

FAH

1/2022
www.fleischer-handwerk.de

FLEISCHER-HANDWERK

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

FLEISCHER MIT ERFOLG

**Metzgerei Dorsch
Schweinfurt**

ERÖFFNUNG

**Museum
für die
Bratwurst**

BETRIEBSFÜHRUNG

**Das ABC des
Einkaufs**





**Schwan
PROJEKT GmbH**
PLANUNG & REALISIERUNG

**BAUEN SIE
AUF UNS**
WIR BAUEN FÜR SIE!
www.schwan-projektgmbh.de

NEUBAU | UMBAU | BETRIEBSOPTIMIERUNG
LEBENSMITTELVERARBEITENDE BETRIEBE




Unsere Einstellung:

- Fundiertes Fachwissen
- Präzise Umsetzung
- Schnelle Abwicklung

Wir freuen uns auf die nächste Herausforderung.

Michael Wirth

Geschäftsführender Gesellschafter

info@schwan-projektgmbh.de

Mobil: +49 (0) 160 - 1864774



Wir sind ein hochqualifiziertes Team mit langjähriger Erfahrung in den folgenden Bereichen:

- **Kühlraumbau**
- **Wandverkleidungen/-sanierungen**
- **Hygienetüren**
- **Rammschutz**
- **Fassadenbau/Dachpaneele**

Kontakt:
Dompfaffweg 3, 91475 Lonnerstadt
09193/5011711
info@foodtec-buildings.com



WAS NUN, HERR ÖZDEMİR?



Marco Theimer
Chefredakteur
FH Fleischer-
Handwerk

Nicht, dass Sie mich falsch verstehen, liebe Leserinnen und Leser: Politiker-Schelte liegt mir im Grunde fern – vor allem, wenn sie noch nicht lange im Amt sind. Seit gut acht Wochen ist der Diplom-Sozialpädagoge Cem Özdemir Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft. Als erster Minister mit türkischstämmigen Wurzeln – gut. Für mich aber immer noch eine Überraschung. Damit sind bei mir Zweifel verbunden, ebenso wie für viele aus unserer Branche. Insider hatten wohl eher Anton Hofreiter auf dem Posten erwartet, doch es kam anders. Der Biologe hätte wohl einiges mehr an Fachkompetenz zu bieten gehabt als der Strahlmann aus dem Schwabenländle. Langjährige politische Erfahrung hat letzterer immerhin. Nun wird sich zeigen, wie der neue grüne Landwirtschaftsminister mit den mächtigen unionsnahen Lobbyisten aus der Agrarwirtschaft zurecht kommt – und dabei die Interessen kleiner landwirtschaftlicher und mittelständischer Betriebe aus dem Handwerk vertritt und für diese handelt.

2021 war noch nicht zu Ende, da forderte er, politische Schritte prüfen zu lassen, wie der Verkauf von Lebensmitteln unter Produktionspreis verboten werden könne – vielen als Debatte um Ramschpreise in Supermärkten für bestimmte Lebensmittel, auch Fleisch, bekannt. „Für alle in der Lebensmittelkette braucht es faire Bedingungen. Jeder soll sich weiterhin Fleisch leisten können. Landwirtschaft muss sozial sein, aber sie ersetzt nicht die Sozialpolitik“, so der Minister. So weit, so gut. Doch Verbote bewirken meist das Gegenteil und damit ist existenzbedrohten Landwirten, die auch jahrzehntelange Partner des Metzger- und Fleischerhandwerks sind, nicht geholfen. Laut Ampel-Koalitionsvertrag soll zudem ein finanzielles System geschaffen werden, dessen Einnahmen zweckgebunden zusätzlichen Ausgaben der Landwirtschaft für bessere Tierhaltung zugute kommt, ohne „den Handel“ bürokratisch zu belasten. Den Handel? Vom Handwerk spricht – mal wieder – niemand. Bürokratische Entlastungen bei uns? Bisher Fehlanzeige!

Und der Ampel-Koalitionsvertrag hält für Landwirtschaft, Handel, Ernährung und Fleischerhandwerk noch so einige Herausforderungen bereit: eine Tierhaltungskennzeichnung mit EU-weit verbindlichen Standards etwa. Oder eine umfassende Herkunftskennzeichnung. Daran hatte auch Özdemirs Vorgängerin Julia Klöckner zu knabbern. Gut, dass sich Cem Özdemir wenigstens zwei fachkompetente Parlamentarische Staatssekretärinnen ins Boot geholt hat: die Tiermedizinerin Dr. Ophelia Nick aus Nordrhein-Westfalen und die Juristin Dr. Manuela Rottmann aus Unterfranken. Die wird er auch brauchen!

**Mit den besten Wünschen für Sie und ihre Mitarbeiter*innen für 2022!
Bleiben Sie gesund!**



Meat & Greet 2022

Fleischerhandwerk und
Metzgerei der Zukunft

4. Fachkonferenz
18./19. Oktober 2022
in Fürstenfeldbruck
bei München



VERANSTALTUNGS- & MEDIENPARTNER:



JETZT ANMELDEN
[www.management-forum.de/
meatandgreet](http://www.management-forum.de/meatandgreet)

Informationen und Anmeldung:
Telefon: +49 8151 2719-0,
info@management-forum.de



17

BRANCHENBLICK

Was nun, Herr Özdemir? 3
 Branchenblick..... 5
 3 Fragen an Catharina Politz 6
 Lernen mit VR-Brille 7
 Bratwurstmuseum in Nürnberg..... 8
 3 x Bronze für Familie Delle..... 9
 Snack Star 2022 reloaded 17

INTERVIEW

Sabrina Minkenberg,
 Fleischerei Luther 10
 Stefan Stüwer, Stüwer GmbH..... 13

STARTER-/SCHUTZKULTUREN

Kulturarbeit mal anders 14

INTERNET

Website Do-it-yourself..... 18

WEITERBILDUNG

1. BFS: 25 % Frauenquote..... 28

SERIE: MUTMACHER

Mut zum Loslassen 29

PRODUKTION

Interview: Thomas Dippel,
 Vemag Maschinenbau 30
 Feines aus dem Rauch 32
 Fleischhaken reinigen 34
 Spültechnik: Kunststoff spülen 35

BETRIEBSFÜHRUNG

Das „ABC“ des Einkaufs..... 37

RUBRIKEN

Neu auf dem Markt 41
 Impressum..... 42
 Gesucht & gefunden..... 43

*Titelbild: Mit kreativen Ideen, z. B. dem 2020 gestarteten Mittagstisch-Angebot „Hausgemacht“, erfinden sich Felix und Julia Dorsch seit 2009 in ihrer Metzgerei immer wieder neu.
 Foto: Metzgerei Dorsch*



22



10



8

FLEISCHER MIT ERFOLG

Schweinfurt:
 Hausgemacht lecker
Felix und Julia Dorsch..... 20

Ettringen:
 Einkauf als Erlebnis
Familie Altstetter 22

Glottertal:
 Nachhaltigkeit als Maxime
Ulrich Reichenbach 24

Hansestadt Stendal:
 Frische garantieren
Jörg Viehmann 26



14

GOGREEN Der Umwelt zuliebe auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt.
 Der Versand dieses Heftes erfolgt CO₂-neutral mit dem Umweltschutzprogramm GoGreen der Deutschen Post.

Dieser Ausgabe liegt eine Beilage der bfm Ladenbau GmbH, Lorch-Waldhausen, bei. Wir bitten um freundliche Beachtung!

Fotos: Homann Foodservice, privat, Hofmetzgerei Altstetter, Verlagsanstalt Handwerk/Inga Geiser, Schutzverband Nürnberger Bratwürste e.V., Frutarom Savory Solutions



Fleischer-Innung Trier-Saarburg Extraklasse bewiesen

Erstmals gelang der Fleischer-Innung Trier-Saarburg das Glanzstück beim 8. Wettbewerb der regionalen Produkte des Fleischerverbands

Rheinland-Rheinhesen Platz 1 und 2 zu belegen. Damit unterstreichen die Sieger Günter Schäfer (Euren) und die Fleischerei Werner Schmitt (Ehrang) die Qualitätsdichte der Trierer Fleischer in diesem landesweit ausgeschriebenen Wettbewerb. „Sie können stolz auf sich sein“, lobte Daniela Schmitt, Wirtschaftsministerin von Rheinland-Pfalz, die Geehrten. Im Bild (v.l.n.r.): Landesinnungsmeisterin Dagmar Groß-Mauer, Fleischerei Kneppel (Morbach), Burmetzgerei Botte (Hartenfels), Manfred Schmitt (Fleischerei Werner Schmitt), Nicolas Wagner (Produktionsleiter Fleischerei Schäfer), die Wirtschaftsministerin von Rheinland-Pfalz Daniela Schmitt und Alexander Zeitler (Geschäftsführer Landesinnungsverband). www.fleischer-rlp.de

Schon bei Facebook geklickt?



Fleischermuseum Böblingen Zwei Neue im Vorstand

Die Mitgliederversammlung des Vereins Deutsches Fleischermuseum wählte zwei neue Vorstandsmitglieder und blickt zuversichtlich in die Zukunft. Nach den Neuwahlen stand fest, dass der erste Vorsitzende Fritz Gempel aus Fürth zwei Neue an seiner Seite hat: Der Böblinger Manuel Zimmerer ist neuer stv. Vorsitzender. Weiterhin wurde der stv. Landesinnungsmeister des baden-württembergischen Fleischerhandwerks, Rüdiger Pyck aus Sinsheim, in den Beirat gewählt. Im Mitgliederverzeichnis konnten im zurückliegenden Jahr mehrere Neueintritte verzeichnet werden. Museumsleiter Dr. Christian Baudisch berichtete über die Aktivitäten des Museums sowie kommenden Projekte. 2022 wird sich der Verein mit zwei größeren Veranstaltungen ins kulturelle Leben der Stadt einbringen. www.fleischermuseum.boeblingen.de



BMEL

Cem Özdemir im Amt

Der Diplom-Sozialpädagoge und zweifache Vater Cem Özdemir ist neuer Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft. Ebenso neu im Amt sind die Parlamentarischen Staatssekretärinnen Dr. Manuela Rottmann (li.) und Dr. Ophelia Nick (re.). Beim Amtsantritt erklärte er: „Zwischen Landwirtschaft und Umwelt gehört kein ‚oder‘. Gemeinsam werden wir die größten Herausforderungen unserer Zeit angehen: die Klimakrise und den Erhalt des Artenreichtums. Diese Ziele erreichen wir nur gemeinsam mit der Landwirtschaft. Die Betriebe brauchen eine klare wirtschaftliche und nachhaltige Perspektive. Ich danke meiner Vorgängerin Julia Klöckner und ihrem Team und freue mich auf die Zusammenarbeit mit vielen motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Bonn und Berlin, die absolute Fachleute in ihren jeweiligen Gebieten sind.“ www.bmel.de



Bioland

Zehn Metzgereien top

Bei den Bioland-Qualitätsprüfungen 2021 ließen Metzgereien Produkte von unabhängigen Experten auf ihre Qualität prüfen. 49 von 52 Produkten bestanden die strenge Prüfung. „Teilweise sind Produkte dabei, die so manchen Branchenklassiker vom Thron stoßen würden“, sagt Hermann Jakob, Leiter der Meisterschule für Fleischer in Kulmbach, DLG-Prüfer a. D. und einer der vier qualifizierten Wurst-Prüfer*innen. 37 Produkte erhielten die volle Punktzahl mit „Gold“. Aus dem sehr hohen Niveau der beteiligten Metzgereien sticht die Metzgerei Gräther hervor: Alle vier eingereichten Produkte bekamen die volle Punktzahl. Ihr Produkt „Saiten“ ist sogar die offizielle Bioland-Jubiläumswurst 2021. Für die Wurstherstellung nach Bioland-Richtlinien sind nur sieben Zusatz- und Hilfsstoffe zugelassen. In den Wurstwaren gibt es weder Nitritpökelsalz, Geschmacksverstärker, Reifebeschleuniger noch Phosphate. www.bioland.de



Geprüfte Metzgereien 2021

- **Baden-Württemberg:** Metzgerei Gräther (Herrenberg-Haslach), BESH (Wolpertshausen), Metzgerei Griebhaber (Mössingen)
- **Bayern:** Peter Hofmann (Wiesenttal), Harald Rudolph (Möhrendorf)
- **Niedersachsen:** Ökoland (Wunstorf), Linnewedel (Eschede)
- **Nordrhein-Westfalen:** Biofleisch NRW (Bergkamen)
- **Rheinland-Pfalz:** Quint GmbH & Co. KG, (Kenn)
- **Saarland:** Martinshof (St. Wendel)



Tre Torri Verlag Mega Meat

Das großformatige Standardwerk trumpft mit einer umfangreichen Rezeptsammlung

rund um die Zubereitung verschiedener Fleischsorten auf: Rind, Schwein, Lamm, Geflügel und Wild. Ob Kalbstatar mit Apfel Gurken Relish, Schweineleber mit Topinamburpüree oder Frischling in Schwarzbier mit Schupfnudeln und Rahmgemüse. Eine Warenkunde rund um Salz, Butter, Marinaden, Saucen & Co. gibt es zudem. „Es geht dabei in keinem Fall um den gedankenlosen, übermäßigen Verzehr von Fleisch. Der Titel soll das Bewusstsein für nachhaltigen und hochwertigen Genuss von Fleisch schärfen und dabei das bewusste Zubereiten und Genießen in den Vordergrund stellen“, so Verleger Ralf Frenzel. Wiesbaden: Tre Torri Verlag: Mega Meat – Das große Fleischkochbuch, 496 Seiten, Hardcover mit rotem Farbschnitt, 99.90 €. www.tretorri.de



evenord

Bereit für den Neustart

Auf der evenord am 8./9. Oktober 2022 stehen in der Halle 3 des Messezentrums Nürnberg Live-Aktionen und Fleischermaschinen im Fokus. Nach zweijähriger pandemiebedingter Zwangspause soll die süddeutsche Messelandschaft 2022 wieder einen echten Anziehungspunkt für Metzger und Gastronomen erhalten: Die Fleischergenossenschaft Evenord und die NürnbergMesse planen den Neustart der Innovationsmesse. Bei einem Planungsgespräch gaben beide Messepartner erste Zielvorgaben: Auf künftig 12.700 m² Hallenfläche erwartet man bis zu 200 Aussteller (2019: 160) und eine starke Fachbesucherfrequenz (2019: 4.000). Evenord-Vorstand Christian Tschulik sieht positive Marktendenzen etwa durch eine steigende Nachfrage im Maschinenbereich, worauf die Genossenschaft durch eine Kooperation mit dem erfahrenen Fachbetrieb Höhn (Wendelstein) und Plänen für den Neubau einer Servicewerkstatt reagierte.

Auch Olaf Zaulig, Geschäftsführer Evenord Service GmbH, freut sich darauf, die Fachausstellung „zu alter Stärke zurückzuführen“. Sie solle helfen, die Tradition im Fleischerhandwerk „neu zu erfinden“, wünscht sich Vorstandsmitglied und Metzger Martin Holch. Sich Inspiration zu holen, empfiehlt den Fleischern auch Cornelia Fehlner. Als Executive Director Social & Public der NürnbergMesse lobt sie die Fleischergenossenschaft als einen ihrer langjährigsten Partner. Für ihre Kollegin, Manager Exhibitions Cornelia Ebner, war das 50-jährige Jubiläum der Messe 2018 ein Meilenstein, auf dem man aufbauen kann – mit Offenheit für neue Ideen.

www.evenord-messe.de

STILLER
VERSCHLIESS-TECHNIK
Telefon 07268 392
D.V. 800
Dosenverschlussmaschinen
Halb- und vollautomatisch, für Handwerk und Mittelstand
WWW.STILLERGMBH.DE

CATHARINAS TASTINGS

3 Fragen an: Catharina Politz

2013 holte sie Platz 2 beim Nachwuchswettbewerb SnackStar® von Homann Foodservice, FH Fleischer-Handwerk und dem Deutschen Fleischer-Verband. In der 2022 komplett neu aufgesetzten Version des Wettbewerbs (s. Seite 17) steht sie als eine von drei Profi-Patent jungen Nachwuchskräften aus dem Fleischerhandwerk als Mentorin zur Seite. Warum erklärt sie im Kurz-Interview:



Warum unterstützt Du die SnackStar-Nachwuchsförderung?

Ich bin selbst ein kreativer Mensch, gerade was den Bereich der Lebensmittel angeht. Ich verfolge den SnackStar von Beginn an, habe selbst schon daran teilgenommen und freue mich, dass der neuen Generation damit eine Bühne gegeben wird und sie mit Stolz ihre Kreativität im Beruf zeigen darf!

Warum ist Eure Branche die, die den Snack des Jahres holen wird?

Wir im Metzger- bzw. Fleischerhandwerk haben ein vielfältig einsetzbares Sortiment, allein schon unsere traditionell hergestellten Wurstwaren, die wir mit Leidenschaft gerne kombinieren und so auch für Überraschungen sorgen, lassen keine Wünsche offen. Wir sind auch dafür bekannt, mal um die Ecke zu denken.

Was ist aus Deiner Sicht die Erfolgsformel für die Teilnahme?

Vor allem Leidenschaft für den Beruf, kombiniert mit Lust am Genuss und dem Ehrgeiz Neues zu kreieren.

Vielen Dank für das Interview!

Vinzenz Murr

Neun Fleischsommeliers

Gleich neun langjährige Filialleiter/-innen von Vinzenz Murr haben in der Fleischerschule Augsburg erfolgreich die Zusatzausbildung und Qualifikation zum Fleischsommelier abgeschlossen. Fleischsommeliers sind Botschafter des besonderen Geschmacks. Die Leidenschaft für gutes, hochwertiges Fleisch, gepaart mit ausgeprägtem Produktwissen, fachlichem Können und Begeisterung für das Besondere, ist ihr Antrieb.

Als Genussbotschafter setzen sie sich für eine gesunde und hochqualitative Ernährung mit Fleisch in Kombination mit regionalen Lebensmitteln ein. Sie sind stets auf der Suche nach dem Besonderen, forschen und entwickeln. Sie zeigen den Weg hin zum außergewöhnlichen Geschmackserlebnis, kennen Fleischteile und Qualitäten wie kein anderer. Ihre Genuss-Botschaft ist getragen von größter Wertschätzung gegenüber dem Herkunftstier und dessen ganzheitlich-optimaler Verwertung. Fleischsommeliers sind so auf dem aktuellsten Wissensstand und kennen neueste Forschungsergebnisse und Trends zu Fleischsorten, Grillzubereitung und Reifung. Davon profitieren auch die Kunden: Geschultes Personal steigert den Kundenservice und die Kunden kommen in den Genuss aktueller Fleisch-kreationen. Ebenso unterstützen diese Sommeliers Kunden bei der Zubereitung und geben Tipps, auf was zu achten ist, etwa auf Farbe, Marmorierung oder Fettauf-lage. www.vinzenzmurr.de



Fotos: Buchmann, C. Politz, Homann Foodservice, Vinzenzmurr

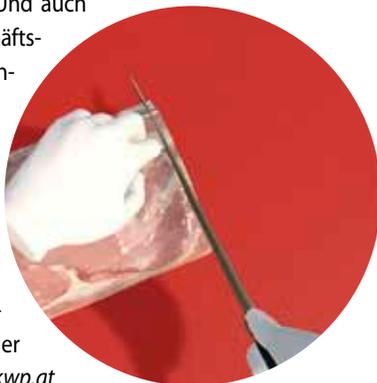


LERNEN MIT VR-BRILLE

Echten Durchblick in Sachen Fleisch haben die Koch-Auszubildenden des Kuratoriums Wiener Pensionisten-Wohnhäuser (KWP).

Robert Guschelbauer, Bereichsleiter Gastronomisches Management, entwickelte dort mit seinem Team und dem Kooperationspartner Berger Fleischwaren eine Methode, mit der man mittels VR-Brille alles zum Thema Fleisch lernen kann. Die Möglichkeiten innerhalb des VR-Erlebnisses zu interagieren sind vielfältig. Gemeinsam mit Headset und Handcontroller wird eine 3D-Interaktion, z. B. virtuelles Zerteilen und Bearbeiten, ermöglicht. So können Handgriffe und Schnitte beliebig oft wiederholt werden, ohne frisches Fleisch dafür zu benötigen. Robert Guschelbauer: „Die KWP-Lehrlingsbeauftragten wollen den Lehrlingen so nicht nur das Handwerk vermitteln, sondern auch eine Sensibilisierung für das Thema Tierwohl und den Respekt vor Nutztieren näherbringen“. Ein solches Training bringe nicht nur Spaß, sondern gerade beim Thema Fleischaufteilung und Schlachtung eine hohe Sensibilisierung für das Produkt mit sich. „Wir erzielen damit ein viel höheres Bewusstsein und Respekt vor dem Tier und dem Lebensmittel Fleisch.“ Und auch

Rudolf Berger, Geschäftsführer Berger Fleischwaren, ist überzeugt: „Das VR-Lehrlingsvideo ist ein absolut innovativer Zugang zur Wissensvermittlung und entspricht perfekt dem Zeitgeist der Jugend“. www.kwp.at



Mit **FH** FLEISCHER-HANDWERK Energiekosten sparen

Profitieren Sie als Abonnent von unserer Vorteilskampagne und sparen Sie demnächst bei den Energiekosten.

Unsere Kooperationspartner Johannes Schuetze AG und InTime Media Services GmbH überprüfen unverbindlich Ihre bisherigen Energiekosten und können diese durch einen gebündelten Energieeinkauf zukünftig deutlich verringern.

Wollen auch Sie Ihren Vorteil nutzen und bei Ihren Energiekosten sparen? Kontaktieren Sie uns gerne!

Johannes Schuetze AG

Johannes Schuetze
(0176) 98 35 00 00
Johannes.Schuetze@johannesschuetze.com

InTime Media Services GmbH

Friedrich Streng
(0176) 23 86 35 44
Friedrich.Streng@itms-gmbh.de

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG

Basak Aktas
(089) 370 60 270
b.aktas@blmedien.de

BRATWURSTMUSEUM IN FRANKEN ERÖFFNET



In der Bratwurstgasse 1 in Nürnberg eröffnete der Schutzverband Nürnberger Bratwürste e.V. das Nürnberger Bratwurstmuseum – nach Mühlhausen in Thüringen, das Zweite seiner Art in Deutschland.

