

SÜFFA Magazin

2023



Marktüberblick

Chancen nutzen!

TIERWOHL

Hofschlachtung
und Weideschuss
liegen im Trend

AUTONOME METZGEREI

Mit neuen Ideen
im Verkauf den
Umsatz steigern

FRAUENPOWER

Metzgerberuf
wird für Frauen
interessanter

Ihr neuer Partner für Vakuumbbeutel

Siegelrandbeutel,
Strukturbeutel,
Kochbeutel und
bedruckte Beutel
in verschiedenen Stärken.

**Bei uns haben Sie
die Qual der Wahl!**

Formate sofort verfügbar
354

Stärken 70 - 200 Mikron
12

Tage Lieferzeit
3



**Süffa 2023:
Wir sind dabei!**

Halle 9, Stand Nr. 9D51



Mitmachen und gewinnen!
Sichern Sie sich Ihren
Jahresvorrat an Vakuumbbeutel!

STATEMENTS

» Die SÜFFA ist eine ganz tolle Messe. Sie ist für mich der Treffpunkt, wo man neue Partnerschaften schließen kann, wo man sich mit Handwerkskollegen austauscht und wo man neue Anregungen findet. Außerdem liefert die SÜFFA auch neue Impulse für unsere Mitarbeiter.

Dirk Freyberger

Metzgerei Freyberger in Nürnberg

» Die SÜFFA Specials bilden einen wichtigen Eckpfeiler der SÜFFA. Sie informieren über das Angebot an den Ständen der ausstellenden Unternehmen hinaus und machen die SÜFFA zu einer Messe mit echtem Mehrwert. Durch den fachlichen Austausch werden nicht zuletzt der Community-Gedanke und das Bewusstsein für das Handwerk gestärkt, was uns sehr wichtig ist.

Andreas Wiesinger

Mitglied der Geschäftsleitung der Messe Stuttgart

» Ich finde die SÜFFA super. Man trifft auf dieser Messe so viele erfolgreiche Kollegen wie sonst nirgendwo.

Laura Braun

Landmetzgerei Hans Braun
in Weiherhammer



» Gerade nach den Beschränkungen in der Pandemie ist die persönliche Begegnung auf Fachmessen von besonderer Bedeutung. Die Ausstellungsmacher der SÜFFA versprechen ein abwechslungsreiches Parkett mit zahlreichen Ideen und Lösungen für ein erfolgreiches Geschäft mit Fleisch, Fleischwaren und Wurst.“

Jörg Schiffeler

Chefredakteur afz – allgemeine fleischer zeitung

» Jedes moderne Unternehmen muss nach vorn schauen und ständig Innovationen suchen. Da kommt die SÜFFA genau richtig. Denn diese Fachmesse ist kompetent und kompakt. Man kann sich an nur einem Besuchstag einen kompletten Branchenüberblick verschaffen.

Michael Wurz

Metzgerei Wurz in Metzingen

NEU

SCHMOR-
ZWIEBEL

WÜRFEL • PÜREE • STREIFEN
GEDÜNSTET ODER VORGEBRÄUNT

- IM 20 KG-BEUTEL
- READY 2 USE
- CLEAN LABEL
- AUCH IN BIO



www.holzmann-fvl.at
Tel. +43 7673 2377-0
Holzmann Feines vom Land
GmbH & Co KG

MEHR SAFTIGKEIT



MEHR GESCHMACK



PERFEKTE BINDUNG



IDEALE ZUTAT FÜR **PLANT BASED** PRODUKTE

Inhalt



20



26



38

6 Interview Stefan Lohnert
Die SÜFFA bietet auch dieses Jahr wieder wichtige Impulse für eine erfolgreiche Betriebsführung.

20 Zukunft der Fleischbranche
Im exklusiven Interview spricht Dirk Freyberger über seine Erfolgsstrategie und sein nächsten Ziele.

34 Autonome Metzgerei
Innovative Metzger nutzen Verkaufsautomaten, um Unabhängigkeit und Umsatz zu steigern.

12 afz AKADEMIE
Am 21. Oktober bietet die afz auf der SÜFFA wieder ein spannendes Forum für das Fleischerhandwerk.

26 Wild & Jagd
Mit welchen Strategien die Anbieter von Wildfleisch aus der Marktnische heraustreten können.

38 Frauen im Handwerk
Warum immer mehr Frauen den Fleischerberuf für sich entdecken und Karriere machen.

16 Branchencheck
Trotz Kaufzurückhaltung der Kunden und Inflation bieten sich Handwerksbetrieben jetzt zahlreiche Chancen.

30 Hof- und Weideschlachtung
Wie die Tierwohldebatte zu einem Umdenken führt und die stressfreie Schlachtung beflügelt.

3 Editorial
4 Impressum

IMPRESSUM

SÜFFA Magazin

Eine Sonderveröffentlichung
der afz – allgemeine
fleischer zeitung
www.fleischwirtschaft.de



Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main

Geschäftsführung

Peter Esser (Sprecher),
Sönke Reimers (Sprecher),
Thomas Berner, Markus Gotta

Aufsichtsrat

Andreas Lorch, Catrin Lorch,
Edith Baumann-Lorch, Peter Ruß

Verlagsleitung

Christian Schnücke

Anzeigenleitung

Christine Contzen

Projektleitung Redaktion

Jörg Schiffeler

Mitarbeiter dieser Ausgabe

Filip Lachmann, Lena Lindhoff, Andrea Möller,
Kirsten Rein, Ulrike Sanz Grossón, Elin Wagner

Projektleitung Produktion

Peter Schneider, dfv Corporate Media

Gestaltung

Ralph Stegmaier

Druck

Silber Druck oHG
Otto-Hahn-Straße 25
34253 Lohfelden

Coverfoto

imago images/Panthermedia

Alle veröffentlichten Beiträge sind
urheberrechtlich geschützt.
Ohne Genehmigung des Verlags
ist eine Verwertung strafbar.

