 3.0 von Rivacold abgerufen werden. Der Software-Download der aktuellen Version ist möglich unter www.rivacold.de.



Buns für kreative Burger

Für präsentiert **Vandemoortele** zwei vorgeschnittene, fertig gebackene Brötchenvarianten (90 Gramm, Durchmesser: 11,5 cm): Chili Burger Bun und Brioche Burger Bun. Beim ersten handelt es sich um ein würzig-scharfes Burgerbrötchen – getoppt mit Paprikaflocken, Zwiebeln, Knoblauch, Pfeffer und Tomaten. Auch die Krume hat es mit roten Paprikaflocken, Zwiebeln und Chili in sich. Der Brioche Burger Bun glänzt golden und verführt mit einem intensiven Brioche-Geschmack. Die weiche Krume und die seine Rezeptur mit Ei und Butter runden das TK-Backwerk ab. Beide Buns sind nach dem Auftauen 24 Stunden im Kühlschrank haltbar. Die Zubereitung: Bei Raumtemperatur 60 Min. antauen lassen und nach Belieben für mehr Knusprigkeit etwa 2 Min. im Ofen erwärmen. Rezeptbeispiele sind ein „Feuriger Fiesta Burger“ mit gegrillter Peperoni, Chorizo und Manchego-Käse oder ein „Crunchy Thai Burger“ mit Chicken Patties, Thai-Gemüse, Koriander und Frühlingszwiebeln.

www.vandemoortele.com/de-de/premium-burger-ihre-kulinarische-goldgrube

Für festliche Menüs

Als limitierte saisonale Edition erhältlich ist die Cumberland Sauce im 320-ml-Glas von **Händlmaier**, eine Delikatesse, die britische Tradition mit zeitgemäßer Genussskultur vereint. Die charaktervolle Kombination aus roten Johannisbeeren, spritziger Orange und kräftigem Portwein aus dem portugiesischen Douro-Tal verleiht ihr edle Geschmacksnoten. Die feine Sauce passt nicht nur klassisch zu Fleischgerichten, sondern setzt auch bei Desserts und Käse Akzente. Ihre sorgfältig abgestimmte Rezeptur verbindet fruchtige Süße mit herzhafter Tiefe – sehr gut für festliche Menüs oder als feine Begleitung zu besonderen Anlässen. Die Sauce ist eine aromatische Möglichkeit für alle, die ihre Gerichte kreativ verfeinern und den Geschmack des Winters voll auskosten möchten. www.haendlmaier.de



Hoch die Kisten

Mit dem neuen Kisten-Hebesystem „Easy Lift“ erleichtert **K+G Wetter** das Arbeiten bei seinen Handwerkskuttern und -wölfen. 20 kg Fleisch, Eis oder weitere Zutaten gelangen pro E2-Kiste täglich in die Kutterschüssel oder den Wolftrichter. Das sind viele hundert Kilo Gewicht – eine Herausforderung für Rücken, Knie und Arme des Mitarbeiters oder der Mitarbeiterin. Das Hebesystem kann einfach ergänzt werden und spart jeden Tag unzählige belastende Hebevorgänge. Die Kisten werden auf einem speziellen Ladewagen zur Maschine geschoben und in die Hebevorrichtung eingehakt. Bis zu 130 kg Gesamtgewicht hebt der Lift an. Jeder Knopfdruck befördert dann die oberste Kiste auf die Höhe von Kutterschüssel oder Wolftrichter. Ist der Ladewagen leer, fährt er per Knopfdruck automatisch wieder herunter und ist startklar für die nächste Charge. Ist der Lift nicht im Einsatz, wird die leere Aufnahmevorrichtung am Maschinenkorpus hochgeklappt.

www.kgwetter.de



Impressum 13. 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:
Bernd Moeser -200
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	Rocco Mischok	-220
(Leitung)	Bernd Moeser	-200
Gerhard Burchardt	Kilian Roth	-246
Fritz Fischbacher		-230
Concetta Herion		-240

Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 26 vom 1.1.2024

Anzeigenabwicklung:

Felix Hesse -261

Layout:

Michael Kohler	
Liane Rosch	-258
Rita Wildenauer	-254

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 98 €, Ausland jährlich 112 €, Einzelpreis: Inland 19,50 €, Ausland 22 € (alle Preise inkl. Versandkosten und MwSt.). Der Abpreis für die Verbandsangehörigen des Bayerischen Fleischerverbandes ist im Mitgliedsbeitrag enthalten. Kündigungsfrist: Schriftlich vier Wochen vor Ablauf des Bezugsjahres.