Damit wurde die neue Heimatstätte der „kleinen Nürnberger“ auch im Stadtverzeichnis offiziell verortet. Die Bauzeit betrug mehr als sieben Monate. „Seit vielen Jahren besteht der Wunsch im Schutzverband ein eigenes Museum für die Nürnberger Brat-

wurst zu konzipieren. Durch Zufall entdeckten wir diese charmanten Räumlichkeiten mitten in der Altstadt in direkter Umgebung zum neuen Zukunftsmuseum“, so der 1. Vorsitzende Dr. Rainer Heimler. Eine halbe Million Euro wurde investiert, um die Ausgestaltung in ei-

nem attraktiven und zeitgemäßen Konzept umzusetzen. Die finanziellen Unterstützer sind vor allem die Familienunternehmen HoWe Wurstwaren, Gebrüder Kupfer, Schlütter's Echte und Wolf Wurst, die sich auch um die Bewahrung der Historie und der Anerkennung des Metzgerhandwerks kümmern. Bei der Eröffnung dabei war auch die 2. Vorsitzende des Schutzverbandes, Metzgermeisterin Nina Weiß (re., Weiss Genusswerkstatt & Catering).

TRADITIONELLE HANDWERKSKUNST

Auf 100 m² folgt das Museum neben den hochmittelalterlichen Anfängen auch Sagen und Legenden. Es gibt einen Einblick in die traditionelle Handwerkskunst der Metzger der Stadt, veranschaulicht an Exponaten der Zwölfbrüderhausstiftung vom 14. bis 16. Jahrhundert sowie in historischen Gerätschaften. Die Ausstellung ist zweisprachig (deutsch, englisch) konzipiert. Erstmals urkundlich erwähnt wurden die Bratwürste im Buch des Nürnberger Rates der Jahre 1313/1314: „Alles Sweinelendenprät soll man in die Würste hacken“. Medien- und Hörstationen laden kleine Besucher ein, in die Geschichte einzutauchen. Im Eingangsbereich gibt es einen Shop mit verschiedenen Artikeln, Geschenkideen und Mitbringsel rund um die Wurst.

Hergestellt werden Nürnberger Bratwürste bis heute ausschließlich von 30 Metzgereien, einigen mittelgroßen Betrieben sowie den vier industriellen Herstellern oben. Dafür wird entsprechend der festgeschriebenen Rezeptur nur bestes grob entfettetes Schweinefleisch verwendet, das mit der typischen Majoranwürzung verfeinert und im Schafsaftling auf 9 cm abgedreht wird. Das Museum zeigt die bereits zu Beginn des 14. Jahrhunderts geltenden strengen Qualitäts- und Herstellungsrichtlinien. Seit 2003 stehen Nürnberger Rostbratwürste unter dem Schutz der EU. Für Kinder bis sechs Jahren ist der Eintritt frei, Erwachsene zahlen 3 €, ermäßig 1,50 €. Öffnungszeiten: Di. bis Fr. 10 bis 17 Uhr; Sa. und So. 10 bis 18 Uhr. www.nuernberger-bratwuerste.de



Das Museum folgt in der Ausstellung mit allerlei Exponaten und Hintergründen der mehr als 700-jährigen Geschichte der Nürnberger Bratwurst.



3 x BRONZE FÜR FAMILIE DELLE

Regional produzieren, global denken. Die Gundelfinger Familie Delle nahm auch 2021 an der World Steak Challenge teil und hat mit ihrem Angus-Rindfleisch aus eigener Zucht Erfolg.

Aus dem Donaumoos nach Dublin – um in der „Rindfleisch-Welt“ vorne mit dabei zu sein. Im Fleischversand hat die Familie Erfahrung durch ihren Online-Shop, doch diesmal gingen die Steaks zur World Steak Challenge nach Irland. Bewertet wurden dort die Teilstücke Sirloin, Filet und Rib-Eye in den Kategorien Grasfütterung und Getreidefütterung. Über 50 Experten und 28 Verbraucher begutachteten die Steaks aus über 20 Ländern (roh und gegart) hinsichtlich Aussehen, Aroma, Farbe, Marmorierung, Konsistenz, Fettauflage und Geschmack.

Für die Familie Delle war die Teilnahme Teamarbeit: Bernhard Delle selektiert seit über 30 Jahren seine Tiere nach dem Hauptzuchtziel Fleischqualität. Auch seine Söhne sind mit eingestiegen und so wusste Michael Delle genau, welche Tiere besonders geeignet, im richtigen Alter und Fütterungszustand sind, um höchste Fleischqualität und die erwünschte Marmorierung zu erhalten. Metzgermeister Martin Delle bewertete dann den Schlachtkörper und entschied die optimale Reifedauer. Gemeinsam mit Hotelfachfrau Jutta Delle und ihrer Erfahrung welche Steaks bei der Zubereitung besonders zart und geschmackvoll werden, wurden dann die schönsten Teilstücke für die Kategorie Grasfütterung eingesendet. Zwei Wochen später die gute Nachricht: Drei Bronzemedailles für die drei Teilstücke. „Die World Steak Challenge gibt es seit 2015 und in jedem Jahr beobachten wir, dass mehr Steaks aus Grasfütterung prämiert werden“, sagt Martin Delle. Für ihn ist das ein klares Zeichen, dass die Weidehaltung bei Fleischrindern immer beliebter wird und sowohl Tierwohl als auch Grünland-



nutzung mit der Produktion von qualitativ hochwertigem Fleisch vereinbar sind. Michael Delle machte zusätzlich eine Ausbildung zum Landwirt und Mitarbeiterin Antonia Haeckel einen Abschluss als Bachelor der Agrarwissenschaften und der International Beef Cattle Academy an der Texas A&M Universität. „Für uns geht ein erfolgreiches Jahr zu Ende“, schließt Bernhard Delle, denn bei allen Schwierigkeiten von denen auch die Gastronomie der Familie nicht verschont blieb: Das Angus-Fleisch aus eigener Zucht ist beliebt und erfolgreich wie nie – national beim „Metzger Cup BBQ & Grill“ 2021 (bei allen elf eingesendeten Proben Höchstpunktzahl) sowie im internationalen Vergleich. www.sonne-gundelfingen.de

Fotos: Gasthof Sonne – Familie Delle

**fleisch
net.de**

**Informieren Sie sich
in einer der größten
Datenbanken der
Fleisch- und
Lebensmittelbranche.**

Schauen Sie selbst mal rein!
www.fleischnet.de



Eagle RMI 400: Inspektion für Fortgeschrittene
Die RMI 400 ist ein leistungsstarkes Fleischbearbeitungsgerät, das für die Produktion von Fleischwaren in der Fleisch- und Lebensmittelindustrie geeignet ist.

MACHERIN AUS OBERFRANKEN

Seit 2006 arbeitet Sabrina Minkenberg (30) bei der Fleischerei Luther aus Neustadt bei Coburg. 2021 bewarb sie sich um den Titel „Miss Handwerk“ beim Wettbewerb „Germany's Power People 2021“.



die Tatsache, dass kein Tag wie der andere ist. Es gibt immer wieder besondere Erlebnisse mit den Kunden. Darüber könnte man ohne Weiteres ein Buch schreiben.



Wie kam es dazu, dass Sie sich für „Germany's Power People 2021“ beworben haben?

Ich bin im Internet darauf gestoßen und mir ist aufgefallen, dass unser wundervolles Handwerk leider so gut wie gar nicht dort vertreten ist. Das wollte ich unbedingt ändern.

Wie waren Ihre Erfahrungen damit, was ist dabei herausgekommen?

Im Bereich Social Media konnte ich schnell an Reichweite gewinnen, was mir Gehör für meinen Beruf verschafft hat. Ich hatte einen aufregenden und lustigen Shootingtag in Düsseldorf. Über die Entscheidung der Jury, mich dann nicht weiterkommen zu lassen, war ich tatsächlich sehr überrascht und auch etwas enttäuscht. Aber ich lasse mich dadurch nicht zurückwerfen und werde weiter für den Nachwuchs werben. Arbeitskollegen, Freunde, Bekannte, Kunden, das Fleischerhandwerk und auch der lokale Radiosender haben mich tatkräftig unterstützt. Hier und da hab ich auch mal die Nerven aller etwas strapaziert, um Voting-Stimmen zu bekommen. So sicherte ich mir den ersten Platz für das Shooting. Von negativem Feedback hätte ich mich nicht beirren lassen.

Planen Sie weitere Aktionen, mit denen Sie die Berufe des Metzgerhandwerks positiv ins Licht der Öffentlichkeit rücken möchten?

Zusammen mit unserem Juniorchef konnte ich vor Ort eine Realschule dafür begeistern, mich in ihren Hauswirtschaftsunterricht einzuladen und dort meinem Beruf, meine Branche und damit verbundene Weiterbildungen und Berufswege vorzustellen. Das ist für 2022 fest eingeplant. Zwei Podcast-Episoden stehen auch noch aus, von Metzgerhandwerk Bayern („Jetzt gibt's Beef“) und Germany's Power People („Macher im Handwerk“). Zudem möchte ich meine Karriere voranbringen und habe mir attraktive Weiterbildungen der Fleischerschule Augsburg angeschaut. Zum einen die Ernährungsberaterin, da ich mich auch in meiner Freizeit viel mit Ernährung beschäftige. Zum zweiten die Fleisch-Sommeliere, das wäre für mich das I-Tüpfelchen für meine Verkaufserfahrung. Damit verknüpfe ich den respektvollen Umgang mit dem Genussmittel Fleisch und dem Tierwohl. *mth*

Vielen Dank für das Gespräch!

www.luther-fleischwaren.de

Die Ausbildung zur Fachverkäuferin im Nahrungsmittelhandwerk hat sie 2009 erfolgreich abgeschlossen. „Kreativität, Qualität und Handwerkskunst sind die Stichworte, warum ich mich für diesen Beruf entschieden habe und immer wieder entscheiden würde“, betont sie. Seitdem ist sie ihrem Beruf und der Fleischerei Luther treu geblieben und nahm mit Begeisterung an Verkaufs- und Produktschulungen teil. Meistens arbeitet sie im Hauptgeschäft im Verkauf. An manchen Tagen hilft sie aber auch in der Produktion bei den Metzgern aus: „Das macht mir besonders Spaß und bereichert mich mit Hintergrundwissen, das ich mir bei Kundengesprächen zunutze machen kann. Das kommt sehr gut an und zeigt Transparenz.“ Ihr Elan und ihre Leidenschaft brachten sie auf die Idee, sich beim Wettbewerb „Germany's Power People 2021“ um den Titel „Miss und Mister Handwerk 2022“ zu bewerben. Der Contest beinhaltet auch einen Kalender, in dem Handwerksberufe im Mittelpunkt stehen.

Was bereitet Ihnen in ihrem Beruf am meisten Freude?

Das Verarbeiten und Veredeln von Fleisch sowie die Herstellung von leckeren Grillspießen, Bräten und Produkten für die schnelle Küche. Auch

GESCHMACK REFLEKTIEREN

www.fessmann.com



Spieglein, Spieglein an der Wand: Wer macht die leckersten Waren im ganzen Land? Sie, genau Sie – mit unseren Anlagen zum Räuchern, Kochen, Backen, Kühlen und Klimatisieren erhalten Sie nicht nur beste Leistungseigenschaften, sondern das gebündelte Wissen des vielfältigen Fessmann-Expertenteams. Von Mechanikern und Technologen, von Wissenschaftlern und echten Metzgern. Und genau das schmeckt man. Erfahren Sie mehr unter www.fessmann.com



Räuchern, Kochen und Trocknen in Perfektion

Das Handwerk setzt auf den Fessmann Turbomat T3000



T3000 für 3 Rauchwagen

Minimale Gewichtsverluste, schnelle Prozesszeiten, niedrige Wartungs- und Betriebskosten:
Die T3000 von FESSMANN ist eine der erfolgreichsten Universalanlagen weltweit. Mit ihr gelingt es, hohe Stückzahlen von bester und gleichbleibender Qualität möglichst kosteneffizient zu produzieren – und damit die Herausforderungen moderner Metzgereibetriebe souverän zu meistern:

- Komplett aus Edelstahl, niedrige Bauhöhe
- Automatische Reinigungshilfe serienmäßig
- TRIPLEX-Isolierung ohne Wärmebrücken
- Optional mit Klimapaket für optimale Reifung
- Modulare Bauweise für bis zu 6 Wagen
- FOOD.CON Steuerung für reproduzierbare Ergebnisse
- Mit allen Räucherzeugern der RATIO-Familie kombinierbar
- Stufenloses Umwälzgebläse für einheitliches Räucherklima in der gesamten Anlage und beste Räucherergebnisse

KONZEPTE MIT ZUKUNFT

Im Interview erläutert Stefan Stüwer, Geschäftsführer der Stüwer GmbH, die Chancen des Automatenverkaufs für das Metzger- bzw. Fleischerhandwerk.

Mit dem „Regiomat“ haben Sie einen echten Klassiker im Angebot. Wie hat sich die Nachfrage im Metzgerhandwerk diesbezüglich seit März 2020 entwickelt?

Das Metzger- und Fleischerhandwerk ist durchwegs begeistert. Die Nachfrage ist enorm. Von aktuell rund 5.000 in Deutschland im Einsatz befindlichen Regiomaten sind etwa 2.500 – also 50 % – bei Metzgern bzw. Fleischern aufgestellt. Der Regiomat bietet den Betrieben einen zusätzlichen lukrativen Vertriebskanal ohne Personalaufwand und -kosten. Und auch die Kunden sind begeistert, die so etwa am späten Samstagabend noch fehlendes Grillgut aus der Region kaufen können. Ein echte Win-Win-Konstellation, von der beide Seiten profitieren.

Sie bieten dazu passend eine App an. Welche Vorteile bietet sie dem Metzger und seinen Kunden?

Die Regiomat-App bietet Betreibern und Kunden gleichermaßen Vorteile mit vielen Anwendungsoptionen. Generell wird der digitale Einkauf mit Click & Collect immer mehr nachgefragt. Damit können Kunden etwa Produkte über eine Vorbestellfunktion schnell und einfach ordern. Speichert ein Kunde seinen bevorzugten Regiomaten auf dem Smartphone, wird er automatisch über Neuigkeiten wie neue, frische Produkte oder Vermarktungsaktionen informiert. Alle Parameter wie Sofortkauf, Vorbestellung oder Lieferung legt der Regiomat-Betreiber ebenso individuell fest wie die verschiedenen Bezahlmöglichkeiten. Darüber hinaus kann er über die App stets



Füll- und Kassenstände kontrollieren. Eine digitale Vernetzung zwischen Kunde und Betreiber, die das Ladengeschäft erweitert und zukunftsweisend aufstellt.

Wie ist Ihre Resonanz auf Ihr Konzept „CFresh“? Was zeichnet dieses System aus?

Mit dem Konzept „CFresh“ haben wir auf der „Vendra“ im September 2021 eine echte Weltneuheit als Komplettlösung für Catering, Gastronomie, Kantine und Click & Collect vorgestellt. Die positive Resonanz ist ungebrochen. Egal, ob als Ergänzung zum Catering- und Gastronomie-Angebot oder als attraktive Alternative zur Kantine: Das aus mindestens drei flexibel erweiterbaren Modulen bestehende Vending-Konzept garantiert eine standortunabhängige, kontaktlose Verpflegung und sorgt dafür, dass

Das Automatenkonzept „CFresh“ ermöglicht als Komplettlösung eine standortunabhängige Verpflegung,



Kunden rund um die Uhr eine schnelle warme Mahlzeit oder einen leckeren Snack zur Verfügung haben. Auch das Thema Foodwaste kann durch Vorbestellung vermieden werden. Abgerundet wird die Komplettlösung durch einen Rücknahmeautomaten für Mehrweg-Menüschalen, der sich in der Patentanmeldung befindet. Je nach Größe und Anforderungen des Betriebs kann „CFresh“ modular zusammengestellt werden und fügt sich durch ein individuell gestaltetes Design ins Gesamtbild des Standorts ein. „CFresh“ ist ein modernes nachhaltiges Catering-

konzept, für das nicht nur wir eine große Zukunft prognostizieren.

Für welche Standorte von Metzgereien eignet sich dieses Konzept am besten?

Sowohl für ländliche Regionen als auch für die Stadt, da es überall kleinere und mittelständische Unternehmen gibt, bei denen der Metzger vor Ort komplette Tagesgerichte oder herzhaftes Fleisch- und Wurstwaren aus seinem Ladenangebot zuliefern kann: Einfach den Essenswunsch beim Metzger vorbestellen, im „CFresh“ abholen,

erwärmen und im Rücknahmeautomaten wieder abgeben.

Wie beurteilen Sie Ihre Teilnahme am Netzwerk-Event „Meat & Greet“ im Oktober 2021?

Wir waren begeistert. Die Branchenkontakte, die wir dort für unsere Vending-Systeme knüpfen und vertiefen konnten, und die interessant-informativen Präsentationen machen unser Fazit einfach: Das Format hat uns absolut überzeugt und für die Zukunft motiviert, den Dialog fortzusetzen. *mth*

Vielen Dank für das Gespräch!
www.stuewer.de

KULTURARBEIT MAL ANDERS

Um einen sicheren Reifeprozess von Rohwurst und Rohpökelwaren in Gang zu setzen, kommen Starterkulturen zum Einsatz, damit die Reifung der Produkte gezielt gesteuert werden kann.

Dabei handelt es sich um Zellkulturen, die in Rein- oder Mischformen eingesetzt werden. „Jede Starterkultur hat eine andere Zusammensetzung und ganz spezifische Eigenschaften, die auf den Reifeverlauf und die Festigkeit des jeweiligen Produktes abgestimmt sind. Mit dem Einsatz von Starterkulturen erzielt man eine gleichbleibend hohe Qualität der Endprodukte und senkt die Verkeimung der Ausgangsmaterialien“, sagt Meike Beck, Marketing bei Beck Gewürze und Additive aus Schnaittach. Die gewünschten Stammkulturen werden zugesetzt und vermehren sich bei

optimalen Bedingungen schneller als die unerwünschten Bakterienstämme, z. B. Listerien. So wird die Konkurrenz-Flora verdrängt und ein sicheres Produkt entsteht. Listerien sind Überlebenskünstler: Durch ihre Widerstandsfähigkeit kommen sie überall in der Umwelt vor und können sogar bei Kühlschranktemperaturen, Sauerstoffmangel o. a. widrigen Umständen überleben. Ihre wichtigste Aufgabe erfüllen Starterkulturen mit der schonenden, kontrollierten pH-Wert-Absenkung. Dafür werden Zuckerstoffe in der Fleischmasse zu Milchsäure umgewandelt. Die kontrollierte pH-Wert-Senkung be-

günstigt die Trocknung der Wurstwaren und damit den Prozess der Haltbarmachung. Während des Pökelprozesses sorgen die nützlichen Mikroorganismen zudem dafür, dass das eingesetzte Nitrat zu Nitrit abgebaut wird. So wird die gleichmäßige Umrötung und Haltbarmachung unterstützt.

Heute gilt es, sich mit individuellen Wurstwaren von Angeboten im Supermarkt abzuheben, z. B. mit einer luftgetrockneten Rohwurst, die gleichmäßig mit gutem Schimmel ummantelt ist. „Dafür bringt man die Pilzsporen nach dem Abfüllen der Wurstmasse auf die Wursthülle auf. Der Edelschimmel hemmt

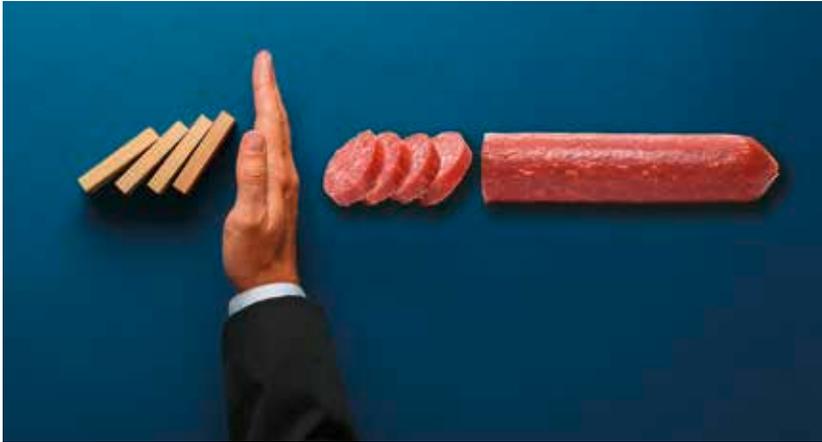
die Bildung von Fremdschimmel und trägt während der Reifung zur Aromatisierung bei. Wichtig dabei: Produkte mit Edelschimmel-Überzug dürfen nicht geräuchert werden, da die Pilzkulturen beim Räuchervorgang absterben“, erklärt Meike Beck weiter.

Diese durchsetzungsstarken Kulturen haben also allerlei Talente:

- Sie...
- gewährleisten die Sicherheit eines gleichmäßigen Reifeprozesses.
- ermöglichen die kontrollierte pH-Wert-Absenkung.
- bekämpfen schädliche Bakterien.



Die in den Bitec® B-Produkten von Frutarom Savory Solutions enthaltenen Milchsäurebakterien bilden Hemmstoffe, die das Wachstum von Listerien blockieren.



Effiziente Starterkulturen und passende Gewürzcompounds sorgen beim Hürdenkonzept der Moguntia Food Group laut Unternehmen für einen optimalen Produktschutz.

- hemmen die Bildung von Listerien.
- spalten Fette und Eiweiße.
- sorgen für einen intensiven Geschmack.
- beeinflussen das appetitliche Aussehen des Endproduktes.
- unterstützen die Umrötung.