© Deutscher Fachverlag GmbH,
Frankfurt am Main



FLEXIBILITY!

NO SECRET – JUST VEMAG!

Flexible Vakuumfüllmaschinen und Vorsatzgeräte für vielseitige Anwendungen und ein breites Produktportfolio:

- Füllen und Portionieren, Wolfen, Formen und Teilen
- Auch für kleinste Chargen bei häufigem Produktwechsel
- Schonendster Produkttransport
- Maximale Gewichtsgenauigkeit
- Einfachste Handhabung

VEMAG: Boundless Passion for YOUR Solution!

Für mehr Informationen besuchen Sie uns auf handwerk.vemag.de oder schreiben Sie uns unter e-mail@vemag.de.



21. – 23.10.2023
SÜFFA in Stuttgart
Halle 7, Stand 7C10





**Stefan Lohnert,
Geschäftsführer
Messe Stuttgart**

*Foto: © Landesmesse Stuttgart
GmbH*

INTERVIEW

Ideen für **erfolgreiche** **Betriebsführung**

Stefan Lohnert ist seit 2020 Geschäftsführer der Messe Stuttgart. Im Interview spricht er über die Relevanz der SÜFFA 2023 sowie deren besondere Attraktionen für die Besucherinnen und Besucher.

Was sind die aktuellen Themen der SÜFFA 2023? Welche Innovationen und Highlights erwarten die Ausstellerinnen und Aussteller sowie die Besucherinnen und Besucher?

STEFAN LOHNERT: Die SÜFFA ist in der Branche die Leitmesse, wenn es um Produktinnovationen und neue Technologien geht. Inhaberinnen und Inhaber aus dem Fleischerhandwerk wollen auf die Zukunft vorbereitet sein und suchen bei uns Impulse für eine erfolgreiche Betriebsführung. Diesem Anspruch werden wir beispielsweise mit der Bühne für Trends und Neues mit Live-Vorführungen, Anregungen für lukrative Zusatzgeschäfte und jede Menge praxisnaher Tipps gerecht. Ak-

tuelle Themen wie Rohstoffsicherung, Kalkulation, 24/7-Lösungen, vegetarische Angebote oder die Herausforderungen in Zeiten von Digitalisierung und Fachkräftemangel greifen spannende Talkrunden und Vorträge auf. Ein weiteres Highlight sind die hochkarätigen SÜFFA-Wettbewerbe, bei denen der Landesinnungsverband für das Fleischerhandwerk in Baden-Württemberg und die Messe Stuttgart die Besten ihres Fachs suchen.

Auch in diesem Jahr gibt es wieder Sonderausstellungen. Auf welche dürfen sich die Besucher freuen?

Bereits zum dritten Mal präsentiert die SÜFFA gemeinsam mit Partnerunter-

nehmen die Gläserne Wurstküche, die sich längst zu einem Besuchermagneten entwickelt hat. Gezeigt werden Einsatzmöglichkeiten von Maschinen und beispielhafte Verarbeitungstechniken. Erstmals wird auch ein veganes Produkt vor Ort hergestellt. Alle Produkte dürfen im Anschluss verkostet werden. Außerdem haben wir eine neue Kooperation mit dem Butcher Wolfpack. Für die Gewinner des Weltmeistertitels bei der World Butchers' Challenge 2022 in den USA wird es einen Bühnenslot geben und eine Autogrammstunde – mehr wird noch nicht verraten.

Stichwort BBQ-Area: Das Thema Grillen ist seit Jahren in aller Munde ...

Ja, buchstäblich. Der BBQ-Trend hält an und beeinflusst das Metzgergeschäft nachhaltig. Inhaberinnen und Inhaber müssen nicht nur die Wün-

» Die SÜFFA ist die Leitmesse, wenn es um Produktinnovationen und neue Technologien geht.

sche ihrer Kundinnen und Kunden berücksichtigen, sondern umfassend beraten und Neuerungen aufgreifen wie Special Cuts, Marinaden, passende Garverfahren und die richtigen Getränke. Auf der BBQ-Area gibt es dazu professionelle Anregungen und passendes Equipment für das BBQ-Geschäft. Eines der Highlights wird der Riesen-Smoker „Big Louis“ der Firma Walter Ludwig aus Pfinztal-Berghausen mit einem Fassungsvermögen von 9,8 Tonnen Fleisch sein. Vielleicht noch ein Fun Fact zur Ergänzung: Wir haben den „Tag der Bratwurst“ ge-

FREY
Maschinenbau

MIT UNS VERSCHAFFT MAN SICH EINEN NACHHALTIGEN



EINDRUCK

Optimales Füllbild und Vermeidung von Schmiereffekten

Füllen und Portionierung ganzer Fleischstücke und Einlagen

Schonendes, strukturerhaltendes Füllen auch sensibler Produkte

Höchster Hygienestandard, kein metallischer Abrieb in der Foodzone

Vielseitig kombinierbar mit C-Line Vorsatz- und Fremdgerätengeräten



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



nutzt, um unsere Kommunikation auf den neuen Instagram- und LinkedIn-Kanälen der SÜFFA zu starten.

Neben den Sonderausstellungsflächen gibt es noch zwei weitere Themenschwerpunkte: Feinkost sowie Wild & Jagd. Warum haben Sie sich gerade für diese Schwerpunkte entschieden?