Repro und Druck:

Ortmaier Druck GmbH, Birnbachstraße 2
84160 Frontenhausen

Bankverbindung:

Commerzbank AG, Hilden
IBAN: DE 58 3004 0000 0652 2007 00
BIC: COBADE33XXX
Gläubiger-ID: DE 1323Z00000326043

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

Nachdruck und Übersetzung veröffentlichter Beiträge dürfen, auch auszugsweise, nur mit vorheriger Genehmigung des Verlages erfolgen. Im Falle von Herstellungs- und Vertriebsstörungen durch höhere Gewalt besteht kein Ersatzanspruch. Für den Inhalt der Werbeanzeigen ist das jeweilige Unternehmen verantwortlich.

Geschäftsführer der B&L MedienGesellschaft

mbH & Co. KG, 40724 Hilden:

Harry Lietzenmayer, Stephan Toth, Björn Hansen

Gerichtsstand: Hilden

ISSN: 2192-5033

Der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern angeschlossen.



Dosier- und Fülltechnik



SPRÜH-SYSTEME

PROFESSIONELLE LÖSUNG für alle

Brat- und Backformen

Leichtes, dünn aufgespritztes Trennmittel löst mühelos jeden Leberkäse, Pasteten oder Schinken aus der Form. Geeignet für Porzellan-, Edelstahl- und Aluminiumformen, hinterlässt es keinerlei Rückstände und ist zu 100 % pflanzlich - somit garantiert geschmacksneutral. Durch die Verwendung sparen Sie nicht nur überflüssige Kalorien, sondern auch das mühsame Einlegen von Papier in die Formen.



www.boyensbackservice.de

UNIFILLER-SYSTEME

BACKTRENNMITTEL

Etiketten



Innovative Etikettierlösungen für Fleischer, Bäcker und Selbstvermarkter

Tel. +49 (0) 9162 920 735
www.schaumermal24.de

Fleischereimaschinen

- ▲ Füllen
- ▲ Kuttern
- ▲ Wolfen



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

Gewürze



INNOVATIVE GÜTEZUSÄTZE,
GEWÜRZE UND MARINADEN
DER EXTRAKLASSE



Gütezusätze

INNOVATIVE GÜTEZUSÄTZE,
GEWÜRZE UND MARINADEN
DER EXTRAKLASSE



Hygienetechnik



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

Individuelle und ressourcen-schonende Reinigungssysteme für vielfältigste Anwendungen.

www.walter-cleaning-systems.de

Pökelinjektoren



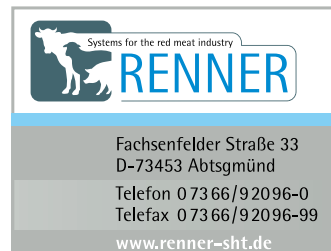
Günther Maschinenbau GmbH
Einsteinstraße 3-5, D-64859 Eppertshausen
Tel: 0 60 71/ 9878-0, Fax 0 60 71/ 987825
Internet: www.guenther-maschinenbau.de
E-Mail: info@gmb-fm.de

Pökel- und Massiertechnik



Suhner AG Bremgarten
Fischbacherstrasse 1
CH-5620 Bremgarten
Telefon: +41 56 648 42 42
Fax: +41 56 648 42 45
E-Mail: suhner-export@suhner-ag.ch
www.suhner-ag.ch

Schlachthofeinrichtungen



Fachsenfelder Straße 33
D-73453 Abtsgmünd
Telefon 0 73 66/ 9 20 96-0
Telefax 0 73 66/ 9 20 96-99
www.renner-sht.de

Tumbler



Günther Maschinenbau GmbH
Einsteinstraße 3-5, D-64859 Eppertshausen
Tel: 0 60 71/ 9878-0, Fax 0 60 71/ 987825
Internet: www.guenther-maschinenbau.de
E-Mail: info@gmb-fm.de

Walzensteaker



Günther Maschinenbau GmbH
Einsteinstraße 3-5, D-64859 Eppertshausen
Tel: 0 60 71/ 9878-0, Fax 0 60 71/ 987825
Internet: www.guenther-maschinenbau.de
E-Mail: info@gmb-fm.de

FLEISCH BILDER.DE

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



SOCIAL PRODUCT
GEMEINSAM LAUT, STARK
FÜR GEMEINNÜTZIGE ORGANISATIONEN
NGO EMPOWERMENT
+ NACHHALTIGE PRODUKTE
www.socialproduct.de



WERDEN SIE ZUKUNFTSSTIFTER!

Nachhaltig und langfristig helfen
www.sos-kinderdorf-stiftung.de

Anzeigen werden gelesen! Sie tun es gerade!

Kunstdärme



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



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

- ✓ Einfachste Installation!
- ✓ Sofort einsatzbereit!
- ✓ Funktioniert überall!

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



Kostenlose Beratung & Infos unter:
www.diehaccpapp.de