JE NACH PRODUKT

Das familiengeführte Unternehmen aus Oberfranken führt unter der Marke „MicroStart“ eine Reihe an Starter- und Schutzkulturen im Sortiment. Nachfolgend wird eine Auswahl für verschiedene Anwendungszwecke vorgestellt. Für weiche und streichfähige Rohwurst sowie Rohpökelprodukte eignet sich MicroStart TL1, eine Reife- und Schutzkultur aus *Staphylococcus carnosus* und *Pediococcus acidilactici* für eine milde Absäuerung. Sie erzielt ein ausgewogenes Geschmacksprofil und eine exzellente Farbbildung und enthält einen bacteriocinbildenden Bakterienstamm der Listerien hemmt. Dieser ist auch Bestandteil von MicroStart BE 25 Mild, einer gefriergetrockneten Kultur für die schnelle Fermentation von schnittfesten Rohwürsten. Als Zusatzanwendung für schimmelgereifte Salami kann MicroStart Edelschimmel eingesetzt werden. Die Schimmelbildung erfolgt gleichmäßig. Bei MicroStart Safe L1 handelt es sich um eine bioprotektive

Starterkultur aus *Pediococcus acidilactici* zur Reduzierung von *Listeria monocytogenes* in weichen und streichfähigen Rohwürsten sowie Rohpökelprodukten. Die einstämmige säurebildende Kultur kann einzeln oder zusätzlich zu anderen Starterkulturen, z.B. mit MicroStart Taste, eingesetzt werden. Für Kochpökelprodukte ist MicroStart NoPor plus laut Hersteller eine gute Wahl. Die Kultur aus den Stämmen *Lactobacillus sakei* und *Staphylococcus carnosus* fördert die Unterdrückung von Gäröchern in Kochpökelprodukten und unterstützt die Umrötung.

KULTUREN KOMBINIEREN

Mit effizienten Starterkulturen und passenden Gewürzcompounds präsentiert sich auch die familiengeführte Moguntia Food Group als kompetenter Partner des Fleischerhandwerks. Für optimalen Produktschutz stellt sie ihr sogenanntes Hürdenkonzept vor, in dem Starterkulturen aus eigener Herstellung, mit denen sich Textur, Stabilität, Aroma und Haltbarkeit der Produkte gezielt steuern lassen, mit darauf abgestimmten Gütezusätzen kombiniert werden. Diese fördern laut Unternehmen in der Produktion beste Fermentationsergebnisse, unterstützen die gewünschten sensorischen Eigenschaften und sorgen für eine hohe Produktsicherheit. „Die Komplexi-

tät der passenden Mikroorganismenstämme erfordert jahrelange Forschungs- und Entwicklungsarbeit sowie Praxistests“, betont Konrad Höffmann, Business-Manager für den Bereich Starterkulturen, die Multidimensionalität des Themas. „Aber auch auf die richtige Würze und pH-Wert-Stabilisierung kommt es an. Daher bieten wir neben der Starterkultur und dem Frischhalter Frischin® ZM auch die passenden Würzungen an“, ergänzt er.

Er empfiehlt etwa folgende Kombinationen: „Für den sensiblen Produktbereich Zwiebelmettwurst haben wir unser Kombi-Präparat mit pikanter Würzung, das zusammen mit der Starterkultur M8929 ProtectStart® und M14550 Frischin® ZM zum Einsatz kommt. Für eine Tee- oder Rohwurst Pfefferbeißer-Art eignet sich die Starterkultur M8943 MildStart® FB-CA4 zusammen mit Frischin® ZM und der jeweils authentischen Würzmischung der Marke Bessavit. Für einen Rohschinken mit Wacholder- und Pfeffergeschmack empfehlen wir die gewürzte Rohpökelhilfe Premium M7920 zusammen mit der Starterkultur PökelStart® CB-CA2.“ Als zusätzliches Hürdenkonzept zum Schutz vor unerwünschten Mikroorganismen dient die Kultur SaferStart® M892309 mit schützenden Eigenschaften und als ideale Ergänzung für alle konven-



**Wir freuen uns darauf,
Sie endlich wieder
persönlich treffen zu
können.**



Vertriebs GmbH

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



Beispiel einer Rohwurstauswahl, die mit Kulturen der Moguntia Food Group gelingt (li.). Für streichfähige Rohwurst und Rohpökelwaren eignet sich Micro Start TL von Beck Gewürze (re.).

tionellen Kulturen sowie Starterkulturen des Unternehmens. Sie wird immer in Kombination mit anderen Kulturen eingesetzt. Einen Überblick über das Sortiment sowie die unterschiedlichen Charakteristiken und Anwendungsgebiete der einzelnen Starterkulturen hält eine Broschüre bereit.

VIELFÄLTIGE LÖSUNGEN

Auch *Frutarom Savory Solutions* setzt auf die eigene Herstellung der mikrobiellen Stämme für seine Starter- und Schutzkulturen für die Herstellung von Rohwurst und Rohpökelwaren und bietet Kompetenz aus einer Hand. Der volle Zyklus Entwicklung, Produktion und permanenter Qualitätskontrolle ermöglicht es, ein effizientes und abgestimmtes Sortiment anzubieten. Die Bitec® B-Produkte wirken präventiv gegen Listerienwachstum. Die in diesen Schutzkulturen enthaltenen Milchsäurebakterien bilden spezifische Hemmstoffe, die das Wachstum von *Listeria monocytogenes* hemmen. Die Zusammenstellung der Kulturen sorgt laut Hersteller für ein exzellentes Reife Aroma, beste Farbausbildung sowie einen ausgeprägten Schutz. Mehr als Geheimwaffe denn als Geheimitipp gelten Bitec® Starter B Mild & Fast. Anwender schätzen

Listerien

Listerien sind stäbchenförmige Bakterien, von denen die Art *Listeria monocytogenes* als Krankheitserreger von Mensch und Tier die größte Bedeutung hat. Sie ist sehr widerstandsfähig und übersteht sowohl Tiefgefrieren als auch Trocknen gut („Nischenkeim“). Ihre Überlebens- und Vermehrungsfähigkeit in Lebensmitteln hängt von der technologischen Behandlung und dem Herstellungsverfahren ab. Kochen, Braten, Sterilisieren und Pasteurisieren tötet sie sicher ab.

Gute Wachstumsmöglichkeiten (im Vergleich zu Konkurrenzkeimen) haben Listerien sowohl bei langen Lagerzeiten unter Kühlung als auch bei reduziertem Sauerstoffangebot (in Vakuumverpackungen von Brühwürsten, Lachs und Räucherfisch).

Eine Kontamination von Lebensmitteln damit kann auf verschiedenen Stufen der Gewinnung und Verarbeitung erfolgen. Vor allem Lebensmittel tierischer Herkunft wie rohes Fleisch und rohe Milch können beim Schlachten, Zerlegen oder Melken verunreinigt werden und so auch die Produkte daraus. Eine nachträgliche Kontamination tierischer Lebensmittel kann durch mangelnde Hygiene im Umgang mit Rohstoffen, Zwischen- und Endprodukten bei der Herstellung erfolgen, durch unzureichende Personalhygiene, vor allem der Hände, sowie unsaubere Maschinenteile und Gerätschaften.

Besonders betroffene Lebensmittel sind: an- und aufgeschnittene (Brüh-)Wurst, Wurst- und Fleischpasteten, kurz schnell gereifte Rohwurstsorten (Zwiebelmettwurst, Teewurst), rohes Fleisch (Tartar, Mett, Bratwurstgehäck), Käse (Weichkäse, Sauermilch-, Schafs- und Ziegenkäse) oder Räucherfisch (Lachs).

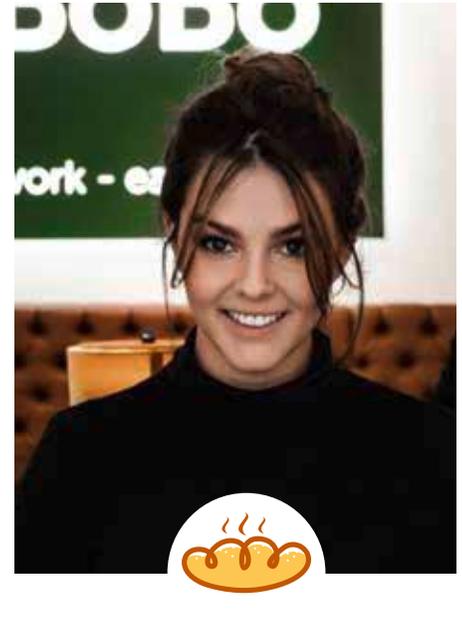
(Quelle: Bayerisches Landesamt für Gesundheit und Lebensmittel-sicherheit)



hier nicht zuletzt die Kombination von schneller Absäuerung bei mildem Geschmack. Mit schneller pH-Wert-Absenkung punktet auch Bitec® Starter B 3. Die Kultur erreicht schnell Schnittfestigkeit sowie ein kräftiges Reife Aroma. Traditionelle Produzenten wählen oft Bitec® Starter B 1, die sich für langsam gereifte Rohwurst sowie alle Arten von frischer und streichfähiger Rohwurst eignet. Sichere Rohpökelwaren mit vollem Aroma gelingen mit Bitec® Starter B Safe Cured. Die Kultur Bitec® B Bacto Safe Plus senkt *L. monocytogenes* während des Fermentationsprozesses und wird zusätzlich zur Reifekultur verwendet. Der Frischhalter Acelact nutzt die kombinierte Wirkung von Natrium- und Calciumlactat, der Allrounder Frischex L Natriumacetat und auch Germex Flavor bieten universelle Einsatzmöglichkeiten ohne E-Nummern. Ein flächendeckendes Netz an Fachberatern unterstützt interessierte Betriebe auch vor Ort und geht mit Kunden in die Produktion, um die bestmöglichen Lösungen zu finden. *mth*

Nützliche Links

- www.beck-gewuerze.de
- www.frutarom.eu
- www.moguntia.com



SNACK STAR RELOADED

Nachwuchsförderung in einer neuen Dimension: Der Wettbewerb Homann Snack Star® geht 2022 neue Wege und mit drei Branchen – Fleischerei, Bäckerei, Gastronomie – in die nächste Dekade.

Seit mehr als zehn Jahren motiviert der Homann Snack Star-Wettbewerb junge Metzger- und Bäckerei-Nachwuchskräfte, ihrer Kreativität freien Lauf zu lassen, um sich damit im Betrieb, in der Berufsschule, aber auch im Freundes- und Bekanntenkreis profilieren zu können. Ziel der Challenge ist und bleibt es, die besten Snack-Ideen mit passendem Namen und leckeren Zutaten zu entwickeln, sich eine Snack-Präsentation und Mitnahmeverpackung zu überlegen und eine passende Kalkulation vorzunehmen, die am Ende auch noch einen Gewinn sicherstellt.

BRANCHEN-BATTLE

Für die Umsetzung der Snack-Ideen stehen kontinuierlich modernisiertes Schulungsmaterial – auch digital – sowie ein kostenloser Homann Snack Saucen-Warenkorb zur Verfügung. Das Ergebnis der ersten Dekade insgesamt kann sich mehr als sehen lassen: Rund 1.000 Teilnehmer, 835 Snack-Ideen und 110 beteiligte Berufsfachschulen. 74 Sieger*innen, die sich über das Profi-Jury- und Online-Voting-Urteil für das Finale qualifizieren mussten, erhielten als Dank für ihre Einsendungen wertvolle Sachpreise, Urkunden und Pokale. Neben den Junioren aus Metzgereien und

Bäckereien können 2022 erstmals auch Gastronomie-Youngster teilnehmen. Über Qualifikations- und Hauptrunde kommt es so zu einem nie dagewesenen Battle der besten Nachwuchskräfte dieser drei Branchen. Der Homann Snack Star wird so zu einem der größten und umfassendsten Nachwuchsförderungs-Wettbewerbe der Foodservice-Branche. Angesprochen wird ein Potenzial von rund 65.000 Auszubildenden aus Handwerk und Gastronomie. Die etablierten Bewerbungskriterien bleiben gleich: Idee und Name der Snack-Idee, Zutaten und Zubereitung, Präsentation und Mitnahmeverpackung sowie Kalkulation stellen die Herausforderung für jede*n Teilnehmer*in dar.

DREI RUNDEN, DREI PATEN

Die Qualifikationsrunde startet im März 2022 bundesweit branchenübergreifend. Gesucht werden die jeweils drei besten Snack-Ideen, die sich damit für die Hauptrunde qualifizieren. Ermittelt werden diese durch eine Profi-Jury. In der Hauptrunde können sich die jeweils drei besten Teams mit ihren Snack-Ideen der Online-Community stellen. Diese stimmt dann für den besten Snack je Branche ab, dem der Einzug ins große Snack Star-Finale der Metz-

gerei-Bäckerei-Gastronomie-Azubis winkt. Im Finale wird live der Snack Star des Jahres und die führende Azubi-Branche ermittelt. Tolle Sachpreise, Pokale und Urkunden sind für alle Finalisten selbstverständlich.

Neben erstklassigem Schulungsmaterial unterstützen drei hochkarätige Profi-Partner die Branchen-Youngster als „Patent“. Begeistert zugesagt haben: Fleisch- sowie Wurst- und Schinken-Sommeliere Catharina Politz, Jung-Unternehmerin und Bäckerei-Profi Caroline Bosselmann und Gastronomie-Guerilla-Chef Simon Kolar. Alle sind heiß darauf, zu zeigen, dass ihre Branche die beste Adresse für den Snack Star des Jahres ist. Sie stehen den Youngstern für Feedbacks, Tipps und Anregungen zur Verfügung und sorgen dafür, dass der Nachwuchswettbewerb sensationelle Snack-Ideen hervorbringt. www.homann-snackstar.de

Nachwuchsförderung begleiten!

Die Initiatoren suchen noch interessierte Sponsoren aus unterschiedlichen Branchen, die sich an dieser einzigartigen Nachwuchsförderung als Gold-, Silber- oder Bronze-Partner beteiligen möchten. Mehr Infos gibt es auf Anfrage per E-Mail an: snackstar@markenpartner.com.



WEBSITE DO-IT-YOURSELF

Auf eine professionelle Webpräsenz kann auch das kleinste Unternehmen nicht mehr verzichten. Doch wo starten? Acht Tipps zur besten Herangehensweise hat der Webhoster Strato aufbereitet.

Angebote begutachten, Erfahrungen austauschen, Produkte kaufen: Was Verbraucher früher auf dem öffentlichen Marktplatz gemacht haben, machen sie heute im Internet. Wer keine Präsenz zeigt, wird kaum neue Kundschaft anlocken. Doch wer kennt sich schon mit der Programmierung einer Website aus? Zum Glück ist solches Know-how gar nicht mehr nötig. Moderne Homepage-Baukästen sind ideale Helfer, mit denen auch Selbständige und Kleinunternehmen beliebige Ideen und Angebote online erreichbar

machen – einfach, sicher und professionell. Acht Schritte helfen dabei planvoll beim Erstellen einer Webseite vorzugehen.

PLAN FÜHRT ZUM ZIEL

Die ersten Gedanken: Was will ich wie zeigen? Bevor es richtig losgeht, sind grundsätzliche Dinge zu beachten. Selten ist es sinnvoll ins Blaue hinein ein teures Hosting-Abonnement abzuschließen – oder mit Programmierkursen zu starten. Auch ist es hilfreich, sich erste Gedanken über Inhalt und Struktur zu machen:

Was sollen Besucher über mich und mein Unternehmen erfahren?

DER STARTSCHUSS

Die ersten wichtigen Dinge festlegen. Sobald klar ist, was die Webseite enthalten soll, geht es mit der Benennung weiter. Der Name legt fest, unter welcher Webadresse Besucher die Homepage erreichen. Ein solcher Name sollte möglichst kurz und einprägsam sein. Die Domain (also www.wunschname.de) ist bei Homepage-Baukästen meist im Preis inbe-

griffen und die Baukastenanbieter übernehmen die Registrierung für ihre Kunden. Viele Angebote enthalten auch ein SSL-Zertifikat, das Besuchern die Sicherheit der Seite bestätigt, ein wichtiger Vertrauensfaktor im Netz. Webseiten-Bauer sollten darauf achten, dass die Pakete eines Baukastens zusätzlich Mail-Funktionen enthalten. Sie ermöglichen, E-Mails mit personalisiertem Absender (etwa info@wunschname.de oder vorname.name@wunschname.de) zu erstellen. Eine solche E-Mail strahlt Seriosität aus. Eine Planung der Webseitenstruktur mit Kategorien und Unterseiten ist zudem wichtig, denn sie wird bei vielen Entscheidungsfindungen im Laufe der Homepage-Konstruktion helfen.

DESIGN UND OPTIK

Individualität trotz Baukasten: Die gute Nachricht: Das Baukastenprinzip schließt Individualität nicht aus – im Gegenteil. Die meisten Baukästen haben einen Designbereich. Dort passen Nutzer ihre optischen Einstellungen an – idealerweise nachdem sie sich die allgemeine Struktur der Seite überlegt haben. Alternativ bieten viele Baukastenanbieter ihren Kunden an dieser Stelle auch sogenannte Templates, also Schablonen für die Webseite an. Diese enthalten eine vorgefertigte und individuell anpassbare Struktur. In Sachen Design sollten die Lesbarkeit der Texte, die Sinnhaftigkeit der Menüführung und Platz für Bilder im Vordergrund stehen. Wichtig ist, dass alle Seiten einem Corporate Design folgen, also einheitlich sind. Damit ist der Wiedererkennungsfaktor gleich viel größer und die Professionalität höher.

DIE TEXTE

Die Sprache muss verständlich sein. Texte sind zentraler Bestandteil einer Homepage, sie beschreiben den Betrieb, die Familiengeschichte, und vor allem das Angebot. Damit sich die Be-

sucher wohlfühlen, sind die textlichen Inhalte der Webseite stets zielgruppengerecht zu formulieren. In den meisten Fällen ist einfache und verständliche Sprache die beste Wahl. Reine Textseiten sind nicht ansprechend. Überaus wichtige Textseiten sind das Impressum und die Datenschutzerklärung – beide sind Pflicht.

„Auch ohne spezifisches Wissen kann jeder Freiberufler und jedes Kleinunternehmen eine Webpräsenz betreiben.“

Dominic Linse, Business Development Manager bei Strato

ILLUSTRATIONEN, FOTOS, GRAFIKEN

Auch Bilder sind ein sehr wichtiger Bestandteil der eigenen Webpräsenz. Sie lockern nicht nur Texte auf, sie stellen Produkte oder das Angebot dar. Es lohnt sich immer, das Design der Homepage bei der Auswahl der Illustrationen im Hinterkopf zu behalten. So oder so ist wichtig, dass nur Bilder auf der Seite vorkommen, die frei von Rechten Dritter sind. Garantiert ist das, wenn die neuen Website-Besitzer selbsterstellte Bilder verwenden. Alternativ gibt es auch Sammlungen von lizenzfreien Fotos und Grafiken, die Homepage-Baukästen teilweise mitliefern und im Internet leicht zu finden sind.

SUCHMASCHINEN UND SEO

Das Ziel: ganz vorne sein mit den richtigen Begriffen. Die Konkurrenz im Internet ist immens. Doch es gibt Tricks, die eigene Homepage bei Suchmaschinen besser, also möglichst ganz oben zu platzieren: Das Zauberwort heißt SEO (Search Engine Optimization, auf Deutsch Suchmaschinenoptimierung). Die Algorithmen von Suchmaschinen beurteilen Homepages zu bestimmten Suchbegriffen besser, wenn die Texte auf der Seite zu diesem Thema mög-

lichst gut sind. Für diese Bewertung zieht der Algorithmus gewisse Punkte heran. Als gut erachtet die Suchmaschine Texte, die das Anliegen der Leser möglichst umfassend beantworten. Ein Faktor ist etwa die Lesefreundlichkeit, die durch Einfügen von Zwischenüberschriften, Absätzen und Stichpunktlisten in den Texten verbessert werden können. Es gibt viele SEO-Stellschrauben. Homepage-Baukästen bieten in der Regel Tools, die helfen, die Seite SEO-fit zu machen.

DESIGN-SERVICE

Manche Anbieter von Homepage-Baukästen offerieren Design-Services. Wer sich zurücklehnen und Experten eine Webseite nach seinen Vorstellungen erstellen lassen will, fährt damit sicher am besten. Ein persönlicher Ansprechpartner hilft dann, die Wünsche des Betreibers der Homepage umzusetzen und steht ihm mit Ratschlägen zur Seite.

MARKETING UND SOCIAL MEDIA

Neben technischen Möglichkeiten, die Reichweite der Website aufzubauen (etwa durch SEO), gibt es auch andere Ansätze. Klassische Anzeigenservices existieren auch im Internet, beispielsweise Google Ads. Viele Anbieter teilen ihre Inhalte außerdem via Twitter, Facebook oder andere Kanäle: Gutes Marketing lohnt sich auch im Internet.

„Der Zugang zum Internet, und damit zur künftigen Kundschaft, ist keine Hexerei“, legt Dominic Linse, Business Development Manager bei Strato, dar und ergänzt: „Auch ohne spezifisches Wissen kann jeder Freiberufler und jedes Kleinunternehmen eine Webpräsenz betreiben – zu minimalen Kosten und genauso professionell wie die Großen. So stehen Selbständigen und Kleinunternehmen alle Möglichkeiten offen.“

www.strato.de/homepage-baukasten

www.torrero.de
leithammel gmbh



Torrero

Der LEITHAMMEL unter den Fachportalen

- Tagesaktuelle Firmennachrichten
- umfassende Lieferantenübersicht




9.600 Firmen ... 24.000 Einträge ... 5.100 Stichwörter ... 27.000 Prospektseiten und Produktvideos

Hausgemacht lecker

Mit kreativen Ideen – etwa der 2020 gestarteten Mittags-Angebotsform „Hausgemacht“ - sowie traditionellen Rezepturen erfinden sich Julia und Felix Dorsch in ihrer Metzgerei seit 2009 immer wieder neu.