Wild ist nachhaltig und gesund, deshalb sind Wildgerichte in hiesigen Küchen auf dem Vormarsch. Ganz hoch im Kurs steht Fleisch aus heimischer Jagd: Jüngsten Erhebungen zufolge verzehren deutsche Verbraucher*innen in der letzten Saison an die 30.000 Tonnen Wildschwein, Reh, Rot- und Damwild. Da Metzger*innen und Jäger*innen bei der Verarbeitung und Vermarktung von Wildprodukten ideale PartnerInnen sind, stellt die SÜFFA 2023 das Trendthema Wild & Jagd erneut in den Fokus. Für manche Besucher*innen dürfte dieser Messeschwerpunkt doppelt interessant sein, denn unter den Mitgliedern des Landesjagdverbands finden sich viele Metzger*innen. Auch Feinkost liegt weiterhin im Trend. Fast

jeder Metzgereibetrieb bietet inzwischen eine Auswahl hochwertiger Feinkostprodukte an, vom Gemüse- oder Eiersalat bis hin zu raffinierten Süßspeisen, pikanten Soßen und regionalen Gewürzölen. Im Themenpark Feinkost erfahren die SÜFFA-Besucherinnen und -Besucher, wie sie ihr Sortiment geschickt erweitern, auf Kundenwünsche besser eingehen und neue Geschäftsfelder erschließen können.

Sind für die Zukunft noch weitere Themenschwerpunkte geplant?

Wir arbeiten immer an neuen Themen. In diesem Jahr wollen wir beispielsweise den Community-Gedanken und „Unser Handwerk“ stärken. Von unseren Aussteller*innen und Besucher*innen wissen wir: Nichts geht über den persönlichen Austausch. Daher bieten wir ihnen in diesem Jahr mit dem ersten SÜFFA-Netzwerktreffen einen eigenen Rahmen. Interessierte können bei guter Musik und in entspannter Atmosphäre den Messetag ausklingen lassen, Gespräche vertiefen und neue Kontakte knüpfen.

» Von unseren Ausstellerinnen und Ausstellern und Besucherinnen und Besuchern wissen wir: Nichts geht über den persönlichen Austausch.



Messeimpressionen auf der SÜFFA 2021

Foto: © Landesmesse Stuttgart GmbH

Eines der drängendsten Themen für die Fleischbranche ist der Fachkräftemangel. Welchen Beitrag leistet die SÜFFA, um die suchenden Unternehmen mit potenziellen Job-Interessierten zusammenzubringen?

Auf der SÜFFA trifft sich die Branche, hier erhält man Einblicke in das Handwerk und in die Unternehmen und hat reichlich Gelegenheit zum persönlichen Austausch. Mit der dynamischen Jobbörse bringt die SÜFFA Betriebe, Geschäftsführerinnen, Geschäftsführer und Mitarbeitende zusammen, zeigt neue Perspektiven und Karriere-möglichkeiten auf. Die vorab über unsere Website eingereichten Stellengesuche, Stellenangebote oder Betriebsübergaben werden kostenfrei auf der Fachmesse ausgehängt. Außerdem gibt es im Rahmen der SÜFFA-Wettbewerbe eigene Formate für Auszubildende wie die Podiumsdiskussionsrunde am Montag um 10:30 Uhr zum Thema: „Wie kann man mit einem internationalen Ausbildungskonzept dem Nachwuchsmangel im Fleischerhandwerk entgegenwirken?“.

Wie finden und erreichen Metzgereibetriebe potenziellen Nachwuchs heute am besten?

Grundlegend wichtig ist es, die Attraktivität der Berufsbilder im Fleischerhandwerk in der öffentlichen Wahrnehmung zu steigern und Chancen für die berufliche Weiterentwicklung aufzuzeigen. Um die Zielgruppe zu erreichen, muss die Kommunikation zunehmend über digitale Kanäle erfolgen. Beim Recruiting genügt eine schlichte Zeitungsannonce längst nicht mehr. Ein neuer Trend ist es, medienaffine Auszubildende als Botschafter*innen einzusetzen, die dann beispielsweise auf TikTok live aus der Wurstküche berichten. Aber auch auf „analogem“ Weg kann, beispielsweise durch gezielte Arbeit an Schulen, „offene Türen“ oder Schnupperlehren, Interesse geweckt werden. Letztlich liegt es aber bei den Betrieben vor Ort, junge Menschen an der

Schwelle zum Berufsleben von den Vorzügen des eigenen Unternehmens zu überzeugen.

Können ausländische Fachkräfte Teil der Lösung sein?

Dafür gibt es einige gute Beispiele, so konnte beispielsweise in einem deutschlandweit einzigartigen Pilotprojekt in Zusammenarbeit mit der Handwerkskammer Freiburg der Landesinnungsmeister des Fleischerhandwerks in Baden-Württemberg Joachim Lederer junge Menschen aus Indien für eine Ausbildung in der Fleischbranche gewinnen. Dieser Schritt sei für ihn – so wörtlich – „längst überfällig“ gewesen. Lederer ist von der hohen Motivation der Auszubildenden überzeugt und hat das Projekt inzwischen sogar mehrfach im Fernsehen vorgestellt beziehungsweise

» Um die Zielgruppe zu erreichen, muss die Kommunikation zunehmend über digitale Kanäle erfolgen.

se erste Anfragen von Branchenkolleginnen und -kollegen, die ebenfalls Bedarf haben, erhalten.

Man sagt ja, dass in jeder Krise auch eine Chance steckt. Sehen Sie eine Chance in der Fachkräftekrise?

Durchaus. Auch hierzu ein Beispiel: Barbara Zinkl-Funk, geschäftsführende Gesellschafterin der 1. Bayerischen Fleischerschule in Landshut, bestätigte uns in einem Interview, dass sie eine wachsende Qualität beim Nachwuchs beobachtet. Diejenigen, die sich für einen Fleischerei-Beruf entscheiden, tä-

Your Partner in Food Cutting

holac[®]



**GEMEINSAM SCHNEIDEN
WIR PERFEKT AB ...**

... egal ob Würfel, Raspel, Plättchen, Scheiben oder auch Sonderformen.