Schon Felix Dorschs (36) Großväter waren Metzger und Hausmetzger, dann sein Vater. 2006 machte er seinen Meistertitel und den Betriebswirt an der Fleischer-schule in Augsburg. Und so war ihm die Leidenschaft für das Metzgerhandwerk quasi in die Wiege gelegt. 2009 pachtete er eine Metzgerei im Hammelburger Stadtteil Westheim – mit sehr kleinem Laden und Wurstproduktion. Als sein Vater seine gepachtete Metzgerei mit drei Filialen in Schweinfurt nach 15 Jahren im Oktober des selben Jahres aufgab, stieg Felix in die Filiale am Schelmsrasen von einem Tag auf den anderen ein. Die erste eigene Filiale unter dem Familiennamen. „Die Anfangsjahre waren nicht immer leicht, doch Qualität setzt sich letztlich durch“, betont er. Seine Frau Julia

(31), Ex-Verwaltungsangestellte in der Zahnmedizin, ist seit 2012 dabei, zunächst im Büro und Partyservice, nach einem Quereinsteigerkurs ab August 2017 – ebenso in Augsburg – zunehmend in den Läden und im Marketing. Gemeinsam haben sie drei Kinder, das Jüngste ist knapp ein Jahr alt.

Ihre kundenstärkste Filiale aber liegt in der Schweinfurter Fußgängerzone zwischen dem Einkaufscenter Stadtgalerie und dem Busbahnhof. Diese betreiben sie seit 2012. Vor allem Lauf- und Stammkunden kaufen hier ein oder nehmen sich etwas aus der Heißen Theke mit. Als direkt nebenan die Gewerbefläche des Tchibo-Eck frei wurde, pachteten sie diese 2019 und durchbrochen die Wand. „Da es außer Döner-Läden und Bäcker-Snacks wenig Angebote für warmes Mittagessen gab, dachten wir uns

das Gastro-Konzept ‚Hausgemacht‘ aus“, berichtet Julia Dorsch. „Essen wie bei Oma, nur schneller“, lautet das Motto. Frühstück gibt es ab 8 Uhr. Ab 11 Uhr präsentiert das Team in den Theken eine abwechslungsreiche, kreativ zusammengestellte Speisenauswahl kalt – von Gulasch über frische Salate, mediterranes Gemüse, Antipasti, Pasta oder Braten. Alle Speisen werden in der Profiküche am Standort Sennfeld via Cook&Chill zubereitet und in der Filiale im Hochleistungssofen erhitzt. Dann setzen sich die Gäste auf einen der 25 Plätze oder nehmen ihr Essen mit. „Das kommt gut an, nicht nur in Corona-Zeiten“, berichtet Felix Dorsch.

REGIONALES GENIESSEN

Doch es sind nicht nur die leckeren Mittagsgesamte in der City – die es teilweise auch in 400-ml-Gläsern als Metzger-Convenience gibt



– für die das Team der Metzgerei bekannt ist. „Beliebt sind vor allem alle Sorten an Hausmacher Wurst, deren Rezepturen noch vom Opa stammen“, betont Felix Dorsch. Beispiele dafür sind Ringelpolnische vom Stecken, Oberfränkischer Presssack im Magen, Lindacher Leberwurst, der Rinderschinken Zwetschgenbames, Räucherspeck oder der luftgetrocknete Lindacher Schinken im Kräutermantel. Delizios wird es mit Lendenaufschnitt mit Backpflaumen oder „Winzerschmaus“ (eine Art Rillettes). „Unsere Hausmacher Spezialitäten stellen wir montags schlachtwarm her, das ergibt eine besondere Qualität“, bekräftigt er.

Das täglich angelieferte Fleisch der Tiere stammt von Neckermann Qualitätsfleisch im südlich von Würzburg gelegenen Aub. Dieser bezieht Schweine und Rinder von Bauern aus einem Umkreis von 25 km. „Seit 1. Januar 2019 produzieren wir in Sennfeld bei Schweinfurt auf einer Fläche von 350 m², die kernsaniert und technisch auf den neuesten Stand gebracht wurde“, erklärt der Metzgermeister. „Neun Mitarbeiter sind es dort, rund 40 beschäftigen wir insgesamt, auch zwei Auszubildende“, ergänzt seine Frau. Die wöchentliche Verarbeitungsmenge an Fleisch beträgt drei bis vier Tonnen. Die fertigen Wurstwaren gelangen täglich ab 7 Uhr per Fahrer zu den Filialen, auch zur dritten im Bunde, die in einem Fachmarktzentrum an der B19 in Kürnach angesiedelt ist. „Die haben wir im Sommer 2019 von einem Kollegen übernommen“, so Felix Dorsch.

IM GESPRÄCH BLEIBEN

Ihre Schweinfurter Metzgerkollegen sind Felix und Julia Dorsch wichtig, deshalb starteten sie mit 15 davon und ihrer Werbeagentur 2020 die Image-Aktion „Wir halten zusammen“ mit Flyern, Plakaten und Berichten im Stadtmagazin GMAG. „Man muss im Gespräch bleiben“, betonen beide unisono. Kreativen Input erhalten sie auch in den seit einigen Monaten regelmäßig stattfindenden Team-Meetings mit dem Unternehmens-Coach Toni Menges (o.li.). „Das hilft uns viele Dinge anders zu sehen und uns zu verbessern“, sagt Felix Dorsch. Und Spaß macht es natürlich auch, das kann man etwa bei Facebook verfolgen. Ende November haben sie mit dem Coach kreative Ideen für den neuen Fingerfood-Katalog zubereitet, dekoriert und professionell fotografisch in Szene gesetzt. Und das wird nicht die letzte Aktion gewesen sein, sich auf dem Weg zum Genussmetzger noch stärker zu positionieren. *mth*

www.metzgerei-dorsch.de



PROFI-PARTNER

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Berufskleidung:** DBL
- **Cliptechnik:** Tipper Tie
- **Coaching Personalführung:** Toni Menges
- **Füller:** Handtmann
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Ladenbau:** Aichinger
- **Pökelinjektor:** Günther Maschinenbau
- **Räuchertechnik:** Bastra
- **Scherbeneiszerzeuger:** Maja/Marel
- **Transporter:** Mercedes-Benz
- **Wolf:** Kilia

KONZEPT

METZGEREI DORSCH – SCHWEINFURT
Familiengeführte Metzgerei mit drei gepachteten Filialen in Schweinfurt und der Nähe Würzburgs. Hausgemachte, regionale Spezialitäten. Seit 2020 Gastro-Konzept „Hausgemacht“ in Citylage. Dezentrale Produktion, täglich frische Ware.

ERFOLGSFAKTOREN

- **Altüberlieferte Rezepturen**
- **Fokus Theke – Genussmetzger**
- **Vielfalt und Frische in der Theke**
- **Metzger-Convenience aus der Region**
- **Teamorientierte Personalführung**





1

2

Einkauf als Erlebnis

Ist eine Hofmetzgerei eine Metzgerei mit Hof oder ein Hof mit Metzgerei? Inhaber Martin Altstetter beantwortet die Frage so: „Wir sind ein Direktvermarkter mit eigenem Laden“ – und was für einer.

Aus dieser Positionierung heraus wurde mit den Shop-Experten von Aichinger ein Laden entwickelt, der die Kunden mitnimmt, die schon seit 30 Jahren bei den Altstetters in Ettringen-Höfen Fleisch und Wurst kaufen, und auch diejenigen anspricht, die ein Shopping-Erlebnis suchen, von dem sie im Freundeskreis erzählen können. „Nach 30 Jahren wollten wir nicht nur renovieren, sondern einen Laden für die Zukunft bauen“, sagt der Metzgermeister Martin Altstetter.

Sein Bruder Johannes Altstetter ergänzt: „Der Laden positioniert die Marke Altstetter deutlich weiter oben, ohne die ursprüngliche DNA der Direktvermarktung zu verlieren.“ Er weiß, wovon er spricht. Johannes Altstetter hat 20

Jahre bei einem großen Hersteller von Bürostühlen in der Region gearbeitet, zuletzt als Marketingleiter. Mit dem Umbau und der Erweiterung kehrte er in den Familienbetrieb zurück. Als ausgebildeter Landwirt ist er für den Mastbetrieb mit 1.000 Schweinen, 30 Hektar landwirtschaftliche Fläche und für das Marketing verantwortlich. Sein Bruder Martin konzentriert sich auf die Schlachtung, den Verkauf und das Catering.

Beide können sich noch an ihre Kindheit erinnern, als die Eltern die Schweinehälften ab Hof an Großfamilien verkauft haben. Später ging es dann im Raum zwischen Landsberg, Augsburg, Mindelheim und Krumbach mit einem kleinen Anhänger auf Bauernmärkte, um

die selbst produzierten Waren zu verkaufen. 1992 eröffneten Xaver und Christl Altstetter ihren Hofladen. Seitdem hat sich der Betrieb weiterentwickelt und ist gewachsen. In den folgenden Jahren entstanden EU-zertifizierte Schlacht- und Produktionsräume, dazu verschiedene Kühlräume und ein kleines Brotzeitstüble für die Kunden. Seit 30 Jahren gleich geblieben sind indes die Öffnungszeiten: Dienstag, Freitag und Samstag vormittags.

RUSTIKAL UND MODERN

In einem Anbau des Hofgebäudes entstanden Büro- und Sozialräume. Der Laden wurde bei laufendem Verkauf umgebaut. So konnte die Verkaufsfläche auf 108 m² fast verdop-



5



6



3

- 1 Die Deckenbeplankung ist einem Weidezaun nachempfunden und absorbiert den Schall.
- 2 Stolz auf ihren neuen Laden: Martin und Johannes Altstetter.
- 3 Ländlich, rustikal und dennoch modern: Die imposante Theke lässt kaum Wünsche offen.
- 4 Farbe, Helligkeit und Intensität des Lichtsystems Al-amLight können segmentweise mit einem Bedienpanel gesteuert werden.
- 5 Griffgünstig zum Mitnehmen: Produkte im SB-Kühlregal TopSpot MIO+.
- 6 Von außen lässt sich kaum erahnen, welche Leistung im Inneren vollbracht wurde.

pelt werden. Die Raumgeometrie und das Bedienkonzept der Altstetters haben das Flächenlayout vorgegeben. Die Verkäufer*innen bedienen und begleiten die Kunden 12,10 m entlang der Kühltheke Sirius®3 bis zur Kasse. 120 selbst hergestellte Fleisch- und Wurstspezialitäten werden hier verkauft. Am Eingang ist für Eilige die Heißecke „Gourmet“ (1,7 lfm) platziert. Dort werden Speisen auf dem Wärmesystem Platte 64 präsentiert.

Doch wie ausstatten? „Ländlich-rustikal, aber doch modern“, beschreibt Martin Altstetter das Gestaltungsnarrativ. Altholz an der Thekenfront und an der Rückwand. Der Raum mit der in schwarz gehaltenen Decke ist nur 2,60 m hoch. Die Beleuchtung und die Holzbeplankungen, die einem Weidezaun nachempfunden sind, schaffen dennoch eine angenehme Atmosphäre und Raumakustik. „Wir haben in der Familie kontrovers über die einzelnen Materialien und Farben diskutiert. Die Umsetzung ist optimal gelungen und die Kunden sind von der neuen Gestaltung sehr angetan“, berichtet Martin Altstetter.

Hier wird alles frisch aufgeschnitten. Bei den größeren Einkäufen beansprucht das Zeit. Zeit, in der die Kunden weitere Produkte im Hofladen entdecken können. Die hausgemachten Wurstgläser und vakuumierten Spezialitäten werden etwa direkt gegenüber der Bedientheke im 5,6 m langen Kühlregal TopSpot

Mio+ präsentiert. Ein weiterer Eyecatcher ist der neue Dry-Aged-Reifeschrank, mittig angeordnet hinter der Bedientheke.

ZWÖLF METER DISPLAY

Johannes Altstetter nutzt zudem das Marketing Modul von Shop-IQ, um auf sechs Bildschirmen ansprechenden Content wie besondere Spezialitäten, saisonale Aktionen und das Wochenangebot darzustellen. Für ihn ist das so selbstverständlich wie die digitale Preisauszeichnung. Das Modul Price-Label ist direkt an das Warenwirtschaftssystem von Bizerba angeschlossen und stellt automatisch den Preis dar. „Damit wird immer der korrekte Preis, auch bei Wochenangeboten, angezeigt. Dies eliminiert endlich den hohen Aufwand einer händischen Korrektur am Preisschild. Wir haben darüber hinaus nun 12 m Display direkt am Produkt, um mit Produktbildern und Animationen Appetit auf mehr zu machen“, erklärt er.

Bevor es zum Check-Out an die Kasse geht, ziehen die vier Reifeschränke die Blicke auf sich. Dort werden bis zu acht verschiedene Schinkenspezialitäten hängend am Stück in Szene gesetzt. Diese sind die große Leidenschaft von Martin Altstetter. Daneben hat eine Auswahl von regionalen Produkten ihren Platz: Eier, Gewürze, Nudeln, Kartoffeln, Öle – ganz einem Hofladen entsprechend. www.altstetters.de

LICHTSYSTEM AL-AMLIGHT

Das mit dem **FH Fleischer-Handwerk-Award 2021** ausgezeichnete Lichtsystem Al-amLight von Aichinger ist fast unsichtbar in die Sirius®3 Kühltheke integriert. Farbe, Helligkeit und Intensität können segmentweise mit einem Bedienpanel oder automatisch mit dem Shop-IQ-Modul Price-Label gesteuert werden. Dabei werden Aktionen in der Theke heller ausgeleuchtet. So steigt die Flexibilität bei der Belegung und Lebensmittelabfall wird reduziert. Die Steuerung ermöglicht es zudem, die Kühltheke für Aktionen frequenz- und saisongesteuert flexibel mit verschiedenen Warengruppen zu bestücken – bei optimaler Warenausleuchtung. So wird die Auslagefläche maximal genutzt. Es entstehen keine zusätzlichen Investitions- und Betriebskosten für zusätzliche Kühlmöbel.

KONZEPT

HOFMETZGEREI ALTSTETTER – ETTRINGEN-HÖFEN

Familiengeführter Betrieb mit 60 Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen im Landkreis Unterallgäu in Oberschwaben. Zu den Spezialitäten zählen Tannenrauch-Rohschinken sowie Spanferkel. Außerdem: Filiale in Walkertshofen sowie Verkauf auf dem Bauernmarkt in Schwabmünchen.

PROFI-PARTNER

- **Ladenbau:** Aichinger GmbH, Wendelstein
- **Leistungen:** Beratung, Planung, Ausführung
- **Produkte:** Kühltheke Sirius®3 mit Al-amLight, Kühlregal TopSpot Mio+, Dry-Aged-Reifeschrank, Schinken-Präsentationsschrank, Wärmesystem Platte 64
- **Bildschirme, digitale Preisauszeichnung:** Shop-IQ
- **Planung und Ausführung Licht:** we-shoplight
www.aichinger.de

Nachhaltigkeit als Maxime



Ein Vorbild an Nachhaltigkeit: Der Landwirt und Metzgermeister Ulrich Reichenbach aus dem Glottertal im Schwarzwald versendet Fleischwaren in einer selbstentwickelten Öko-Verpackung und senkt auch anderweitig den CO₂-Verbrauch.



Fotos: Metzgerei Reichenbach

Das Handwerk und den respektvollen Umgang mit Tieren hat er schon in jungen Jahren vom Vater gelernt. Mit 22 Jahren übernahm Ulrich Reichenbach (Bild li., unten re.) die Metzgerei der Eltern und führt sie nach alter Familientradition fort. Seit 1992 gesellten sich zur ersten Filiale weitere feste, z. B. in Umkirch oder Sexau, sowie mehrere mobile Verkaufsstellen hinzu. Die Metzgerei verkauft ihre Produkte nur dort sowie im Internetshop und verzichtet auf einen Vertrieb im Supermarkt. Da Ulrich Reichenbach eigene Rinder- sowie Schweineherden nach hohen Tierwohlstandards hält und von der Aufzucht über die Schlachtung bis zum Verkauf alle Schritte im umweltfreundlichen Betrieb selbst durchführt, sind die Lebensmittel nachhaltig und haben einen nachweislich geringen ökologischen Fußabdruck. Davon kann man sich auch selbst ein Bild machen – denn alle Schritte sind etwa auf YouTube transparent nachvollziehbar. Vor Kurzem entwickelte der Metzgermeister und Landwirt eine Verpackung, mit der sich Schwarzwälder Schinken, Black Forest Prime Beef, Steaks vom Kräuterschwein und viele weitere Produkte aus dem Sortiment umweltfreundlich versenden lassen.

GESCHLOSSENER KREISLAUF

Der Erfolg des Unternehmens beruht auf einem einfachen Konzept: Ulrich Reichenbach unterhält eine eigene Mutterkuhherde mit 600 Rindern, die die schöne Jahreszeit auf 200 Hektar großen Weiden verbringen. Die Rinder bleiben das erste Lebensjahr dort bei ihren Müttern und beweiden die oft schwierig zu bewirtschaftenden Hänge im Schwarzwald. So tragen sie auf natürliche Weise zum Naturschutz in dem empfindlichen Ökosystem bei. Danach werden sie bis zum Erreichen der Schlachtreife ein weiteres Jahr aufgestallt. Daneben besitzt der Metzgermeister eine Schweineherde und hält so die Kontrolle über die komplette Produktionskette von der Aufzucht bis zum Verkauf der Waren in der Hand. Die Schweine sind im neu erbauten, tagelichtdurchfluteten „Schweinehotel“, das in Kooperation mit der Universität Hohenheim entstand, untergebracht. Sie entspannen sich auf überdurchschnittlich viel Platz im Stroh oder wühlen im Dreck. Auch bei der Fütterung wird auf die Einhaltung hoher Standards sowie ein umweltschonendes Vorgehen geachtet: Die Tiere bekommen nur Futter aus eigenem An-



bau; auf Soja aus Südamerika wird verzichtet. Ein Mitarbeiter kümmert sich als Tierschutzbeauftragter um ihr Wohlergehen. Zugleich schützt das geschlossene System kooperierende landwirtschaftliche Partnerbetriebe, die die Aufzucht bis zur Schlachtreife übernehmen, vor Preiseinbrüchen, wie sie oft im Großhandel passieren und die Landwirte teilweise in Existenznöte bringen.

UMKREIS VON 50 KILOMETERN

Doch nicht nur die Aufzucht der Tiere ist schonend. Auch die Schlachtung und Weiterverarbeitung im Betrieb bis hin zum Verkauf der Waren über der Ladentheke ist vom Nachhaltigkeitsgedanken begleitet. Die Tiere werden vor der Schlachtung nicht mehrere 100 km auf engen Ladeflächen durch das Land transportiert, wie es bei einem Großteil der Schlachttiere in Deutschland der Fall ist, sondern sie verbringen ihr komplettes Leben im Schwarzwald. Alle Schritte laufen hier im Umkreis von maxi-

mal 50 km ab. Da der Tier- und spätere Fleischtransport sowie die nötigen Verpackungsmaterialien so auf ein Minimum reduziert werden können, sind die Preise moderat und mit denen im Supermarkt vergleichbar.

Auch Fleischgenießer die z. B. 600 km entfernt wohnen, müssen nicht auf die Spezialitäten der Metzgerei verzichten. Da Ulrich Reichenbach mit der Umweltbilanz bisheriger Verpackungen unzufrieden war, entwickelte er eine eigene Lösung. Diese besteht aus nachhaltigem, zu Dämmmatten verarbeitetem Schwarzwaldholz und lässt sich im Biomüll entsorgen oder als Brennmaterial nutzen – ein großer Vorteil gegenüber Styropor. Temperaturempfindliche Fleisch- und Wurstwaren werden im Paket mit Eiswürfelbeuteln gekühlt. So gelangen Schwarzwälder Schinken, Frischwurst, Grillspezialitäten, Fleischpakete vom Bio-Rind, Schwarzwaldbüffel oder Kräuterschwein zum Besteller*in. Was passiert bis das Fleisch von Weide und Stall zur Haustür geliefert wird, ist auf YouTube sichtbar: Dort gibt es auch ein ausführliches Video zum digitalen Tag der offenen Tür, das alle Produktionsschritte transparent offenlegt.

Doch das ist noch nicht alles in Sachen Nachhaltigkeit. Eine eigene Photovoltaikanlage sowie moderne Kühlanlagen reduzieren den Energieverbrauch auf ein Minimum und der CO₂-Verbrauch sinkt nachhaltig. Dafür wurde die Metzgerei von der Handwerkskammer als „Handwerksunternehmen des Jahres 2014“ mit dem Sonderpreis für Nachhaltigkeit und Umwelttechnik ausgezeichnet und war 2020 unter den drei Finalisten für den Umweltpreis des Landes Baden-Württemberg.

www.metzgerei-reichenbach.de

ERFOLGSFAKTOREN

- Eigene Rinder- und Schweinehaltung
- Nachhaltiges Handeln
- Schwarzwälder Original
- Konsequenz und Ausdauer

KONZEPT

METZGEREI REICHENBACH – GLOTTERTAL

In zweiter Generation geführte Metzgerei mit eigener Tierhaltung, EU-konformer Schlachtung und Produktion, vier Filialen sowie mobilem Verkauf und Online-Shop.



Über 140 Jahre und fünf Generationen Erfahrung haben Altmärker Fleisch- und Wurstwaren als Produzent hochwertiger Fleisch- und Wurstwaren geprägt. Der Kontrolle von Kühlzellen und Frischetheken in den Filialen aus der Ferne unterstützt eine Internet of Things-Lösung.

Frische garantieren



Am Standort in Stendal beschäftigt der Produktionsbetrieb 140 Mitarbeiter. Hinzu kommen die vielen Fachverkäufer/-innen in 50 Fleischerei-Fachgeschäften in Sachsen-Anhalt, Berlin und Brandenburg. Das Unternehmen produziert auch für den Großhandel sowie Kunden aus Gastronomie und Hotellerie. Zum Erfolgsrezept gehört ein gleichbleibend hohes Qualitätsniveau. Qualität und Frische sind auch eine Frage der richtigen Temperatur. Um sicherzugehen, dass die Temperatur auch in den Filialen stimmt, wollte man sich nicht nur auf regelmäßige Überprüfungen vor Ort verlassen. „Ich habe nach einer Möglichkeit gesucht, Messdaten der Kühlaggregate in den Kühlzellen



Geschäftsführer
Jörg Viehmann

und -theken in den Filialen digital zu erfassen, zu dokumentieren und auszuwerten“, erklärt Geschäftsführer Jörg Viehmann. Sowohl einfache Daten – etwa das Licht ist an/aus – als auch skalierbare Daten wie Temperaturen in einzelnen Kühlaggregaten. Bei der Unter- bzw. Überschreitung festgelegter Grenzwerte sollte automatisiert eine Benachrichtigung via SMS oder E-Mail an zuständige Mitarbeiter versendet werden, die dann weitere Maßnahmen einleiten können: z. B. ein nicht ausgeschaltetes Licht in der Filiale in Berlin per Fernsteuerung aus Stendal abschalten oder – der wichtigste Anwendungsfall – einen Techniker losschicken, der sich um die Reparatur eines Kühlaggregats kümmert, um dafür zu sorgen, dass die Ware nicht verdirbt. Eine Lösung von der Stange gab es für den ambitionierten Plan Jörg Viehmanns nicht. Daher entwickelte der Geschäftsführer und studierte Informatiker sie selbst. Nun galt es, die passende Hard- und Software zu finden, um die Lösung auf Basis des Internet of Things-Gedanken zu realisieren.

DIE LÖSUNG

Als Hardware kommen Speicherprogrammierbare Steuerungen (SPS) von Siemens zum Einsatz. Für die Ableitung der Maschinendaten der Kühlaggregate in eine SQL-Datenbank nutzt Altmärker die Communication-Data-Bridge CoDaBix. Um diese Daten zu dokumentieren, auszuwerten und zu visualisieren, wurde eine Analysesoftware benötigt. „Wir nutzen seit über fünf Jahren Qlik für die Filialauswertung nach Profitcentern sowie für Analysen im Einkauf, Verkauf und für die Arbeitszeiterfassung“, berichtet der Geschäftsführer. „Sowohl was die Flexibilität der Analysen betrifft als auch hinsichtlich der Auswertungsgeschwindigkeit und visuellen Darstellung der Abfrageergebnisse hat uns Qlik überzeugt“, lobt er.

IT-Partner des Projekts war die auf ganzheitliche Lösungen spezialisierte Modus Consult AG. Auch für das Internet of Things-Projekt holte sich Jörg Viehmann den Qlik Elite Solution Provider an Bord. „Es gibt viele Softwarehäuser, bei denen man schnell die eierlegende Wollmilchsau verkauft kriegt – aber

VORTEILE

- Automatisierte Datenerfassung; 24/7-Überwachung der Messwerte
- Zeitnahe Behebung von Störungen
- Höhere Wirtschaftlichkeit durch Vermeidung von Warenverderb
- Automatisierte Benachrichtigung des nächsten Servicetechnikers über einen Störfall
- Bedarfsweise Bereitstellung der Nachweise für das Veterinäramt auf Knopfdruck
- **Time to value:** drei Monate von der Idee bis zur Produktivsetzung der Monitoring-Applikation
- **Return on Investment:** wirtschaftlicher Vorteil durch frühzeitige Erkennung und Beseitigung von Störungen www.modusconsult.de



KONZEPT

ALTMÄRKER FLEISCH- U. WURSTWAREN – HANSESTADT STENDAL
 Aus einem handwerklichen Familienbetrieb in Westfalen entstandenes Unternehmen mit Filialen in Sachsen-Anhalt, Berlin und Brandenburg. 1993: Übernahme der Altmärkischen Schlacht-, Fleisch- und Wurstwaren GmbH (zuvor VEB-Kombinat). Zertifizierter Ausbildungsbetrieb, Grillakademie, LEH-Belieferung sowie mobile Verkaufswägen.

HERAUSFORDERUNGEN

Ablösung der papierbeleghaften Erfassung von Messwerten der Kühlaggregate in Kühlzellen und -theken (z. B. Temperatur) in den Filialen; Einführung eines Internet of Things-Szenarios anhand einer IT-gestützten Lösung für die automatisierte Überwachung der Verfügbarkeit.

wenn Hürden auftauchen, ist keiner mehr da. Bei Modus Consult ist das anders. Der Service und Dienstleistungsgedanke der Mitarbeiter, mit denen ich dort zu tun habe, ist sehr ausgeprägt. Deshalb war klar, dass wir auch dieses Projekt gemeinsam als Partner und Qlik als Software umsetzen werden“, bekräftigt er.

EINSATZBEREICHE UND NUTZEN

Rund 20 Messwerte aus jeder Filiale werden im Pullverfahren per Internet Protocol (IP) abgezogen. Die Aktualisierung erfolgt im Fühf-Minuten-Takt. „Die Störungen in Kühlaggregaten können vielfältiger Natur sein. Deshalb lesen wir unterschiedliche Leistungsdaten zur sogenannten ‚warmen‘ bzw. der ‚kalten Seite‘ der Kühlmaschine aus“, erläutert Jörg Viehmann. „Wir können aus diesen Daten erkennen, ob etwa eine Hochdruckstörung vorliegt, deren Ursache in der Regel ein verstopfter Luftfilter ist. Oder ob eine Niederdruckstörung vorliegt, die durch ein defektes Ventil oder ein leckgeschlagenes Kältemittel ausgelöst wird. Auch im Falle eines Motorschadens erhalten wir entsprechende Störsignale. Der diensthabende Techniker wird sofort durch Qlik per SMS bzw. E-Mail darüber informiert, in welcher Filiale welche Art von Störung vorliegt, und kann das Problem beheben. Wir halten sowohl Ersatzteile auf Lager als auch ganze Ersatzmaschinen“, erläutert er.

„Mit Qlik arbeiten wir wirtschaftlicher, weil wir Störungen in den Kühlaggregaten frühzeitig entdecken und beseitigen können – bevor es zu kostenintensiven Ausfällen kommt“, betont er. So können sofort Maßnahmen eingeleitet werden, bevor Folgeschäden entstehen, die im schlimmsten Fall dazu führen, dass die komplette Ware entsorgt werden muss. Anhand dieser Lösung liegen die gesammelten Daten zudem jederzeit für Auswertungen und Beweisführungen vor. Das spart Zeit und Ressourcen, die noch ggf. gesondert gemangelt werden müssten. So ist das Unternehmen stets auskunftsfähig, wenn Prüfungen seitens des Veterinäramts vorgenommen werden. Und das auch rückblickend – denn dokumentiert werden auch Daten aus vergangenen Jahren. www.altmaerker.de

Foto: Altmärker Fleisch- und Wurstwaren



„Ein Hoch auf uns“ – 30 Absolvent*innen schlossen im Dezember den 446. Meisterkurs an der Bayerischen Fleischerschule Landshut erfolgreich ab.

FRAUENQUOTE BEI 25 %

Gerade Erfolge in schwierigen Zeiten sorgen für Gänsehautmomente: Die erlebten 28 Handwerker*innen aus Deutschland sowie zwei aus Österreich zum Abschluss ihres Meisterkurses. Das zeigten sie u. a. mit einer Fotopräsentation, musikalisch untermalt mit dem Super-Hit „Ein Hoch auf uns“. Beeindruckt war Schul-Geschäftsführerin Barbara Zinkl von der hohen Zahl von sieben Absolventinnen im vermeintlichen Männerberuf – also fast 25 %. Jede habe ohne Extrawurst durch Leistung überzeugt. Das zeige: „Starre Rollenmuster sind ein Auslaufmodell.“

Statt eines Wohlfühl-Törns wurde die Seetauglichkeit der Teilnehmer*innen nicht nur durch die Corona-Wellen und Unterricht unter besonderen Hygienebedingungen geprüft. In über 500 Unterrichtseinheiten waren Themen von Buchführung und Lebensmittelhygiene bis hin zu Steuerrecht und Arbeitspädagogik in der Fachtheorie zu bewältigen. Im Praxisteil umfasste der Lehrplan Themen wie Zerlegung, Produktion von gut 130 Wurstsorten, Verkaufsgespräche oder Warenpräsentation. Im Kurs fanden junge und erfahrene Fleischprofis aus Handwerk, Indus-

trie und Handel zusammen – aus Bayern, Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen, Niederösterreich sowie Tirol. Kurs-Senior war Robert Meier (40) aus Dürnhart, der jüngste Teilnehmer war Martin Reinhart (18) aus Grettstadt-Untereuerheim. Ein vierköpfiges Klassengremium blickte humorvoll zurück auf Spaß und Stress des Kurses. „Zwei Länder, vier Bundesländer, 30 Dialekte“ waren dabei laut Luisa Botte (22) aus Hartenfels zu vereinigen. Das österreichische Duo brachte sich laut Dominik Angelmayr (26) aus Altenburg mit einem selbst kreierten Austria-Buffer ein. Katrin Gössl (27) aus Tettwang war stolz auf die bestandenen Zerlege-Prüfungen (Ausbeinen einer Rinderpistole) der Damen im Kurs. Die Klassensprecher überreichten Präsente an die Dozenten sowie ein großes Kursfoto für die „Hall of Fame“ der Schule

1. Bayerische Fleischerschule Landshut Hubert Jäger geehrt

Als Bester von 24 Absolventen schloss Hubert Jäger (37) aus Markt Schwaben den 445. Meisterkurs an der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut ab und wurde dafür ausgezeichnet. Schul-Geschäftsführerin Barbara Zinkl überreichte ihm neben einem berufskundlichen Buchgeschenk („Die Fleischbibel“) einen Weiterbildungsgutschein über 150 €. Der gebürtige Benediktbeurer ist ein Spätberufener: Nach einer Ausbildung zum IT-Systemkaufmann und einer Weiterbildung zum Wirtschaftsfachwirt war er lange Jahre selbstständig im kaufmännischen Bereich tätig. Durch Zufall entdeckte er dann seine Liebe zum Fleischerhandwerk. Nach einigen Monaten Praktikum machte er von Januar 2020 bis Sommer 2021 eine verkürzte Fleischerteiler in der Hofmetzgerei Wimmer



in St. Wolfgang im Landkreis Erding. Für den ebenso in dem kleinen Ort beheimateten Flores Schlacht & Zerlegebetrieb war er zuletzt in der Schlachtung tätig und wird es – zumindest in Teilzeit – auch als Meister weiterhin sein. www.fleischerschule-landshut.de

NACHWUCHS BEGEISTERN

Barbara Zinkl blickte zurück auf ein heikles Kursjahr 2021, das wegen der Lockdowns nur neun statt zwölf Monate dauerte. Mit stimmigen Hygienekonzepten habe man es geschafft, die Schule coronafrei zu halten – trotz zwei Meisterkursen im Herbst. Sie appellierte an die Jungmeister*innen, der Branche treu zu bleiben und Nachwuchs für das Fleischerhandwerk zu begeistern. Zum Abschluss gratulierte Christian Läßle, Vizepräsident der HWK Niederbayern-Oberpfalz, den Absolventen*innen zum Meistertitel. www.fleischerschule-landshut.de



Energie folgt der Aufmerksamkeit.
 Autor Christian Böhm über
 „sagenhafte Energiequellen“,
 den Mut zum Weglassen und das
 Entdecken neuer Möglichkeiten.

MUT ZUM LOSLASSEN

Ja, es gibt sie! Metzger, die das Hamsterrad verlassen haben. Die, die deren Online-Shop floriert, die einen Podcast haben sowie eine eigene Marke, mit der sie es in die Regale guter Handelsgeschäfte geschafft haben. Du denkst: Die Idee hatte ich doch auch schon, fertige Konzepte oder zumindest erste Notizen gemacht. Doch dann kam er wieder, der Feind des Neuaufbruchs: der Alltag mit unaufschiebbaren Aufgaben die schon immer getan werden mussten. Über 150 Wurstsorten, die Last-Minute-Fingerfood-Platte und dann auch noch den Laden möglichst an sechs Tagen der Woche offen halten. Schon sind sie verschoben, die Träume und Vorhaben! Auf irgendwann!

KONZEPT FÜR NIEMANDEN

Traditionell sehen sich Metzger als „Nah“-Versorger. In der Theke alles was satt macht und gut schmeckt, aber nur wenig, was es nicht auch beim LEH auf der Grünen Wiese gibt. Dort ist die Präsentation auch ansprechend und Kunden können an einem Ort alles erledigen. Als reiner Nahversorger, kann der Metzger hier kaum mithalten. Kunde brauchen einen sehr guten Grund, die Location zu wechseln. „Alles in der Theke“ heißt für mich: Ich habe keine Strategie. Es ist also nicht mehr die Frage ob man sich auf ein Thema konzentriert, sondern wann man es tut.

Im'n Teil 5 (FH 6/2021) schrieb ich über Energien die in einem Unternehmen wirken. Quellenenergie, Umsetzungsenergie, administrative Energie, menschliche Nähe. Ich fragte, warum manche Ideen in die Umsetzung kommen und manche nicht. Werden Dinge freudvoll und mit Begeisterung umgesetzt, wirkt eine starke Quellenenergie. Achtet man auf die immer schnellere, bessere Umsetzung, um den Alltag zu stemmen, versiegt die Quelle. Die Lust geht verloren, das tägliche Tun fühlt sich sinnlos an, die Stimmung sinkt, Mitarbeiter und Kunden wenden sich ab. Doch wie finde ich sie wieder – diese sagenhafte „Energiequelle“, die große Vision, die gute Absicht, die ich mit meinem Tun erfüllen will?

Quellen-/Hintergrundinformation

Bewusste Unternehmensführung mit Freude und Leichtigkeit: Modell der im Unternehmen wirkenden Energien von Christoph Döhlemann. Wir setzen dieses Modell dazu ein um Metzgern dabei zu helfen den Fokus zu finden und Projekte schneller und erfolgreicher umzusetzen.
www.quant-leading.de, www.boehm.media,
www.metzgerstars.de

Worauf richtest du deine Aufmerksamkeit? Auf das was schon immer getan werden muss? Oder auf das was getan werden könnte? Doch wie geht das? Ein Tipp: Stell dir vor, im Ort macht ein genialer Genusstempel des LEH auf. Oder ein Restaurant bietet einen perfekten Abhol- und Lieferservice für Gerichte, Snacks und Buffets. Die Kunden bleiben aus. Man hat noch etwas Geld auf dem Konto. Es sind noch Mitarbeiter da, doch es ist klar: Es bleiben nur wenige Monate, um das Geschäft zu retten. Du musst alles auf eine Karte setzen! Doch worauf? Stell dir das möglichst plastisch vor! Dann geschieht etwas Verblüffendes: Altes verblasst und eigentlich bist du froh, dass du es los bist! Plötzlich siehst du eine Fülle von Möglichkeiten, die zuvor nicht da waren, aber alle anziehender wirken. als das was du gerade tust. Den Verkauf digitalisieren, mit weniger Mitarbeitern mehr erreichen. Sortiment straffen, Spezialist für ein Thema werden und so die Produktion vereinfachen und selbst wieder mehr Zeit gewinnen. Überregionaler Verkauf durch einen Online-Shop. Kochkünste für den Aufbau einer eigenen Produktlinie für kochfertige Gerichte nutzen und ggfs. den Handel beliefern. Plötzlich kommen der Zauber des Anfangs, die Tatkraft des Aufbruchs und die Lust am Tun zurück – und so auch Kunden, Erträge und Mitarbeitende.

WELT VOLLER MÖGLICHKEITEN

Alles ist schon da. Viele sehen es nur nicht, da die Aufmerksamkeit woanders liegt. Man schaut auf das, was nicht mehr geht, statt auf das was gehen könnte. Doch starke, positive Emotionen bringen uns ins Handeln und plötzlich entstehen großartige Ergebnisse. Überlege, was 2022 nicht mehr getan wird und was du anstatt zusätzlich tun willst. Klar, macht es Angst, wenn ein Geschäftsfeld wegfällt. Es gibt nur einen Weg zu erfahren, ob es anders vielleicht besser gehen könnte: Der Weg aus der Angst hinaus, führt durch die Angst hindurch. Es ist wie am 10-Meter-Turm: entweder du springst oder nicht. Das zweite Mal fällt leichter!
Christian Böhm, Böhm.media

PRODUKTIONSPROZESSE

OPTIMIEREN



viele Konsumenten gerade während der Pandemie lieber beim Metzger ihres Vertrauens eingekauft und die kurzen Wege in das Fachgeschäft genutzt. Ich denke, Metzger und Fleischer im Handwerk werden sich weiter spezialisieren. Die Unternehmer*innen finden 2022 neue Nischen und Vertriebswege. Möglich etwa durch hochwertige regionale Fleisch- und Wurstwaren oder ein einzigartiges Sortiment. Handwerker*innen werden sich 2022 außerdem neue Vertriebswege durch das Internet und die Sozialen Medien weiter erschließen. Zudem haben sich und werden sich neue Geschäftsmodelle und Ideen in der Branche weiter etablieren, z. B. Lieferdienste, neue Metzgerei-Snacks, neue Kooperationen oder Bestell-Apps.

Zum Thema Innovationen und Investitionen für das Jahr 2022 sowie zur Entwicklung des Fleischerhandwerks sprach FH Fleischer-Handwerk mit Thomas Dippel von Vemag Maschinenbau.

In welchen Bereichen sehen Sie den größten Investitionsbedarf?

Der sich immer weiter verschärfende Fachkräftemangel in der Branche wird Unternehmer*innen dazu veranlassen, weiter die Produktionsabläufe zu optimieren und zu vereinfachen. In diesen Bereichen sehe ich noch einen größeren Investitionsbedarf.

Thomas Dippel ist Metzger und staatlich geprüfter Lebensmittelverarbeitungstechniker. Er verantwortet bei Vemag Maschinenbau als Produktmanager Vertrieb den Bereich Handwerk.

Ein Blick in die Zukunft ist durch die Pandemie eine besondere Herausforderung. Auf der einen Seite hat Corona die Verzehrsgewohnheiten der Verbraucher stark verändert. Wichtige Absatzmärkte wie beispielsweise der Partyservice oder das Catering sind den Handwerksbetrieben quasi über Nacht weggebrochen. Auf der anderen Seite haben

Können Sie einige Trends bzw. Faktoren nennen, die das Fleischerhandwerk 2022 maßgeblich prägen werden?

Herr Dippel, wie wird sich das Fleischerhandwerk 2022 entwickeln?



Der Robby (re.) unterstützt Handwerksbetriebe dabei neue Produktideen flexibel umzusetzen.



Wie bereits erwähnt, wird der Mangel an Fachkräften und Personal im Verkauf und in der Produktion ein Faktor in der Branche 2022 sein. Dazu kommt das Thema Preissteigerungen, z. B. in den Bereichen Energie, Logistik und Rohstoffe. Maßgeblich werden auch der Klimawandel und der Umgang damit die Handwerksbetriebe prägen. Hinzu kommen Themen wie Regionalität, Fleischqualität aber auch Fleischersatzprodukte. Nicht zu vergessen sind die Faktoren Nachhaltigkeit und Tierwohl.

Welche Produktinnovationen helfen Fleischern bei der Bewältigung der Herausforderungen?

Produktivität ist im Handwerk auch eine Frage von schneller Rüstfähigkeit, Flexibilität und zügiger Reinigung der Maschinen. Wir bieten Lösungen, die sich in verschiedenen Produktionsbereichen flexibel einsetzen lassen. So können Metzger*innen mit unseren Maschinen verschiedene Produkte und Produktgruppen herstellen. Neben dem klassischen breiten Wurstsortiment von Brühwurst über Rohwurst bis hin zu Kochwürsten ermög-

licht das Vemag-Vorsatzgeräte-Programm eine flexible Anpassung an die Nachfrage, etwa nach geformten Produkten wie frischen Fleischbällchen, Burgern und vielen weiteren Ideen.

Haben Sie rückblickend auf das Jahr 2021 Trends im Fleischerhandwerk beobachtet?

Ja, Konsumenten fragten im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie besonders Produkte im Glas oder in der Dose nach. Hier bieten wir unseren Kunden Lösungen zum grammgenauen Portionieren an, um Gläser oder Dosen gleichmäßig und ohne Nachtropfen und Randverschmutzung zu befüllen.

Ene andere Frage: Welche Eindrücke konnten Sie während der SÜFFA 2021 sammeln?

Das persönliche Treffen auf der Messe in Stuttgart war sehr wichtig. Die Qualität der Besucher war gut und wir merken, dass der Investitionsbedarf in der Branche vorhanden ist. Daher freuen wir uns schon auf die IFFA 2022. Im Moment laufen die Vorbereitungen auf die Messe und die Feinabstimmungen un-

terer neuen Maschinen und Vorsatzgeräte auf Hochtouren. Und natürlich freuen wir uns auf das Event und den Austausch mit den Fachbesuchern. Alternativ können Interessenten uns gerne in unserem Kundencenter in Verden besuchen oder sich individuell Lösungen online von uns vorführen lassen. Dabei kann der Kunde sich „live und online“ seine Maschinen und Produktionsabläufe anschauen und direkt mit den Spezialisten in Verden kommunizieren.

Nehmen die Handwerksbetriebe dieses Angebot an?

Gerade der Bereich der Online-Vorführungen ist auch bedingt durch die Corona-Pandemie besonders gefragt. Deshalb wurde massiv in neues Equipment wie Kameras, Hard- und Software sowie professionelles Licht investiert. Diese Investitionen haben sich gelohnt: Über 170 Live-Übertragungen, Schulungen und Präsentationen fanden 2021 statt. Die Nachfrage ist weiter hoch und wir freuen uns auf weitere Anfragen. **Vielen Dank für das Interview.** www.vemag.de

DIE FLEISCHER APP
Vorbestellen und noch mehr mit der neuen App für Fleischereien.

- + Vorbestellen! + Angebote & Mittagstisch + Push Funktion + Digitale Kundenkarte +
- + Rezepte + inkl. Drucker für Bestelleingänge +

Alle Infos gibt es auf www.diefleischerapp.de





FEINES AUS DEM RAUCH

Energieeffiziente Räuchertechnik sorgt nicht nur für schmackhafte und in der Produktqualität gleichbleibende Ergebnisse, sie spart auch wertvolle Ressourcen ein und senkt die Kosten.