Besuchen Sie uns auf
unserem Messestand:



Halle 9
Stand
D30

21.- 23.10.2023





SÜFFA 2021 in Stuttgart mit prominenten Gästen aus Politik und Wirtschaft. Peter Hauk MdL informierte sich während eines Messerundgangs über Neuheiten und Trends.

Foto: © Landesmesse Stuttgart GmbH

» Frauen sind aus der Branche nicht wegzudenken, egal ob Meisterin, Fachverkäuferin oder Auszubildende.



Es kommt eben nicht nur auf die inneren Werte an!



Halle 9 D61

- Rücken schonen
- Mitarbeiter wertschätzen
- Arbeitsabläufe optimieren
- Geld sparen

TSS
Technik Service Süd
Wir machen das H(L)eben leichter

ten dies ganz bewusst und sahen darin nicht mehr nur eine Notlösung. Die jungen Leute würden gezielt nach guten Ausbildungsbetrieben suchen, und rund zwei Drittel der Meisterkurs-Teilnehmerinnen und -Teilnehmer wollten später einen eigenen Betrieb gründen oder übernehmen. Das ist doch eine positive Entwicklung.

Eine Personengruppe, die im Fleischbereich noch immer unterrepräsentiert ist, sind Frauen. Welche Möglichkeiten gibt es, um diese Zielgruppe als potenzielle Mitarbeiterinnen noch besser anzusprechen?

Das Fleischerhandwerk ist längst keine Männerdomäne mehr. Frauen sind aus der Branche nicht mehr wegzudenken, egal ob Meisterin, Fleischereifachverkäuferin, Mitarbeiterin oder Auszubildende. Deshalb lädt die SÜFFA wieder zum Tag der Metzgerfrauen ein, um auch hier den Community-Gedanken zu stärken. Seit 2014 gehört der Messemontag den Meisterinnen, Fachverkäuferinnen, Mitarbeiterinnen und weiblichen Auszubildenden. Daher freuen wir uns, auch in diesem Jahr wieder ein speziell auf die weiblichen Branchenprofis zugeschnittenes Angebot bieten zu können. ←



Packaging & Processing of

FOOD

Sicher. Nachhaltig. Aus einer Hand.

Portionieren, slicen und verpacken Sie Frischfleisch, Wurst, Schinken und Käse effizient und prozesssicher. Gesteuert über die zentrale MULTIVAC Line Control und mit digitaler Unterstützung der MULTIVAC Smart Services. Unser Engineering-Know-how eröffnet Ihnen über die ganze Prozesskette hinweg weitere Einsparpotenziale: z. B. beim Zuführen, Beladen, Kennzeichnen, Prüfen und Kartonieren. Mit nur einem Ansprechpartner für Beratung, Projektierung, Wartung, Service und Schulung.

www.multivac.com

Besuchen Sie uns:
SÜFFA Stuttgart | 21.-23. Oktober 2023

 **MULTIVAC**



Fester Bestandteil der afz AKADEMIE ist der Vortrag von Fritz Gempel zu wichtigen Entwicklungen im Markt.

Foto: dfv Mediengruppe

afz AKADEMIE

Der Treffpunkt für das Fleischerhandwerk

Mit Beginn der SÜFFA bringt die afz AKADEMIE das Fleischerhandwerk am 21. Oktober 2023 zusammen und ermöglicht einen spannenden Austausch und Weiterbildung mit Weitblick.

Die afz – allgemeine fleischerzeitung organisiert in Kooperation mit der Messe Stuttgart auch in diesem Jahr wieder zur Eröffnung der SÜFFA ein attraktives Forum für das Fleischerhandwerk: die afz AKADEMIE. Sie ist schon seit Jahren eine spannende und praxisbezogene Plattform zum Lernen, Diskutieren und Netzwerken.

Inspirierende Vorträge aus der Praxis mit zahlreichen Best-Practice-Beispielen stehen am 21. Oktober von 09:00 bis 16:00 Uhr auf dem Plan. Im Fokus stehen betriebswirtschaftliche und handwerkliche Themen, die das Fleischerhandwerk ganz unmittelbar in der täglichen Arbeit betreffen. Im Vortragsprogramm geht es zu Beginn bei Fritz Gempel um die Veränderungen in der Fleischbranche in Bezug auf Fleisch und Fleischersatzprodukte, die Verkaufstheke, die Onlinepräsenz im

Sinne einer erweiterten Verkaufstheke von Fleischbetrieben sowie den Wandel in den betrieblichen Arbeitsverhältnissen für Vorgesetzte und Mitarbeitende.

Interessante Vorträge aus der Praxis

Fleischermeister Volker Behrens spricht im Anschluss daran über die schmale Gratwanderung zwischen Markenwahn und dem aktuellen Preiskampf im Einzelhandel. Aus eigener Erfahrung berichtet anschließend Christof Eck von der Metzgerei Heigel + Eck über den Neubau von Produktionsstätten. Eck gibt hilfreiche Insights zu seinen Erfahrungen mit der gesamten Planung, den Baukosten, Zuschüssen und den verbesserten Abläufen durch den Neubau.

In Sachen Food Marketing skizziert Stefan Neumair, Küchenmeister und

The Green Deal

Einsparungspotenzial mit der „BEST VERFÜGBAREN TECHNIK“:

- 90 % Wasser & Abwasser
- 80 % CO₂-Emissionen
- 68 % Chemikalien Reinigungsmittel *
- 28 % Kostensenkung pro Einheit oder Prozess **
- 50 % Energie für Raucherzeugung und Abluftreinigung
- 71 % Benzo(a)pyren
- 50 % Räuchermaterial ***
- 33 % Ressourcenverbrauch exkl. Energie

Besuchen Sie uns auf
der SÜFFA, Halle 9,
Stand B54



* Im Vergleich zu Verbrennungsrauch
** Inkl. Abluftmessung und Abfallentsorgung (klassisches Räuchern)
*** Im Vergleich zu Glimmrauch und Friktionsrauch
Alle Berechnungen basieren auf dem Life Cycle Assessment
vom DIL (Deutsches Institut für Lebensmitteltechnik e.V.)
im Auftrag von Kerry | Red Arrow.