Die *Spessart-Metzgerei Häuser* wurde von Metzgermeister Herbert Häuser 1952 in Laufach gegründet. Der Familienbetrieb produziert seither Fleisch- und Wurstwaren, wuchs kontinuierlich und entwickelte sich mit 17 Verkaufsstellen, einer modernen Wurstmanufaktur sowie einem leistungsfähigen Catering zu einem der führenden Unternehmen seiner Zunft in der Region rund um Aschaffenburg. Regionalität und Nachhaltigkeit zählt die Metzgerei zu ihren elementaren Erfolgsfaktoren. Eine sorgfältige Fleischauswahl sowie traditionelle Rezepturen garantieren Frische und eine hohe Qualität. Viele Mitarbeiter werden im Betrieb ausgebildet und so an die Unternehmensphilosophie herangeführt. Inzwischen beschäftigen die Geschäftsführer Marco und Harald Häuser über 250 Fachleute in den unterschiedlichen Unternehmensbereichen. 2016 investierte

das Unternehmen in neue Anlagen von *Reich Thermoprozesstechnik*. Darunter ist auch ein *Airmaster® IC InterCooler*, der etwa die Herstellung von Würstchen im Naturdarm verkürzt, vereinfacht und ein saftigpralles Endprodukt verspricht. Diese Anlage ist eine Weiterentwicklung der Universal-räucheranlagen. Sie kombiniert die Funktionen und Eigenschaften einer solchen mit der einer Intensivkühlanlage. Die Hybrid-

Anlage realisiert alle thermischen Prozesse wie Rösten, Trocknen, Räuchern, Kochen, Duschen oder Intensivkühlen in einer Maschine.

PRALL UND SAFTIG

Im Vergleich zu einer Universal-räucheranlage mit separater Intensivkühlanlage ist der *Airmaster IC InterCooler* laut Hersteller eine preiswerte Lösung. Ähnliches gilt im Vergleich mit halbkontinuierlichen Anlagen mit Trans-



Kerres Anlagensysteme

portsystemen und getrennten Zonen für Heißrauch- und Kühlprozesse. Bei der Reich-Anlage entfällt auch das manuelle Verschieben der Rauchwagen mit einem aufwändigen, wartungsintensiven, teuren und bisweilen störungsanfälligen Transportsystem. Die für Anlagen dieses Herstellers charakteristische hohe Umluft- und Frischluftleistung, ergänzt um eine intelligente Luftführung, führt in kürzester Zeit zur gleichmäßigen Trocknung der Produkte. Durch die schnelle und gleichmäßige Behandlung wird nur der technologisch nötige Gewichtsverlust erzielt, wichtige Qualitätsmerkmale wie Prallheit (keine Falten) und Saftigkeit sind deutlich verbessert. Vor allem bei Naturdarmware im Brühwurstbereich führt das zu geringeren Gewichtsverlusten, verbunden mit den wirtschaftlichen und qualitativen Vorteilen eines mikrobiologisch sicheren thermischen Prozesses.

Neben dem Heißräuchern mit anschließender Intensivkühlung können durch entsprechende Regelung der integrierten Kühlung zusätzlich Kaltrauchprozesse durchgeführt werden. Auf den Punkt abgekühlte Produkte lassen sich sofort schneiden und/oder verpacken und müssen nicht mehr in Kühlräumen unter undefinierten Bedingungen geparkt werden. „Mit dem Inter Cooler haben wir eine hervorragende Investition in die Qualität unserer Produkte gemacht. Bei unseren Kernprodukten wie Wiener, Fleisch- oder Rindswurst in dünnkalibrigen Naturdärmen haben wir neben der Sensorik auch die Wirtschaftlichkeit und Frische nachhaltig verbessern können“, ist Marco Häuser, überzeugt.

KOMPAKTE ANLAGEN

Eine der erfolgreichsten Linien des österreichischen Unternehmens *Sorgo* aus Klagenfurt ist die Kompaktklasse. Die Baureihe umfasst Heißrauchanlagen für das Fleischerhandwerk der Typenreihe 1900, 2500 und 3000. Die steckerfertigen Kompaktanlagen eignen sich zum Trocknen, Heiß- und Kalträuchern, Kochen, Braten, Reifen und Klimatisieren von Wurst- und Fleischwaren. Hohe Leistungsfähigkeit, rationelle Arbeitsweise und energiesparende Technik machen die Anlagen zum Hit für kleine und mittlere Betriebe. 2016 etwa installierte das Unternehmen in der *Fleischerei Bien* in Jossgrund in Hessen eine neue Räucheranlage. In Betrieb gingen damals eine einreihige Kaltrauchanlage mit Reiberaucherzeuger für drei Rauchwagen sowie eine Reifeanlage in einem speziell dafür vorgesehenen Reiferaum, in dem die Ahle Wurst bis zu fünf Wochen reift. Vorteile sind laut Metzgermeister Michael Bien die Steuerung beider Anlagen über ein Display, das Datenaufzeichnungssystem sowie die Wiederverwertung der eingesetzten Ressourcen. Für die Herstellung naturgereifter Produkte wie Salami mit Edelschimmel oder Rohschinken (geräuchert, luftgetrocknet) gibt es speziell abgestimmte Lösungen. Das angewandte Klima-Reife-System in Verbindung mit Enthalpie-Nutzung verbessert den Fermentierungsprozess. Die Klimavortrocknungs-/Kaltrauch- und Reifeanlagen werden je nach Behandlungskriterium – vor allem bei luftgetrockneter Ware – entweder als Zwei- oder Vier-Wege-Klimasystem ausgelegt. Reiferäume werden je nach Anwendungsbereich individuell geplant.



▲ *Fleischerei Bien*



◀ *Spessart-Metzgerei Häuser*

HYBRID-TECHNIK

Eine Vielzahl individueller und kundengerichteter Lösungen bietet *Kerres Anlagensysteme* an, wenn es um die wirtschaftliche und umweltgerechte Wärmebehandlung von Lebensmitteln geht. Ob Kombischrank CS 350 mit bis zu 50 kg Fassungsvermögen, Universalanlagen zum Räuchern und Kochen, Kochkessel mit 250 bis 1.000 l Kesselinhalt, Koch-, Back- und Bratanlagen oder Intensiv-Kühlanlage – der Hersteller verspricht nicht nur geschmacklich hervorragende, sichere und geschäftlich erfolgreiche Produkte, sondern dass auch das Betriebsergebnis stimmt. Ein Beispiel für die neue Technik der Wertanlagen ist das Hybrid-Luftumwälzungssystem mit Wechselklappen für Universal-Rauch-Koch- und Backanlagen. Damit zirkuliert die Umluft bei jedem Prozess vertikal und horizontal, wodurch bis zu 30 % kürzere Prozesszeiten, höherer Output, Energieersparnis, weniger Gewichtsverlust und Gleichmäßigkeit bei hoher Wagenbeladung erreicht werden. Die Beladung kann hängend oder liegend auf den Rauchwagen erfolgen. So lassen sich in den Anlagen z. B. auch Beef Jerky oder Minisalami mit bis zu 38 Auflagen behandeln. Durch den modularen Systemaufbau kann die Anlage nach Bedarf jederzeit für eine höhere Produktionsauslastung erweitert werden. Die Klimaanlagen schließlich veredeln Fleisch-, Fisch-, Käse und Wurstprodukte vollautomatisch und schonend. Innovative Technik steuert den Reifeprozess präzise und produktgemäß. Hier sind Größen von einem bis 150 Wagen sowie alle gängigen Arten der Beheizung sowie Kühlmittel möglich.

Das Hybrid-Luftumwälzungssystem mit Wechselklappen für Universal-Rauch-Koch- und Backanlagen. Damit zirkuliert die Umluft bei jedem Prozess vertikal und horizontal, wodurch bis zu 30 % kürzere Prozesszeiten, höherer Output, Energieersparnis, weniger Gewichtsverlust und Gleichmäßigkeit bei hoher Wagenbeladung erreicht werden. Die Beladung kann hängend oder liegend auf den Rauchwagen erfolgen. So lassen sich in den Anlagen z. B. auch Beef Jerky oder Minisalami mit bis zu 38 Auflagen behandeln. Durch den modularen Systemaufbau kann die Anlage nach Bedarf jederzeit für eine höhere Produktionsauslastung erweitert werden. Die Klimaanlagen schließlich veredeln Fleisch-, Fisch-, Käse und Wurstprodukte vollautomatisch und schonend. Innovative Technik steuert den Reifeprozess präzise und produktgemäß. Hier sind Größen von einem bis 150 Wagen sowie alle gängigen Arten der Beheizung sowie Kühlmittel möglich.

Nützliche Links

www.fleischerei-bien.de, www.metzgereihaeuser.de,
www.kerres-group.de, www.reich-germany.de, www.sorgo.at



FLEISCHHAKEN REINIGEN

Fleischtransporthaken müssen absolut hygienisch sauber sein. Eine Hakenvorwäsche, die auch in ein bestehendes System integriert werden kann, leistet einen Beitrag zur nachhaltigen Optimierung eines Betriebs.

Seit über 25 Jahren haben sich Ultraschallanlagen der Cleanmaster Serie von Höcker in Unternehmen der Fleisch- und Lebensmittelindustrie weltweit etabliert. Mit der neu entwickelten Hakenvorwäsche wird die Reinigung noch effizienter – und das, ohne dass eine bestehende Anlage ersetzt werden muss. „Eine Ergänzung um die Hakenvorwäsche ist die ideale Lösung, wenn durch Vergrößerung des Betriebes oder Prozessoptimierung mehr Leistung gefordert ist oder die Haken stark verschmutzt sind“, sagt Höcker-Geschäftsführer Benjamin Höcker.

Als Beispiel nennt er einen Kunden, der die Schlachtzahl der Schweine in seinem Schlachthof durch Erweiterung, Modernisierung und Optimierung der Abläufe so steigern konnte, dass die Leistung der Hakenwaschanlage nicht mehr ausreichte. Als diese dort vor 15 Jahren installiert wurde, war die Leistung von 600 Stück/Stunde für die Produktion mehr als ausreichend. Jetzt sollte die Stückzahl an die vergrößerte Produktion angepasst werden, ohne die bestehende Ultraschall-Hakenwaschanlage zu ersetzen, da sie reibungslos funktioniert und perfekt in den Produktionsprozess eingebunden war.

ERGÄNZEN STATT ERSETZEN

Um die Zeit im Ultraschallbad zu verkürzen und trotzdem das beste Reinigungsergebnis zu gewährleisten, entwickelte Höcker die Hakenvorwäsche. Die Idee dahinter ist, dass das Reinigungsmittel Haken-Clean mehr Zeit hat, einzuwirken und so Fette und Verunreinigungen schon vor dem Eintauchen der Haken ins Ultraschallbad löst. Dafür gibt es ein Düsensystem mit passendem Sprühbild, das die verschmutzten Unterhaken vor der eigentlichen Reinigung vorbehandelt. Hakenvorreinigung und -waschanlage sind so konstruiert, dass sie durch dasselbe Reinigungsmittelfass gespeist werden. Das spart Platz und ist sicherer, da kein zusätzlicher Chemiebehälter im Produktionsbereich des Schlachthofes aufgestellt werden muss. So entstand ein geschlossener Kreislauf, da überschüssiges Reinigungsmittel in dasselbe Fass zurückgeleitet wird. Da die vorhandene Hakenwaschanlage mit einem Leerhakensystem verbunden war, konnte die neuentwickelte Hakenvorwäsche leicht ins vorhandene Fördersystem integriert werden. Vorab wurde die Hakenwaschanlage im Zuge einer Wartung auf das optimale Reinigungsergebnis gebracht. Sobald der Förderer vor der Waschanlage mit Haken gefüllt wird, startet die Vorwäsche automatisch. Durch die Einwirkzeit in der Hakenvorwäsche ist auch die Tauchzeit im Ultraschallbad geringer und die Reinigungszahl stieg auf 800 Stück/Stunde.

SAUBERE GESAMTLÖSUNG

Um die zu erwartenden Reinigungsergebnisse zu überprüfen, wurden vor dem Start der erweiterten Anlage Fleischhaken einer Fremdspedition angeliefert: Das Reinigungsergebnis überzeugte, der Test zeigte aber eine zusätzliche Herausforderung: Bei der Prüfung fiel auf, dass die Stückzahl der Haken durch die Lieferanten nicht immer exakt übermittelt werden. Auch dafür lieferte Höcker mit der Checkmaster Haken-Eingangskontrolle und -Zählung eine Lösung. Der Kunde konnte so nicht nur die Kapazität seiner Anlage steigern, sondern weiß nun immer genau, wie viele Haken sich im Schlachthof befinden – nicht nur zur Reinigung. www.hoecker.de

fleisch net.de

Schauen Sie selbst mal rein!
www.fleischnet.de

Wöchentlich die aktuellen Schlachtviehpreise!

Weniger Antibiotika im Einsatz

KUNSTSTOFF-SPÜLKUNST

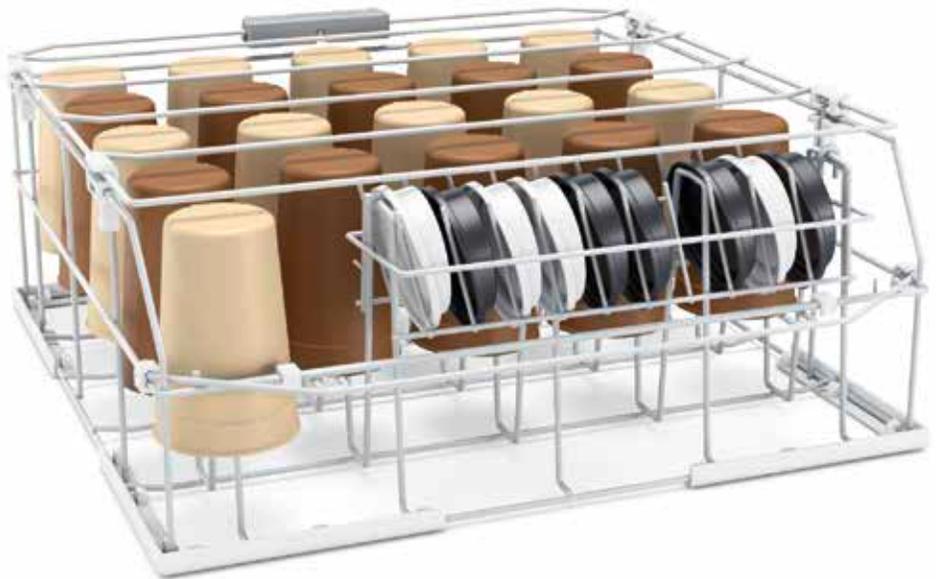
Mehrwegbehältnisse, vor allem aus Kunststoff, boomen, lassen sich aber nicht so problemlos spülen wie Porzellan. Welche Lösungen haben Spülmaschinenhersteller? Und was raten Hygiene-Experten?

Der Becher liegt waagrecht, halb mit Wasser vollgelaufen im Spülkorb, der Dichtdeckel hat in der Vertiefung Restwasser – ein nicht ungewöhnliches Szenario, werden Kunststoffbecher und passende Deckel herkömmlich maschinell gespült. Grund sind das geringe Eigengewicht und die schlechte Trocknung von Kunststoffartikeln – bekannte Eigenschaften, für die es bewährte und angesichts des Mehrwegbooms viele neue professionelle Spüllösungen gibt.

PROBLEM TROCKNUNG

Die schlechte Trocknung liegt darin begründet, dass die Eigenwärme des Spülgutes für die Trocknung nicht ausreicht bzw. fehlt. Entsprechend nennt Ralf Burger, Produktmanager bei *Palux*, als eine Stellschraube des klassischen Sinnerschen Kreises, die Möglichkeit die Spül- und Nachspültemperatur etwas zu erhöhen. Zu diesem „Trick“ greifen auch spezielle Kunststoffspülprogramme, wie es sie etwa von Winterhalter für die Untertisch-, Hauben- und Gerätespülmaschinen gibt. Doch Achtung: „Gläser sollten dann auf keinen Fall mitgespült werden, da wir hier mit 87°C spülen. Porzellan kann bei unserem Kunststoffprogramm unbedingt mitgespült werden“, erläutert Jörg Forderer, Leiter Produktschulung Deutschland bei *Winterhalter*.

Auch sollten die Mehrwegbecher so konzipiert sein, dass sie diesen kurzzeitigen Spültemperaturen von 65°C bis knapp unter 90°C standhalten – und damit auch in Sachen hygienischer Reinigung, Stichwort Viren, auf der sicheren Seite sind. „Die meisten Kunststoffteile verkraften diese Temperaturen ohne Schwierigkeiten, es gilt jedoch immer, die Angaben des Herstellers zu beachten“, ergänzt Ralf Burger.



AUGEN AUF VOR DEM KAUF

Die Herstellerangaben und Materialeigenschaften sollten laut André Funke von *Ecolab*, wenn möglich, sogar bereits bei der Produktauswahl genau unter die Lupe genommen werden:

Tipps zum Kunststoffspülen

- Zeitnah spülen, um Schimmelbildung zu vermeiden
- Speziellen Klarspüler verwenden, ggf. Reiniger anpassen (je nach Material)
- Falls möglich, spezielle Kunststoffspülprogramme wählen (oder Spül-/Nachspültemperatur erhöhen), dann aber glasfrei bestücken
- In spezielle Körbe einsortieren und/oder durch Gitter abdecken
- Teile beim Einsortieren nicht verspannen
- Evtl. Wasserdruck reduzieren
- Restfeuchte nicht mit Geschirrtuch aufnehmen; stattdessen besser ausklopfen und auf Einmaltuch in sauberer Umgebung lufttrocknen lassen
- Bei mikrobiologische Eigenkontrollen des Spülguts heikle Kunststoffartikel, wie Dichtdeckel, verstärkt berücksichtigen
- Material regelmäßig kontrollieren; wird die Oberfläche rau, zerkratzt oder gar rissig, dann aussortieren!

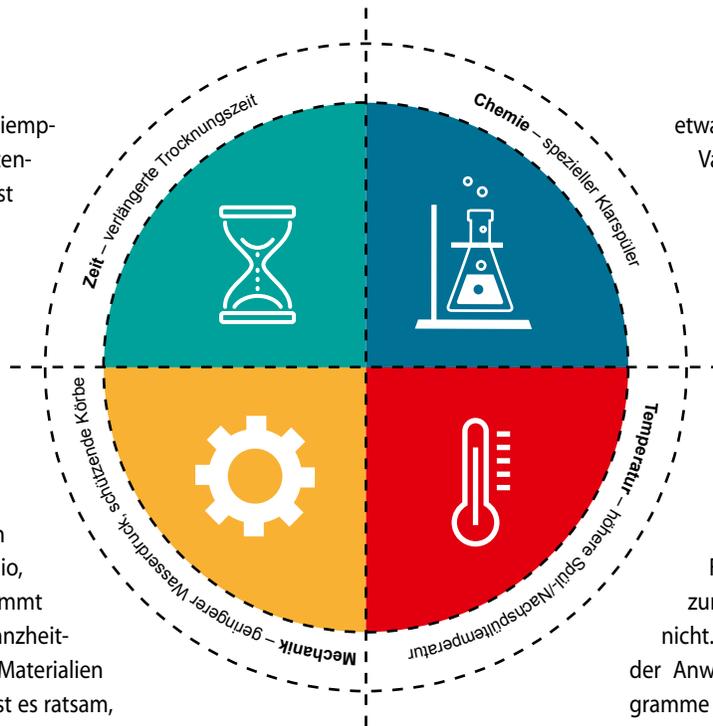
Mehr Details hat der Arbeitskreis Gewerbliches Geschirrspülen auch in Kapitel 10 seines kostenlos herunterladbaren Handbuchs zusammengetragen: www.akggs.de/de/handbuch

„Wer erwägt, ein Mehrwegsystem einzuführen, dem empfehle ich, vorab Produktmuster anzufordern und ausgiebig zu testen. Verfärbt Tomatensauce das Material? Sind Bowls kratzfest? Ist das Design der Dichtdeckel hygienisch – kann also Wasser mühelos rein- und rausfließen?“, veranschaulicht der Chemieexperte, der derartige Spül- und Materialtests auch begleitet. Großes Augenmerk aufs Design zu legen – aber nicht im optischen Sinne, empfiehlt auch Björn Geromiller, Leiter Key Account Management *Meiko Deutschland*: „Das Trocknen von Kunststoff hängt auch von den Geometrien der zu waschenden Utensilien ab. Oft gibt es passende Lösungen – etwa Körbe mit Schrägstellern, die das Restwasser abfließen lassen. Bei ausgefallenem Spülgut mit extremen Vertiefungen gelingt das nicht immer und ein manuelles Eingreifen, wie Abschütteln, ist notwendig.“ Daher lautet sein Rat, „vor der Anschaffung von tausenden von Bechern oder Bowls darüber nachzudenken, wie diese hygienisch gespült werden können – und dabei mal mit dem Spültechnikhersteller zu sprechen. Denn Hygienesicherheit geht vor Design.“

SPEZIELLE CHEMIE

Die Beschaffenheit der Becher sollte auch im Hinblick auf die Reinigungschemie, der zweiten Stellschraube des Sinnerschen Kreises beim Kunststoffspülen, geprüft werden. Man-

che Kunststoffe sind etwa alkaliempfindlich und vertragen keine Intensivreiniger. Bei Melamin-Geschirr ist bei einem Kontakt mit chlorhaltigen Reinigern mit einer gelben Verfärbung zu rechnen. Den Klarspüler zu wechseln, ist zu empfehlen, da er die schlechte Benetzbarkeit herabsetzt und so den Trocknungsprozess von Kunststoff erheblich fördert. Die Spülmaschinenspezialisten Hobart und Winterhalter etwa haben dafür eigene Produkte im Portfolio, die auf die Maschinen abgestimmt sind. Will man den Spülprozess ganzheitlich auf die Maschine, spezielle Materialien und die Wasserhärte abstimmen, ist es ratsam, den Kontakt zu einem Chemiespezialisten zu suchen. „Unser Portfolio bietet wesentlich mehr Möglichkeiten individuell zu reagieren und Schäden wie Spannungsrißkorrosion an Polycarbonatgläsern oder dem Übersäumen der Maschine vorzubeugen“, konkretisiert André Funke. „Ist es unvermeidbar, dass Trinkbecher, wie sie bei Konzerten zum Einsatz



etwa die variable Wasserdruckregulierung VarioPower, mit der alle Untertisch-, Hauben- und Gerätespülmaschinen von Winterhalter serienmäßig ausgestattet sind. „Im Display kann ein Spülprogramm speziell für Kunststoffteile hinterlegt werden. Vario Power passt den Spüldruck dann an. Aber auch Reiniger- und Klarspülerdosierung, Temperatur und Spülzeit sind dann speziell auf das Spülen und die Trocknung von Kunststoff eingestellt“, erklärt Jörg Forderer. Ein spezielles Programm zum Kunststoffspülen gibt es bei Hobart nicht. „Für das Spülen dieser Becher kann der Anwender die herkömmlichen Spülprogramme Kurz, Standard oder Intensiv nutzen“, berichtet Markus Bau von Hobart.