Bio-zugelassen

Geschäftsführer der FoodKonzept GmbH, welche ertragreichen Snack-Ideen es für das erste und das zweite Frühstück, für die Mittagszeit und auch für den frühen und späten Nachmittag gibt. Zum Abschluss der Vortragsreihe präsentieren sich starke Nachwuchspersönlichkeiten aus dem Metzgerhandwerk mit ganz unterschiedlichen Themen: Nico Setzer be-

richtet über seine Rolle als Juniorchef in einem Filialunternehmen, Valerian Bodenhöfer erklärt dem Publikum, warum ihm eine Koch- und Metzgerausbildung mehr gibt als ein Jura-Studium. Celine und Felipe Dutschke präsentieren zum Schluss ihre Idee, wie mehrere Familienmitglieder die Fleischerei ihrer Eltern übernehmen können.

VIP-Führung

Darüber hinaus erhalten die Teilnehmer, aufgeteilt in Kleingruppen, eine exklusive VIP-Führung über die Messe. So bekommen sie nicht nur einen Überblick über die Aussteller und damit über die aktuellen Trends des Fleischereigeschäfts, sondern auch die Gelegenheit, an besonderen Events ausgewählter Messestände teilzuhaben. ←

Das Programm der afz AKADEMIE

→ **afz AKADEMIE vor Ort**

Messe Stuttgart

21. Oktober 2023, 9:00–16:00 Uhr

→ **Begrüßung**

Christian Schnücke, Gesamtverlagsleitung Agrar-, Back- und Fleischmedien

→ **Grußwort**

Andreas Wiesinger

→ **Die große Veränderungsbewegung unserer Branche: Fleisch und Nicht-Fleisch, Theke und Online, Chef*innen und Mitarbeiter*innen**

Fritz Gempel, Unternehmensberater und Metzgermeister, afz-Chefkorrespondent

→ **Voll den Preis wert: die Gratwanderung zwischen Markenwahn und Preiskampf im Einzelhandel**

Fleischermeister Volker Behrens, Fleischerei Behrens, Twistringen

→ **Der Neubau einer Produktionsstätte: Unsere Erfahrungen mit Planung, Baukosten, Zuschüssen und besseren Abläufen hinterher**

Christof Eck, Metzgerei Heigel + Eck, Miltenberg

→ **Guter Snack – gutes Marketing. So gehen die ertragreichen Snack-Ideen für Frühstück, zweites Frühstück, Mittag und Nachmittag**

Stefan Neumair, Küchenmeister, FoodKonzept GmbH, Hattingen

→ **Statements von starken Nachwuchs-Persönlichkeiten aus dem Metzgerhandwerk:**

1. Meine Rolle als Juniorchef im Filialunternehmen

Nico Setzer, Landmetzgerei Setzer, Wolpertshausen

2. Warum mir eine Koch- und Metzgerausbildung mehr gibt als ein Jura-Studium

Valerian Bodenhöfer

3. Unsere Idee, wie mehrere Familienmitglieder die Fleischerei unserer Eltern übernehmen

Celine und Felipe Dutschke, Fleischerei Dutschke, Hameln

→ **Schlusswort**

Fritz Gempel

→ **Weitere Programmpunkte:**

VIP-Führung durch die SÜFFA in kleinen Gruppen zu den Ständen der afz AKADEMIE-Partner

→ **Teilnahmegebühr:**

199 € pro Person zuzüglich Mehrwertsteuer (inklusive SÜFFA-Eintrittskarte)

afz-Abonnenten sparen 40 € und zahlen nur 159 € zuzüglich Mehrwertsteuer (inklusive SÜFFA-Eintrittskarte)

Eine kostenlose Stornierung ist bis eine Woche vor der Veranstaltung möglich.

→ **Sponsoren:**



Entdecken Sie unsere Messe-Neuheiten

Neue Maschine: Automatenmischwolf AE 130 M

- Maximale Flexibilität
- Zum Mischen und anschließenden Wolfen nutzbar
- Als reiner Mischer mit separater Entleerklappe nutzbar (ohne Wolfen)
- Als reiner Automatenwolf nutzbar (Mischwerk entnehmbar)
- Mit großer Zubringerschnecke und starkem Mischwerk
- Hygienic Design
- Niedrige Bauhöhe und geringer Platzbedarf
- Optional mit Trennsatz, Schneidtrommel und Hebevorrichtung für E2-Kisten verfügbar



Entleerklappe



Trichter



Neu für Handwerkswölfe: Seydelmann Schneidtrommel



Aussortiertes Material

- Knorpel, Sehnen, Knochensplitter und andere unerwünschte Bestandteile werden mit einzigartiger Wolftechnik gesammelt und ausgeschleust
- Folienreste, Kunststoffsplitter und andere Fremdkörper werden sicher ausgetrennt, ohne weiter zerkleinert zu werden
- Zur Verarbeitung von Schwarte: Schwarten werden vom Fett getrennt und ausgeführt
- Klares Schnittbild durch konische Bohrungen
- Erhöhter Durchsatz
- Größere Fläche: mehr Bohrungen als bei üblicher Endlochscheibe
- Weniger Feinanteil im Endprodukt
- Kein Metallabrieb durch berührungsfreies Arbeiten

Neue Steuerung AutoCommand 500: Standard bei allen Handwerkskuttern

- Automatische Programmsteuerung für unterschiedliche Rezepturen oder manueller Betrieb sind möglich
- Prozesssichere und intuitive Bedienung durch benutzerfreundliches und logisches Design, auch als Antwort auf Fachkräftemangel
- Programmauswahl und -start, weiterhin über Knieschalter an Maschine
- 15,6"-Touch-Screen: alle relevanten Daten auch aus der Entfernung lesbar
- Robuste Ausführung und sichere Reinigung in Schutzklasse IP 69K



Steuerung Auto-Command 500



Die Qualität seiner Produkte ist für den Handwerksmetzger der wichtigste Erfolgsfaktor.