Um sich mikrobiologisch abzusichern, hat Winterhalter für seinen Kunststoffspülprozess einen mikrobiologischen Test – analog den Vorgaben DIN SPEC 10534:2012-08 – beauftragt. Dabei wurden Kunststoff-Trinkbecher unter definierten Bedingungen mit dem Testkeim *Enterococcus faecium* kontaminiert und auf eine hinreichende Reinigung und Keimaktivierung durch den Spülprozess geprüft. Zusätzlich wurde geprüft, inwieweit auf bzw. in den gespülten Bechern eine Keimvermehrung erfolgt, sofern diese nach dem Spülen gestapelt gelagert werden. Nach einer Trocknungsphase von zwei Minuten außerhalb der Maschine wurden die Becher gestapelt. „Auch nach sieben Tagen konnte in den gestapelten Bechern keine Keimvermehrung festgestellt werden“, resümiert Jörg Forderer.

Fazit: „Grundsätzlich ist das Thema Kunststoffspülen nicht neu. Im Regelfall ist das Umstellen auf Kunststoffgeschirr schnell und ohne große Investitionen umsetzbar“, sagt Jörg Forderer. „Und mit dem richtigen System und der korrekten Anwendung kommt das Kunststoffspülgut trocken aus der Maschine, kann gestapelt oder direkt weiterverwendet werden“, ergänzt er. Eine entsprechende Beratung im Vorfeld sei dabei aber ein wichtiger Baustein, wie Björn Geromiller von Meiko betont. Wenn alle Beteiligten an einem Strang ziehen, gelingt es, dass Mehrwegbecher trotz häufigem Spülen möglichst lange verwendet werden. Und so letzten Endes das nachhaltige Ziel erfüllen, umweltfreundlicher als Einwegbecher zu sein.

kommen, nicht zeitnah gespült werden, können wir desinfizierende Komponenten zudosieren, die materialverträglich sind“, ergänzt er.

PASSENDE KÖRBE

Wichtig für ein trockenes Spülergebnis sind auch die passenden Körbe. „Das Spülgut sollte so darin platziert werden, dass sich nirgends Wasser sammeln kann. Um die passenden Körbe zu definieren, führen wir mit unseren Kunden eine Spülgutanalyse durch. Und wir bieten Unterweisungen und Schulungen für das Spülpersonal an“, sagt Jörg Forderer von Winterhalter. Für Mehrwegbecher haben Hobart und Winterhalter spezielle Körbe, eingebettet in passende Spülkonzepte, entwickelt. So empfiehlt Hobart den Mehrwegbecherkorb, der Platz für 25 Becher bietet, in Kombination mit den Premax Untertischspülmaschinen GP/FP und deren spezieller Trocknung. Die Kunststoffkorbmodelle von Winterhalter sind ebenfalls ausgelegt auf Untertischmodelle (UC-M, UC-L) passen aber auch in die Korbtransportspülmaschinen. Darüber hinaus hat Winterhalter spezielle Korbeinsätze für Dichtdeckel von Mehrwegbechern im Programm. „Durch die Positionierung der Becher und Deckel ist kein Restwasser vorhanden“, betont Jörg Forderer.

PROBLEM EIGENGEWICHT

Damit leichte Kunststoffteile nicht umkippen und mit Wasser volllaufen, empfiehlt es sich zudem, sie mit wenig Druck zu spülen – also an der mechanischen Stellschraube des Sinnerkreises zu drehen. Möglich macht das

Exkurs: Flaschenspülen

Selbst gesprudeltetes Leitungswasser, ausgedient in einer gebrandeten Flasche, liegt im Trend. Doch derartige Glasflaschen sind maschinell sehr schwer hygienisch zu spülen. Daher haben einige Hersteller spezielle Flaschenspülssysteme entwickelt. Dabei werden i.d.R. leicht zu installierende Adapter und/oder Flaschenkörbe gegen den Standard-Wascharm ausgetauscht. Spezialdüsen spritzen so die Waschlauge direkt in die Flaschen. Je nach Hersteller und Modell können so acht (Winterhalter UC-Serie), zwölf (Hobart Untertischspülmaschinen) oder sogar 16 Flaschen (Meiko; Miele Frischwasserspüler und ProfiLine) gleichzeitig gereinigt werden. Die Spüldauer reicht dabei von ca. einer Minute (Winterhalter) bis hin zu 17 Minuten (Miele ProfiLine).

Zur Sicherung der Hygiene gibt es verschiedene Ansätze. Die Frischwasser-Spülssysteme von Miele führen nach jeder Spülphase frisches Wasser zu. Meiko setzt ein getrenntes Wasch- und Nachspülssystem ein, um Waschlauge-Rückstände zu vermeiden. Bei Hobart gewährleistet ein zusätzlicher Drahtaufsatz, dass auch Flaschen mit einem geringen Durchmesser in der richtigen Position bleiben, damit der Wasserstrahl der trichterförmigen Düsen jeden Winkel im Inneren der Flasche erreichen kann.

Claudia Kirchner



DAS „ABC“ DES EINKAUFES

Die ABC-Analyse als kleines 1x1 der Datenauswertung gibt einen schnellen und guten Überblick, wo nachjustiert werden muss, um die Kosten zu senken, die den größten Einfluss auf den Unternehmenserfolg haben.

Gestiegene Preise machen generell vielen Betrieben aktuell zusätzlich zu den Herausforderungen rund um Corona zu schaffen. Auf der Suche nach Stellschrauben für eine Kostenreduzierung sollte man auch den Einkauf prüfen. Denn hier lassen sich dauerhafte Maßnahmen schnell ermitteln, anschaulich gegenüberstellen und kurzfristig umsetzen. Die verbesserten Einkaufskonditionen haben direkten Einfluss auf die Rentabilität des Unternehmens oder Betriebs. Die Arbeit im Einkauf besteht aus der Beschaffung von Waren (Fleisch, Gewürze, Gemüse etc.) oder Dienstleistungen (Reinigung, Instandhaltung, etc.). Diese sollten in der gewünschten Qualität, der bestellten Menge, zum bestmöglichen Preis und zur benötigten Zeit vor Ort sein.

Im Wesentlichen gibt es fünf Möglichkeiten um den Einkaufspreis zu verbessern, die im Folgenden näher erläutert werden:

Ansatzpunkt Einkaufspreis

- Nachverhandlungen mit Bestandslieferanten
- Bündelung von Bedarfen auf einen Lieferanten
- Konsequente, regelmäßige Ausschreibungen
- Schaffung von Transparenz (ABC-Analyse)
- Einbeziehung mehrerer Lieferanten

1. NACHVERHANDLUNGEN

Dies ist das einfachste und schnellste Mittel, um die Einkaufskonditionen zu verbessern. Abgesehen vom Preis gibt es dabei noch andere Faktoren, die mit dem Lieferanten vereinbart werden können, wie Jahresrückvergütung, längere Zahlungsbedingungen oder ein Skonto. Einige Industriepartner zahlen, rückwirkend, je nach Umsatz einen Werbekostenzuschuss. Hierbei handelt es sich um indirekte

Faktoren, die sich weniger auf die Rentabilität auswirken, sondern auf die Liquidität.

2. BÜNDELUNG VON BEDARFEN

Beim Zusammenfassen von Einkaufsvolumen auf einen Lieferanten gilt es Vor- und Nachteile abzuwägen. Der Lieferant bietet einerseits Top-Konditionen, je mehr bei ihm bestellt wird. Andererseits begibt sich der Betrieb in eine Abhängigkeit und der ständige Preisvergleich mit anderen fehlt. Sollte es zu Warengpässen, Qualitätsproblemen oder einer Insolvenz kommen, gibt es kurzfristige Schwierigkeiten. Schnelle Lösungen, um partnerschaftliche Lieferantenbeziehungen aufzubauen sind möglich, bleiben aber leider die Ausnahme. Bei frischen Lebensmitteln haben sich zwei oder drei Lieferanten je Warengruppe etabliert und sind verbreitet. So entsteht stetiger Wettbewerb, es bleibt übersichtlich und das Risiko ist verteilt. Bei einem Ausfall entstehen keine

1. SCHRITT ABC-ANALYSE

Produkt	Kosten pro Einheit (KpE) in €	Jahresverbrauch (Jvb)	Ergebnis in € von KpE x Jvb	%-Anteil am Gesamtverbrauch
101	5	480	2.400	32,53
102	11	20	220	2,98
103	15	3	45	0,61
104	8	8	64	0,87
105	7	48	336	4,55
106	16	12	192	2,60
107	20	180	3.600	48,79
108	4	3	12	0,16
109	9	50	450	6,10
110	12	5	60	0,81
Totaler Verbrauch:			7.379	100

Lieferprobleme und es kann mittelfristig ein neuer Lieferant aufgebaut und eingebunden werden.

Bei Markenartikeln, die in gewünschter Qualität bei diversen Händlern oder Grossisten gekauft werden können, genügt ein Lieferant, hier ist Verfügbarkeit und Betrachtungsweise eine andere. Stichprobenartige Preisvergleiche, wenn es möglich ist, machen Sinn.

Aber Achtung: Lieferanten sollten nicht ständig nur im Preis gedrückt werden. Sie müssen immer als Partner gesehen werden, die gleichermaßen von uns profitieren, wie wir von ihnen. Ein enges Verhältnis entscheidet so auch darüber, ob der Lieferant etwa an einem Wochenende kurzfristig liefert oder welchen

Kunden er bei Produktionsengpässen bevorzugt.

Einige Risiken können sicher durch eine Streuung des Bedarfs verteilt werden. Zusätzlich sind langfristige Lieferanten „Problemlöser“, die unbefangen und ohne Vorurteile interne Prozesse bewerten, analysieren und gute Lösungsansätze anbieten.

Die Lieferantenbündelung ist ein schmaler Grat, der zu bewältigen ist. Besonders langfristige und eingespielte Partnerschaften, die gekündigt werden, müssen kosten- und zeitintensiv neu aufgebaut werden. Trotzdem benötigt ein Unternehmer durch einen fairen Konkurrenzkampf dauerhaft marktgerechte Preise.

3. AUSSCHREIBUNGEN

Ausschreibungen haben den großen Vorteil, dass der Markt regelmäßig sondiert wird, zusätzlich setzt man sich bewusst mit seinem Portfolio auseinander. Doch die wichtigsten Lieferanten jährlich zu einer Ausschreibung zu bewegen, bringt keinen signifikanten Vorteil. Das führt eher zu Unstimmigkeiten. Falls ein Lieferant nicht teilnimmt und er trotzdem weiter liefert, schwächt das Vorgehen die eigene Verhandlungsposition. Ausschreibungen sollten daher gezielt und mit Bedacht durchgeführt werden. Bei einer Zwei- bis Drei-Lieferantenstrategie kann sehr gut ein Lieferant ausgetauscht werden, um den Wettbewerb der Etablierten zu beleben.

4. TRANSPARENZ SCHAFFEN PER ABC

Egal, ob bei einer Ausschreibung oder einer Verhandlung mit Lieferanten, ohne Transparenz in der Datenbasis gibt es kein Ergebnis. Um einen guten Überblick zu bekommen, eignet sich als aussagekräftiges Tool die ABC-Analyse. Damit können große Datenmengen klassifiziert und bewertet werden. Auf der Grundlage des Ergebnisses kann bestimmt werden, welche Produkte, Materialien, Dienstleistungen oder Warengruppen als Erstes betrachtet werden, um den größtmöglichen, positiven Einfluss aufs Unternehmensergebnis auszuweisen.

Unabhängigbar bei der Durchführung einer ABC-Analyse ist ein gut gepflegtes Warenwirtschaftssystem. Das sollte jeder Betrieb haben. Natürlich gibt es auch andere Möglichkeiten

2. SCHRITT ABC-ANALYSE

Produkt	Kosten pro Einheit (KpE) in €	Jahresverbrauch (Jvb)	Ergebnis in € von KpE x Jvb	%-Anteil am Gesamtverbrauch	Kumulierter %-Wert	Kategorie	Warengruppe
107	20	180	3.600	48,79	48,79	A	Fleisch
101	5	480	2.400	32,53	81,32	A	Obst & Gemüse
109	9	50	450	6,10	87,42	B	Grossist
105	7	48	336	4,55	91,97	B	Geflügel
102	11	20	220	2,98	94,95	B	Backwaren
106	16	12	192	2,60	97,55	C	Fisch
104	8	8	64	0,87	98,42	C	Fleisch
110	12	5	60	0,81	99,23	C	Geflügel
103	15	3	45	0,61	99,84	C	Backwaren
108	4	3	12	0,16	100,00	C	Fisch
Totaler Verbrauch:			7.379	100	100		

an die benötigten Informationen zu kommen. Diese sind aber umständlich, zeitintensiv, ungenau oder teuer.

Getrennt werden bei der Gegenüberstellung sollten: Food, Beverage, Non-Food und Investitionsgüter. Es kann eine Unterteilung in Warengruppen vorgenommen werden: Rind, Schwein und Geflügel bei Food gegenüber geringwertige Güter (GwG) und Verbrauchsmaterialien bei Non-Food. Bei Lieferantenverhandlungen ist das zielführend, da sich so beide auf die wichtigsten Positionen konzentrieren.

Bei Non-Food können Glas/Porzellan, geringwertige Güter (GwG) und Einwegartikel getrennt ausgewertet werden, wenn das Sortiment in der kompletten Breite ausgeschrieben und verhandelt werden soll. Zu beachten: Kommen individuelle Porzellan- und Glasserien zum Einsatz, wie in der Gastronomie üblich? Dann besteht sicher ein größeres Interesse an einer engen Lieferantenbindung als in einem Betrieb, der Standardporzellan verwendet. Denn wenn eine Porzellan- oder

Glasserie ausläuft, kann eine teure Neuausstattung nötig werden. In solchen Fällen sollten individuelle Vereinbarungen und Rahmenverträge mit den Herstellern unbedingt in Betracht gezogen werden. Auf den Teilbereich Investitionsgüter wird in einem späteren Teil dieser Serie eingegangen.

ABC-ANALYSE SCHRITT FÜR SCHRITT

Je nach Betrieb liegen die Schwerpunkte etwas anders. Im Fleischerhandwerk und der Fleischwirtschaft liegt das Hauptaugenmerk auf Fleisch und Geflügel. Zusätzlich ist ein guter Vertrag mit einem Kühltechniker vorteilhaft. Dieser sollte, wenn möglich, verpflichtende Servicezeiten bei eventuell auftretenden Ausfällen garantieren.

Für alle aber gilt: Je mehr Einkaufsvolumen, desto größer der Verhandlungshebel. Genau hier setzt die ABC-Analyse an. Mit ihrer Hilfe gelingt es, eine Wertigkeit in Warengruppen zu bringen und das weitere Vorgehen zu bestimmen. Die Auswertung erfolgt nun in drei Schritten.

1. Schritt (s.Tab.Seite 38 li.o.)

Im ersten Schritt muss eine Tabelle mit den jährlichen Mengen und Ausgaben in Euro erstellt werden. Die Werte sind dann mit den Mengen zu multiplizieren und in eine prozentuale Relation zum Gesamtwert zu setzen.

2. Schritt (s.Tab.Seite 38 li.u.)

Danach kann man zwei weitere Spalten einfügen. Eine für die kumulierten prozentualen Werte, die in diesem Fall vom größten Wert absteigend addiert werden, sowie eine weitere Spalte für die Klassifizierung nach A, B und C. Die Positionen, die zusammen 80 % des Einkaufsvolumens ausmachen, bekommen eine A-Klassifizierung, die Positionen, die kumuliert 80 bis 95 % des Einkaufsvolumens ausmachen, erhalten eine B-Klassifizierung, die restlichen 5 % sind C-Artikel. Dahinter kann noch ein Feld für Warengruppen eingefügt werden.

3. Schritt (s.Tab.S. 40)

Aufstellen nach Kategorien, anhand derer die nächsten Aktivitäten abgeleitet werden. Was



SORRY!
ABER WIR
KÖNNEN NUR
LECKER!

Wir entschuldigen uns bei allen Fleischern, deren Kunden und carneo-Lesern für unsere „heißen“ Food-Pinups. Wir können aber leider nur lecker! Deshalb übernehmen wir keine Haftung für die carneo-Nebenwirkungen wie plötzliche Fressattacken oder Fleischgelüste und deren Auswirkungen...

Euer carneo-Team

carneo[®]
Das Kundenmagazin des
Deutschen Fleischerhandwerks



Weitere Infos und Musterheft:

www.blmedien.de/carneo oder Tel. 02103/20444

Scan me

3. SCHRITT ABC-ANALYSE

Kategorie	Produkt	Anteil der Produkte	Anteil in % am Gesamtwert	Warengruppe
A	107,101	2	81,32	Fleisch, Obst & Gemüse
B	109, 105, 102	3	13,63	Grossist, Geflügel, Backwaren
C	106,104, 110, 103,108	5	5,05	Fisch, Fleisch, Geflügel, Backwaren, Fisch

hat Pareto damit zu tun? Nach dem Pareto-Prinzip bündeln sich auf 80 % des Einkaufsvolumens nur 20 % der Artikel. Das wird im Beispiel in Tab. zu Schritt 2 deutlich. Das weitaus größte Einkaufsvolumen (> 80 %) liegt bei zwei Artikeln und fünf Artikel haben nur einen Anteil von etwa 5 % am gesamten Einkaufsvolumen. Bei einer anstehenden Verhandlung sollte der Schwerpunkt auf den A-Artikeln liegen, da der Hebel zur Steigerung der Rentabilität am höchsten ist. C-Artikel sollten möglichst unkompliziert bezogen werden (s. Kasten rechts).

VORGEHEN BEI A-ARTIKELN

Von nur einem Lieferanten für A-Artikel ist meiner Auffassung her dringend abzuraten. Die Verteilung des Einkaufsvolumens kann, wie alles andere, nach „Pareto“ durchgeführt werden. Ein Lieferant ist der Hauptlieferant und bekommt den größten Anteil. Dabei findet, ob bewusst oder unbewusst, ein ständiger Wettbewerb beim Lieferanten statt. Der Hauptlieferant wird alles tun, um eben das zu bleiben: Er wird Preise stabil halten, neue Produkte vorstellen, pünktlich liefern, Hygierichtlinien einhalten und Vorschläge unterbreiten, um effektiver und besser zusammenzuarbeiten. Die Mitbewerber sehen Luft nach oben und werden im gleichen Bereich punkten wollen, um den Hauptlieferanten herauszufordern.

Alle befinden sich in einer komfortablen Situation und liefern. Einer will seine Position verteidigen, zwei andere wollen „ein größeres Stück vom Kuchen“ und werden den Wettbewerb annehmen. So fordern die Lieferanten sich gegenseitig heraus und von Seiten des Bedarfsträgers wird kein Druck aufgebaut.

Für Betriebe die nicht alles bei einem Grossisten einkaufen, macht es Sinn Rind, Schwein und Geflügel getrennt zu betrachten. Auf diese Weise kann mit einzelnen Lieferanten aus diesen Warengruppen verhandelt werden.

Beschaffung von A- und C-Artikeln im Vergleich

A-Artikel

- Regelmäßige Marktbeobachtung
- Stetige Qualitätskontrolle
- Preisvergleiche
- Lieferanten auditieren
- Sorgfältige Warenannahme

C-Artikel

- Vereinfachte Beschaffung über eKataloge
- Sammelrechnungen
- Skontovereinbarung
- Zahlungsziel verlängern

BEI C-ARTIKELN KAUM AUFWAND

Der Aufwand bei C-Artikeln sollte, wenn möglich, auf das Nötigste minimiert werden. Wer im Lebensmittelbereich mit regionalen Händlern arbeitet, kann bei der Beschaffung nicht auf elektronische Plattformen setzen. Kleine Betriebe und Händler bieten diese Möglichkeit der Beschaffung meist nicht an. Monatsrechnungen und eine Skonto-Vereinbarung sind für beide Seiten praktische und einfache Maßnahmen, um den Aufwand zu reduzieren. Viele Unternehmen haben sich auf eine schnelle und reibungslose Distribution im Non-Food-Bereich spezialisiert. Klassische, standardisierte, austauschbare Non-Food-Materialien wie GN-Behälter, Pappbecher, etc. können problemlos über einen Dienstleister bezogen werden, dessen Kerngeschäft das ist. Die meisten Artikel sind auf Lager, sodass eine große Bevorratung im eigenen Betrieb keinen Sinn macht. Unbenutzte Ware bindet Kapital, kostet Platz und somit Miete.

Die Bestellungs- und Rechnungsabwicklung sollte in diesem Fall so einfach wie möglich gehalten werden. Wer sich mit dem Bereich näher befassen möchte, führt bei den C-Artikeln eine Auswertung nach Pareto durch. Für die oberen 80 % wird mit dem Lieferanten

eine Preisbindung und Belieferung binnen 24 Stunden vereinbart, der Rest kann ignoriert werden.

B-Artikel werden im ersten Schritt nach dem Pareto-Prinzip 80/20 sortiert und je nach Wertigkeit A- oder C-Artikeln zugeordnet und als solche behandelt.

Alle Positionen und Kosten sollten bei der Auswertung unbedingt genauer betrachtet werden. Es gibt in vielen Betrieben Sonderposten, die über das Jahr auflaufen, für einmalige Veranstaltungen, die unter Umständen einen hohen Kostenanteil einnehmen, jedoch im nächsten Jahr nicht benötigt werden. Ein Einkaufserfolg bei einem Artikel, der nicht mehr gekauft wird, bringt nichts bei der gewünschten Zielerfüllung.

FAZIT

Wer Ausgaben senken möchte, muss im ersten Schritt eine Übersicht darüber erstellen, wo sie entstehen. Mit einer strukturierten Auswertung und einer Einteilung nach ABC lassen sich die Kostentreiber ermitteln. So wird bei einer Verhandlung der Fokus auf die Positionen gelegt, die den größten Einfluss auf den Wareneinsatz haben. Sebastian Heuser

Im nächsten Teil der Serie behandelt der Autor die Wettbewerbsstrategie nach dem Modell von Michael Porter, das sich auf viele Bereiche anwenden lässt. In jeder Branche bestimmen fünf konkurrierende Kräfte die Rivalität zwischen Wettbewerbern. Mehr dazu in FH 2/2022.



NEUE SERIE - Kosten unter Kontrolle

Der Autor: Sebastian Heuser bringt als Hotelbetriebswirt 15 Jahre praktische Erfahrung im Einkauf, Projektmanagement und Controlling im internationalen Umfeld mit, das er inzwischen als freier Journalist zu Papier bringt. In einer mehrteiligen Serie gibt er Tipps rund um Liquidität, Return on Invest usw.

Lesen Sie im nächsten Teil der Serie: Wettbewerbsstrategie nach Porter.



Mehr Lagerkapazität

Mit der steckerfertigen Bedien- und SB-Theke Comfort öffnet die Epta-Marke Eurocryor ein neues Kapitel in Sachen Kühlmöbel: Durch das integrierte Kälteaggregat muss sie nicht an eine externe Kälteanlage angeschlossen werden. Das natürliche Kältemittel Propan garantiert einen umweltschonenden Betrieb. Die Theke – Tiefen 830 und 910 mm Auslagefläche – gibt es als Kühltheke in der Temperaturklasse 3M1 für Fleisch und 3M2 für die Gastronomie, als Bedientheke für Backwaren, als Heißtheke und als Kassenmodul. Die Wanne besteht aus rostfreiem Edelstahl, die Vorderseite aus Glasflächen, die durch unauffällige Streben gestützt werden. Das Möbel ist in den Längen 93, 125, 156, 187, 250, 312 und 375 cm erhältlich. Für die Beleuchtung sorgen LEDs, bei denen im Glasaufbau zwischen den Farbtemperaturen 3.000 Kelvin (K), 4.000 K und Natur gewählt werden kann. Als Zubehör gibt es Schneidbretter, oder ein Nachrollo. www.epta-deutschland.com

Fotos: Epta Deutschland, Kohlhoff Hygienetechnik, Frutarom Savory Solutions/Adobe Stock © noirochocolate - stock.adobe.com, Bobby & Rettinger, Tork

Hygienekontrolle am Schwenktor

Für das Einbringen von Waren oder sperrigen Gütern mit Staplern, Hubwagen o.ä. in hygienesensible Bereiche, die, um einen Eintrag von Verunreinigungen zu verhindern, mit einer Zugangskontrolle ausgestattet werden müssen, ist das neue Automatik-Schwenktor von Kohlhoff Hygienetechnik eine nützliche Lösung. Es eignet sich vor allem für Feuchträume. Zur Überprüfung einer Zugangsberechtigung oder für die zuverlässige Durchführung notwendiger Hygienemaßnahmen kann es mit anderen Komponenten gekoppelt werden. Den Zugang in nachgelagerte Bereiche erlaubt das Tor erst, nachdem die dafür nötigen Hygienemaßnahmen durchgeführt wurden. www.kohlhoff-hygiene.de



Saisonale Suppen genießen

Wenn es herzhaft, gehaltvoll und köstlich sein soll, vertrauen viele auf Suppenspezialitäten aus der Metzgerküche. Leichter verdaulich als feste Nahrung und voller Geschmack und Energie, füllen sie den Magen und machen an kalten Tagen glücklich. Das breite Convenience Sortiment von Frutarom Savory Solutions bietet alles, um hochwertige Suppen herzustellen, z. B. eine Maronensuppe, gelingsicher produziert mit der kaltquellende Grundsauce Helle Sauce KQ. Exquisit wird diese

Suppe durch den Geschmack von Trüffel. Der feine Pilz ist in Form eines natürlichen Trüffelaromas universell einsetzbar. Conzentra Typ Trüffel verfeinert nicht nur Koch- und Rohpökelfwaren, Roh- oder Leberstreichwurst, sondern sorgt auch in der Metzgerküche für das gewisse Etwas – ohne Zugabe von Allergenen und Zusatzstoff Geschmacksverstärker. Abfüllen lässt sich die Suppe in die WI-Bar® und WI-Flex Wursthüllen aus dem Wiberg-Sortiment. Beide Qualitäten weisen gute Barrierewerte und Clip-Eigenschaften und wenig Rückschrumpfung auf. www.frutarom.eu

Frei einstellbarer Schaumteppich

Die automatische Durchgangsdesinfektion „JR-Foam“ von Bobby ist eine Lösung für schwierige und räumlich beengte Durchgangsbereiche in der Fleischproduktion, wo Hygieneschleusen, Desinfektionsbecken oder Räderdesinfektion nicht einsetzbar sind. Dort besprüht die Bobby-Anlage den Bodenbereich mit einem langanhaltenden und in seiner Konsistenz frei einstellbaren Schaumteppich. Dieser kann periodisch über eine Zeitregelung oder punktuell über einen Handtaster aufgefrischt werden. Optional ist die Ansteuerung über eine Lichtschranke im Durchgang möglich. Das System arbeitet völlig autark von vorhandenen Reinigungs- oder Pumpenanlagen und trägt so zu einer erhöhten Ausfallsicherheit im Betrieb bei. Es ist lediglich ein Hauswasseranschluss sowie ein 230V-Stromanschluss erforderlich. www.bobbyanlage.de



Gegen Bakterien und Viren

Antimikrobielle Seifen und Händedesinfektionsmittel sind ein wichtiger Bestandteil der Maßnahmen zur Infektionsprävention, doch die Inhaltsstoffe dieser Produkte müssen sicher und wirksam sein. Daher stellte die Hygienemarke Tork zwei neue alkoholfreie Produkte vor: Flüssigseife zur Händedekontamination und Alkoholfreier Händedesinfektionsschaum mit feuchtigkeitsspendender Formel. Als aktiver Wirkstoff ist darin 100 % pflanzenbasierte Milchsäure enthalten, die im menschlichen Körper natürlich vorkommt. Beide Produkte sind biologisch abbaubar, nachweislich wirksam gegen Bakterien und behüllte Viren (EN1499, EN1500, EN14476, begrenzt viruzid), sanft zur Haut und sichern neue Hygienestandards. Die



Flüssigseife ist mit dem S4-Spendersystem von Tork kompatibel, der Desinfektionsschaum mit anderen Tork-Spendern. Beide sind so leicht zu lagern und zu transportieren. www.tork.de/produkt-inspiration/unsere-seifenangebot

**TRANSPORTIEREN,
KÜHLEN,
VERKAUFEN.**

WÖRMANN
www.woermann.eu

QR Code

ca. 2000 Anhänger
500 Gebrauchte

FÜR ALLE EINSATZBEREICHE

WÖRMANN GmbH • Torstraße 29 • 85241 Hebertshausen • 08131/29278-0 • www.woermann.eu



Mehrwegschale mit Trennsteg

Für Speisen, die beim Transport nicht vermischt werden sollen, z. B. Reis und Geschnetzeltes oder Knödel und Soße, bietet Recup/Rebowl seine zu 100 % wiederverwertbaren Mehrwegschalen mit Trennsteg und zwei Kammern an. Bundesweit schuf das Unternehmen ein flächendeckendes Pfandnetz mit über 9.500 Ausgabe- und Rücknahmestellen. Die Schalen gibt es in den Größen 1.100 und 500 ml, die mit Trennsteg mit Kammergrößen 590 ml/320 ml und einem Gesamtvolumen von etwa 1.060 ml. Für die Teilnahme am System zahlen Partner eine monatliche Systemgebühr. Die Betriebe leihen dann über das Recup-Partnerportal online alle verschiedenen Mehrwegbehälter des Systems und hinterlegen dafür die nur Pfandgebühr. Entsteht ein Überschuss an Schalen nimmt Recup die Behälter zurück und verteilt sie gleichmäßig. Abgenutzte Behälter ersetzt das Unternehmen durch neue und kümmert sich ums Recycling. www.recup.de

Umsatzstark präsentieren

Thekenaufsteller aus Acryl erhöhen die Chance auf mehr Umsatz. Der POS-Thekenpräsentierer von FMU wurde dafür entwickelt. Mit einem Umfang von 420 mm Breite und 365 mm Tiefe als auch Höhe passt er auf jede Theke und bietet Volumen für Saisonartikel sowie Zweitplatzierungen. Standardmäßig verfügt er über drei transparente, schräg angeordnete Tablett, auf denen Waren Platz finden. Mit einem Tablett weniger, lassen sich auch etwas höhere Produkte darin präsentieren. Optional gibt es für den Aufsteller einen Holzlattenrost. Da er vorne geschlossen ist und von der Rückseite bedient wird, werden ausgestellte Waren zugleich präsentiert und geschützt. Gummipoppen auf dem Boden sorgen für Standfestigkeit. www.fmugmbh.de



Vertikal verpacken

Ein Allrounder zum vertikalen Verpacken großer Produkte wie Schinken, Fleischstücke oder loser Gebinde ist die Verpackungsmaschine VSM® Bulky von MBM innovations. Die Maschine mit manueller Einbeutelung evakuiert, begast und verschweißt vertikal auf engstem Raum. Als Behältnisse eignen sich Beutel direkt in Transportboxen bzw. E2-Kisten, Kartons oder Fässer. „Separate Vorheizzeiten entfallen, da wir keinen dauerbeheizten Schweißbalken einsetzen“, erläutert Julia Mayer, Product Engineer bei MBM. Dank der VSM® Technologie findet der Evakuiervorgang unter normalem, atmosphärischem Druck statt – ohne Vakuumkammer. Dies garantiert ein qualitativ hohes und produkt-schonendes Vakuum, das vor allem bei empfindlichen Produktstrukturen vorteilhaft ist. www.mbm-innovations.com



Ein „pro“ für Profis

Über eine dreifachverglaste Tür für verbesserten Energieverbrauch sowie über ein 10“-TFT HiRes Glas-Touch-Display mit Scroll Funktion verfügt der neue Convotherm maxx pro der Marke Convotherm. Im Gerät lässt sich mit Natural Smart Climate für jedes Produkt das passgenaue Garraumklima einstellen. Press&Go ermöglicht automatisches Garen per Fingertipp, daneben ist ein Back- und Kochbuch integriert. Um Speisen vorzubereiten und punktgenau fertigstellen zu können, bietet sich die maxx pro-Option ConvoServe an. Das Gerät ist zudem als ConvoSmoke mit Räucheroption, als ConvoGrill für Grillspezialitäten, sowie als vollautomatischer ConvoSense mit künstlicher Intelligenz erhältlich. Backwaren und kleine Speisen lassen sich im Convotherm maxx pro Bake herstellen. Mittels der cloudbasierten Netzwerklösung kitchenconnect ist es möglich von überall auf Informationen zuzugreifen. www.welbit.com

Fotos: reCup, FMU, MBM innovations, Welbit



Impressum 11. Jahrgang
Offizielles Organ von:



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

Autoren dieser Ausgabe:
Heike Stevers, Horst Buchmann

Anzeigen:
Bernd Moeser (Leitung) -200 Kilian Roth -246
Sebastian Lindner (Stv.) -215 Concetta Herion -240
Gerhard Burchardt -205 Rocco Mischok -220
Fritz Fischbacher -230

Herausgeberin: Annemarie Heinrichsdobler -100

Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 24 vom 1.1.2022

Anzeigenabwicklung:
Birte Januschewski -260
Felix Hesse -261

LAYOUT:
Michael Kohler -255
Liane Posch -258
Rita Wildenauer -254
Lifensens e.V.

Abonnentenbetreuung:

Basak Aktas (verantwortlich) (b.aktas@blmedien.de) -270

Mario Reischl (m.reischl@blmedien.de) -272

Bezugspreis: Erscheint 6-mal jährlich, 90 € jährlich inkl. Porto u. MwSt. Ausland 105 € inkl. Porto. Einzelpreis Inland 19 €, Ausland 21 € (alle Preise inkl. Versandkosten und MwSt.). Der Abopreis für die Verbandsangehörigen des Bayerischen Fleischerverbandes ist im Mitgliedsbeitrag enthalten. Kündigungsfrist: Nur schriftlich drei Monate vor dem Ende des berechneten Bezugsjahres.

Repro und Druck:
Alpha-Teamdruck GmbH, Haager Str. 9, 81671 München

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

Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Gewähr. Namentlich gekennzeichnete 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

Geschäftsstand: Hilden

ISSN: 2192-5033

Der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern angeschlossen.



Bekanntgabe laut Bayerischem Pressegesetz vom 3.10.1949: Inhaber der B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG D-40724 Hilden sind (Anteile in Klammern): Renate Schmidt (38,8%), Erbgemeinschaft Ulla Werbeck (31,2%), Frederike Kintischer-Schmidt (4,5%), Birgitta Schmidt (4,3%), Margareta Endermann (4,3%), Christl Föllmer (3,6%), Traudl Feldhaus (3,6%), Liesel Eimers (3,6%), Friedel Rosenfeld (3,6%), Kai Rosenfeld (1,25%), Roy Rosenfeld (1,25%)

Arbeits- und Einwegschutzkleidung, Food- und Berufskleidung

DER WILLE VERSETZT BERGE. BESONDERS DER LETZTE.

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

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



Dry-Ager

EST. 2014
DRY-AGER
BUILT FOR BEEF

DAS ORIGINAL
Der Fleischreifeschrank für Metzger & Fleischer
WWW.DRY-AGER.COM

Fußbodensanierung

KEUTE
KUNSTHARZ-FUSSBODEN GMBH

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

Gewürze

Beck
Gewürze und Additive

Gewürzmischungen
Pökelpreparate
Funktions- und Zusatzstoffe
Starterkulturen
Grill- und SoftFix Marinaden
Bio-Produkte

beck-gewuerze.de
91220 Schnaittach · Tel. + 49 9153 9229-0

Autoklaven

NEU!
Vollautomatische Steuerung!

reifen
dämpfen
garen
kochen
sterilisieren

AUTOKLAV & KESSEL
KORIMAT
Metallwarenfabrik GmbH
Telefon 02772/576413-0

KORIMAT
www.korimat.de

Entnehmungsmaschinen und -anlagen

100 YEARS // **BAADER** ///

Innovating Food Value Chains

Office: +49 451 53020
baader@baader.com
www.baader.com

BEVERAGE MANAGEMENT
CHEN SEO TECHNIK LEXIKON
NEWS K...
AGEME...
IK LEXIKON GIP PERSONALI...
FO...
VERAGE MANAGEMENT ARC...
N SEO TECHNIK LEXIKON C...
WS KONZEPTE FOOD E-PAP...
GEM...
LEXIKON...
DD E-PAPER BEVERAGE MAN...

GIP

dich schlau!

www.gastroinfoportal.de
Das Branchenportal

INNOVATIVE GÜTEZUSÄTZE, GEWÜRZE UND MARINADEN DER EXTRAKLASSE

van-hees.com

VAN HEES
we know how

Backtrennmittel

Wir kriegen's gebacken!

Grillsaison!
Der richtige Zeitpunkt für Ihre Zusatzumsätze

Mit dem NEUEN BBQ Grillspray in der praktischen Spraydose von Boyens bleibt kein Grillfleisch mehr am Grillrost kleben und verspricht einen beachtlichen Mehrumsatz mit geringstem Aufwand. Das BBQ Spray ist der perfekte Zusatzverkauf über Ihre Ladentheke, garantiert Ihnen die Anerkennung Ihrer Kunden und rundet ihr Sortiment für die Grillsaison zusätzlich ab.

Jetzt zum Einführungspreis bei Ihrem Großhandel.

boyens
backservice

Top Seller

www.boyens-caterer.de

SPRÜH-SYSTEME
UNIFILLER-SYSTEME
BACKTRENNMITTEL

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

Etiketten

Schaümermal 24
Tintenlos, ungeschnitten

Innovative Etikettierlösungen für Fleischer, Bäcker und Selbstvermarkter

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

Fleischereimaschinen

▲ Füllen
▲ Kuttern
▲ Wolfen

DUCKER REX
FLEISCHEREIMASCHINEN

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

EIN LEBEN VERÄNDERN!

Mit einer Patenschaft können Sie Kinderarbeit bekämpfen.

"WERDEN SIE PATE!"

Plan International Deutschland e.V.
www.plan.de

PLAN
INTERNATIONAL

fleisch net.de

WWF

Hilf mit deiner Spende:
www.de/plastikflut

STOPP DIE PLASTIK FLUT

WWF-Spendenkonto:
IBAN DE06 5502 0500 0222 2222 22

Gütezusätze

INNOVATIVE GÜTEZUSÄTZE, GEWÜRZE UND MARINADEN DER EXTRAKLASSE

van-hees.com

VAN HEES
we know how

GESUCHT & GEFUNDEN

Hygienetechnik



Wenn Reinigung neu gedacht wird, ist es **next level cleaning.**



Individuelle und ressourcenschonende Reinigungssysteme für vielfältigste Anwendungen.

www.walter-cleaningsystems.de

Ladengestaltung



Das digitale Kunden-Informationssystem für die moderne Fleischerei



Moderne Kunden-information kann so einfach sein!

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

Weitere Informationen finden Sie auf:

www.promedia-thekentv.de



Kunstdärme



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

Anzeigen werden gelesen!
Sie tun es gerade!

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

Eilige Anzeigen

unter

Tel. (089) 370 60-200

Fax (089) 370 60-111



Wir retten Paradiese!

Helfen Sie uns, Land zu kaufen. Für die Natur in Deutschland.

Mehr dazu unter www.naturerbe.de

NABU-Stiftung Nationaler Naturerbe
Charitéstraße 3 · 10117 Berlin
Tel. 030 284 984-1814
naturerbe@nabu.de

Spendenkonto

IBAN: DE88 3702 0500 0008 1578 00
BIC: BFSWDE33XXX
Bank für Sozialwirtschaft

Rauchstockwaschmaschinen



Rauchstockwaschmaschinen, Kochpressen, Schinken- und Spindelpressen, Rauchwagen
Eichendorffstr. 5
91586 Lichtenau
Telefon: (0 98 27) 3 54
Telefax: (0 98 27) 75 04
Eberhardt-GmbH@t-online.de
www.eberhardt-gmbh.de

Schinken-/Spindelpressen



Rauchstockwaschmaschinen, Kochpressen, Schinken- und Spindelpressen, Rauchwagen
Eichendorffstr. 5
91586 Lichtenau
Telefon: (0 98 27) 3 54
Telefax: (0 98 27) 75 04
Eberhardt-GmbH@t-online.de
www.eberhardt-gmbh.de

Schlachthofeinrichtungen



Fachsenfelder Straße 33
D-73453 Abtsgmünd

Telefon 073 66/92096-0

Telefax 073 66/92096-99

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



WERDEN SIE ZUKUNFTSSTIFTER!

Nachhaltig und langfristig helfen

www.sos-kinderdorf-stiftung.de

Kühlthekenausstattung



Systemzubehör für Bedientheken



Tel. 08131 99 66 80 | office@pricoplex.com

Bewerben Sie sich jetzt für die FH FLEISCHER-HANDWERK & FT FLEISCHEREI TECHNIK

Awards 2022

Mit den **FH FLEISCHER-HANDWERK** sowie den **FT FLEISCHEREI TECHNIK Awards 2022** werden zum 8. 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.

Ausschreibung:

Die Ausschreibung für die FT FLEISCHEREI TECHNIK und die FH FLEISCHER-HANDWERK Awards endet am **30. März 2022**.

Bewerbung:

Bewerbungen und Vorschläge können ab sofort 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



Preiskategorien:

- ◆ Verarbeitungsmaschinen
- ◆ Automatisierung/Industrie 4.0
- ◆ Gütezusätze & Gewürze
- ◆ Schlacht- und Zerlegetechnik
- ◆ Räucher- und Klimatechnik
- ◆ Nachhaltige Verpackungstechnik
- ◆ Prozesskontrolle & QM



Preiskategorien:

- ◆ Verarbeitungsmaschinen
- ◆ Ladenbau & Verkaufsförderung
- ◆ Nachhaltige Verpackungstechnik
- ◆ Klima- und Räuchertechnik
- ◆ Gewürze & Gütezusätze
- ◆ Gar- und Küchentechnik
- ◆ Weiterbildung

Preisverleihung: Die Prämierung der preisgekrönten Entwicklungen und Projekte erfolgt im **Mai 2022** auf der **IFFA in Frankfurt am Main** im Rahmen einer fachöffentlichen Veranstaltung. Die Preisträger werden zudem mit einer Urkunde ausgezeichnet. Über die Siegerprojekte wird nach der Preisverleihung in den Fachmagazinen FT FLEISCHEREI TECHNIK und FH FLEISCHER-HANDWERK ausführlich berichtet. *Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.*



Bitte senden Sie Ihre Bewerbung oder Ihren Vorschlag an die Redaktion:

FT: Christian Blümel, Chefredakteur ♦ c.bluemel@blmedien.de ♦ +49 (89) 370 60-185

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

Nalospice

Gewürzhüllen und Bögen

**JETZT
BESTELLEN**



OSKUTEX
KALLE GROUP