Fotos: © Deutscher Fleischer-Verband

BRANCHENCHECK

Die Herausforderung als Chance

Die anhaltende Inflation, immense Preissteigerungen sowie die spürbare Kaufzurückhaltung der Kunden: Große Herausforderungen prägen aktuell die Entwicklung des Fleischerhandwerks, bieten aber auch ganz neue Chancen.

Wie alle anderen Wirtschaftsbereiche war auch die Fleischbranche im letzten Jahr mit zahlreichen Krisen konfrontiert. Ganz oben auf der Agenda stand die extrem hohe Inflation. Sie hat dazu geführt, dass einige Betriebe aufgeben mussten. Andere hat sie aber angespornt, neue Wege zu gehen. Themen, die zuletzt weiter an Bedeutung gewonnen haben, waren das Tierwohl und die Nachhaltigkeit, aber auch Digitalisierung und Innovation.

Durch die Fortschritte in der Künstlichen Intelligenz entsteht beispielsweise nun das Potenzial, Verbesserungen im Bereich des Tierwohls zu erzielen und stressige oder schmerzhaft Situationen für Tiere zu identifizieren.

Dieser Ansatz deckt sich mit dem Bedürfnis der Kunden, die immer mehr wissen wollen, woher ihr Fleisch kommt und wie es den Tieren ergangen ist. Grundsätzlich sind laut einer Umfrage von YouGov aus dem Jahr 2022 fast 60 Prozent der Befragten bereit, mehr Geld für mehr Tierwohl bei ihrem Fleischeinkauf auszugeben. Wenn diese aber zusätzlich zu den Preissteigerungen noch mehr Geld für das Wohl der Tiere ausgeben müssen, schlägt sich dies in der Kaufzurückhaltung nieder.

Neue Chancen für das Fleischerhandwerk

Deswegen setzt die Fleischbranche inzwischen auch auf den wachsenden

Markt der Fleischersatzprodukte. Der Umsatz mit Alternativprodukten stieg laut Statistischem Bundesamt im Vorjahr im Vergleich zu 2021 um 17,3 Prozent auf 527,4 Millionen Euro. Karl-Heinz Koithahn, Chef der Koithahn's Harzer Landwurst Spezialitäten, sieht diesen neuen Weg als etwas Positives: „Wir sehen die Entwicklung in Richtung pflanzlicher Ersatzprodukte als Chance für das Fleischerhandwerk, denn wir als Fleischer haben bereits die Expertise in der Frische von Rohstoff und Produkt sowie in Gewürzen und in der innovativen Technologie.“ Auch Dr. Alexander Stephan von The Plantly Butchers pflichtet ihm bei: „Fleischer sind Experten, was den Umgang mit Proteinstrukturen angeht, das gilt für tierische Proteine und für pflanzliche Proteine gleichermaßen. Genau dort muss jetzt der Fleischer

mit anpacken: Er ist Experte, er kennt die Technologie, er hat alles Nötige parat stehen, um vegane Produkte herzustellen. Jetzt muss er sich entscheiden, was er in Zukunft machen will.“

Qualität der Produkte steht klar im Fokus

Das Fleischhandwerk könnte also in Zukunft sein Angebot um Alternativen erweitern. Oder Metzger spezialisieren sich auf qualitativ hochwertiges Fleisch aus artgerechter Tierhaltung, um der zuvor benannten steigenden Nachfrage nach „ethisch“ produziertem Fleisch entgegenzukommen. Ebenfalls gute Ansätze sind die möglichst ganze Verwertung des Tieres und das Angebot neuer Cuts für Kunden. Durch neue Zuschnitte können Metzger eine breitere Palette von Fleischprodukten anbieten – das sorgt



FÜR JEDEN EINSATZ DAS RICHTIGE WERKZEUG!





**Jetzt geht es um die Wurst:
Durchhaltevermögen ist gefragt**

Fotos: © Deutscher Fleischer-Verband

nicht nur für mehr Kundenzufriedenheit, sondern reduziert auch Lebensmittelverschwendung.

Aktuelle Marktsituation ist sehr angespannt

Neben solchen möglichen Lösungsansätzen im Bereich Nachhaltigkeit gibt es aber auch weitere Themen, die das Fleischerhandwerk belasten. Der Gesamtumsatz der Branche ist 2021 im Vergleich zu 2020 leicht um 2,9 Prozent gesunken. Das geht aus dem Jahrbuch des Deutschen Fleischer-Verbandes (DFV) hervor. Die Zahl der handwerklich betriebenen Filialen und Verkaufsstellen ist demnach ebenfalls um 2,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen und liegt nun bei 10.870 in Deutschland. Gründe dafür seien Betriebsstilllegungen wegen Erreichens der Altersgrenze der Inhaber, fehlende Nachfolger, aber auch die Probleme bei der Gewinnung geeigneter Mitarbeiter und Auszubildender.

Tatsächlich stieg jedoch insgesamt die Zahl der Beschäftigten leicht. Die Personalsituation ist dennoch äußerst angespannt. Es braucht neue Wege, um zukünftig nachhaltig Talente zu gewinnen. Die Ansprache der jüngeren Generation über soziale Medien ist unausweichlich und muss weiter verschärft werden.

Kaufzurückhaltung der Kunden hat zugenommen

Bezüglich der wirtschaftlichen Lage und zur Situation an den Rohstoffmärkten befragte der Deutsche Fleischer-Verband in diesem Jahr wieder seine Mitglieder. Die hohe Inflation und stark gestiegene Erzeugerpreise für Fleisch und Energie prägen die Geschäftsentwicklung der Meisterbetriebe. Die Kunden zahlreicher Fachgeschäfte reagieren verunsichert auf die Teuerung, was zu einer deutlichen Kaufzurückhaltung führt. Denn auch die Löhne der Kunden können zum Teil mit der Teuerungsrate nicht mithalten. Angepasste Verkaufspreise führen aber bei gut zwei Dritteln der befragten Fleischereien in der Juli-Bilanz des afz Barometers zu einem Umsatzplus.

Knapp die Hälfte der Teilnehmer der DFV-Umfrage konnte ihren Umsatz gegenüber 2021 halten oder verbessern. Der Verband weist aber darauf hin, dass die guten Werte nicht darüber hinwegtäuschen dürfen, dass diese Entwicklung überwiegend auf der Anhebung der Verkaufspreise basiert. Neben der wirtschaftlichen Entwicklung bereiten den Fleischermeistern der deutliche Rückgang der Anzahl landwirtschaftlicher Betriebe und sinkende Tierbestände große Sorgen.

Durchhaltevermögen und Innovationskraft sind gefragt

Herbert Dohrmann, Präsident des Deutschen Fleischer-Verbandes, beschreibt die aktuelle Situation ebenfalls als enorme Herausforderung: „Auf der einen Seite spüren wir in unseren Unternehmen einen spektakulären Kostendruck und auf der anderen Seite müssen wir schauen, dass sich unsere Kunden die Top-Leistung aus dem Fachgeschäft noch leisten können und leisten wollen.“ Eine schwierige Zeit, die nun besonderen innovativen Einsatz und Durchhaltevermögen fordert, um aus der Krise gestärkt hervorzugehen. ←

Text: Elin Wagner

MOGUNTIA FOOD GROUP

Flavoursome solutions since 1903

RUND UM DIE WELT

MIT DEN MOGUNTIA FOOD TRENDS



NEU

FOOD TREND - HEIMAT -

Der Klassiker für die **traditionelle Küche**
MARINETTE® FIX STROGANOFF | M4457

NEUGIERIG?

Entdecken Sie unsere
neu interpretierten
Rezepte klassischer
Gerichte hier!



Bereit für die Reise?



Dirk Freyberger ist ein kluger Kopf mit tausend Ideen und einem enormen Tatendrang.

Foto: © Florian Koehler



ZUKUNFT DER BRANCHE

Es muss eine Ehre sein zu sagen: „Ich bin ein Metzger“

Dirk Freyberger ist einer der erfolgreichsten und vielseitigsten Metzger in Deutschland. Im Interview spricht er über seine Strategie und die große Herausforderungen für die gesamte Branche.

Herr Freyberger, Ihr Bruder und Sie sind 2007 ins elterliche Geschäft eingestiegen und haben den Betrieb inzwischen zu einem der führenden Metzgerbetriebe ausgebaut. Es war doch sicherlich eine ganz besondere Herausforderung, dass die gesamte Familie in einem Betrieb arbeitet?

DIRK FREYBERGER: Nein, eigentlich nicht. Gemeinsam mit meinem Bruder habe ich vorher schon einen Obst- und Gemüseladen betrieben. Da haben wir schon gesehen, dass wir sehr gut harmonieren. Ich bin eher der Ungestüme, der nach vorne prescht, und er ist der Besonnene, der meine Begeisterung und meinen Tatendrang in die richtigen Bahnen lenkt. Und mit unserem Vater sind wir auch gut klargekommen. Er arbeitet heute noch jeden Tag in der Wurstküche mit. Das sagt alles.

Wie hat alles angefangen?

Zunächst haben wir von einem Kollegen eine neue Filiale in Katzwang gekauft, die mein Bruder und ich gemeinsam geleitet haben. Schnell mussten wir feststellen, dass das kein Selbstläufer wird. Die Kunden haben uns kritisch beäugt und geschaut, ob wir das Ganze ernst meinen. Das hat zu einer Umsatzeinbuße von fast 30 Prozent geführt. Wir mussten uns das Vertrauen bei den Katzwanger Kunden erst mühsam erkämpfen und haben fast fünf Jahre gebraucht, um die Umsatzeinbußen wieder aufzuholen.

Und wie ging es dann weiter?

Wir haben den alten Laden abgerissen und komplett neu gebaut. Für mich und meinen Bruder war das die einschneidendste Veränderung, weil wir

erst ab dann unser eigenes Ding gemacht haben.

Und wie unterscheidet sich Ihr Ding von dem Ihres Vaters?

Ganz wichtig ist zunächst, worin wir uns nicht unterscheiden. Nämlich mit unserem Fokus auf herausragende Frische und Qualität. Das war bei meinem Vater die wichtigste Maxime und ist es bei uns auch. Wir machen sechsmal pro Woche frische Wurst. Das bedeutet, dass unsere Kunden – egal wann sie einkaufen – ihre Produkte die ganze Woche und oft sogar noch länger genießen können. Bei vielen Kollegen und bei der Supermarktware ist das nicht der Fall.

Und was sind Ihre neuen Akzente?

Wir legen einen noch viel stärkeren Akzent auf Regionalität und Internationalität.

Ist das nicht ein Widerspruch?

Nein, im Gegenteil, es ist eine perfekte Ergänzung. Auf der einen Seite arbeiten wir eng mit Landwirten aus der Region zusammen, mit denen wir eigene Ideen in Bezug auf Rassen und Fütterung umsetzen können. Und auf der anderen Seite beziehen wir von Importeuren internationale Spezialitäten wie Wagyu, US-Beef und Label-Rouge-Hühner. Unsere Kunden lieben die Vielfalt und wir bieten sie ihnen.

Welche weiteren Ideen haben Sie zwischenzeitlich umgesetzt?

Wir haben in mehreren Bereichen Potenzial gesehen und sind dort gezielt eingestiegen. Zum einen war das „Essen auf Rädern“. Das Geschäftsfeld haben wir mit 50 Essen täglich übernommen und liegen jetzt bei 150 Essen täglich. Zum anderen sind wir ins Catering eingestiegen. Dort bieten wir zwar auch das normale Catering mit mehreren Gängen und Buffet an, haben uns aber auf das BBQ spezialisiert. In diesem Bereich machen wir inzwischen sehr viel. Erst zuletzt haben wir einen zweiten Anhänger mit Feuerplatte gekauft. Pro Wagen können wir nun für 200 Leute BBQs veranstalten. Das ist auch finanziell sehr lukrativ.

Grillen ist eine Ihrer großen Leidenschaften. Sie bieten zahlreiche Grillkurse an und zuletzt haben Sie sogar ein Buch mit dem vielsagenden Titel „Sonntags BBQ“ herausgebracht. Was hat Sie dazu bewogen, unter die Autoren zu gehen?

Für mich ist das Sonntags-BBQ nichts anderes als das, was früher der Sonntagsbraten war. Man kann mit einem Grill seiner Fantasie freien Lauf lassen und so viele tolle und schmackhafte Gerichte zubereiten. Das möglichst vielen Leuten zu zeigen, ist mein Antrieb, sowohl bei den Grillkursen als auch mit dem Buch.

» **Wir sollten unsere Kunden nicht oberlehrerhaft behandeln, sondern ihnen unser Fachwissen schenken.**

Der **Energieexperte** aus dem Schwarzwald

EGT.
ENERGIE DER VERÄNDERUNG



BESUCHEN SIE UNS IN HALLE 9 STAND C61
EGT Energievertrieb GmbH egt-energievertrieb.de

» Ich bin nicht der Meinung, dass der rein pflanzlichen und veganen Ernährung die Zukunft gehört.

Das klingt nach sehr viel Arbeit?

Ja, das ist es auch. Ich bin jedoch der Meinung, dass man als Handwerksmetzger immer wieder neue Sachen ausprobieren muss, um langfristig erfolgreich zu bleiben. Das Schlimmste, was man machen kann, ist, nichts zu machen. Leider gibt es immer noch zu viele Kollegen, die lieber abwarten und beobachten, wie es die anderen machen und ob sie damit auch Erfolg haben. Wenn sie dann doch einsteigen, ist der einstmalige Trend schon wieder Vergangenheit.

Aber jedes Jahr auf einen neuen Trend aufzuspringen, kann doch auch nicht die Lösung sein.

Das stimmt, wir machen das ja auch nicht. Aber grundsätzlich sollte man sich schon was zutrauen und einfach

mal was ausprobieren. Wichtig ist jedoch, dass man seine Aktivitäten und Produkte immer wieder auf ihre Wirtschaftlichkeit prüft. Wir verkaufen nur Produkte, mit denen wir unsere Gewinnspanne erzielen können. Alle anderen Produkte sortieren wir aus. Das gilt für jeden unserer Geschäftsbereiche.

Auch für den Online-Handel?

Ja, auch dafür. Ich gebe zu, dass das mein Steckenpferd ist und wir etwas länger gebraucht haben, um zu erkennen, worauf es dabei ankommt. Inzwischen ist mir klar, dass man einen Online-Shop wie eine eigene Filiale betreiben muss. Vor zwei Jahren habe ich mir daher einen Social-Media-Experten und eine SEO-Agentur ins Boot geholt, und mit ihnen eine Strategie

entwickelt, wie wir ein organisches Wachstum hinkriegen können.

Wie sieht die aus?

Im Gegensatz zu den großen Online-Anbietern wie Otto Gourmet und Gourmetfleisch fehlen mir der große Kundenstamm und die Logistik für den Tiefkühlversand. Wir setzen daher auf regionale Produkte wie die fränkische Bratwurst und die Stadtwurst und investieren viel Zeit in die Suchmaschinenoptimierung (SEO). Denn wenn ich mit meinen fränkischen Spezialitäten in der Suchliste ganz oben stehe, dann kaufen die Kunden auch bei mir. Das funktioniert inzwischen sehr gut. Interessant ist für mich, dass Schleswig-Holstein, Hamburg und Berlin unsere stärksten Versandgebiete sind. Das hätte ich so nicht erwartet.

Sie betreiben seit einiger Zeit auch einen Social-Media-Kanal und geben vor der Kamera eine sehr gute Figur ab. Was wollen Sie damit erreichen?

Schön, dass Sie das so sehen. Es gefällt mir, vor der Kamera zu stehen und meinen Zuschauern interessante Informationen rund um das Thema Fleisch zu vermitteln. Aber auch der Social-Media-Kanal ist kein Selbstzweck. Mein Ziel ist es, dass wir damit die Frequenz in unserem Online-Shop erhöhen und so unser Online-Geschäft weiter ausbauen können.

Viele Handwerksmetzger sagen, dass sie nicht weiter wachsen können, weil sie kein geeignetes Personal finden. Bei Ihnen scheint das anders zu sein.

Ich habe weltweit noch keinen Metzger getroffen, der sagt, er hat genug Mitarbeiter. Und das geht uns genauso. Leider hat das Lebensmittelhandwerk in Deutschland völlig zu Unrecht ein sehr schlechtes Image.

Woran liegt das?

Viele Menschen, vor allem in den Städten, wollen zwar Fleisch essen, aber nicht wahrhaben, dass dafür auch Tie-



Herausragende Frische und Qualität sind die Maximen in der Metzgerei Freyberger.

Foto: © Freyberger / Florian Köhler

re geschlachtet werden müssen. Sie betrachten das Schlachten als blutrünstige Angelegenheit und das Metzgerhandwerk nicht als ehrbares Handwerk. Ihnen fehlt das Verständnis dafür, wie aus lebenden Tieren hochwertige Lebensmittel werden.

Kein Wunder also, dass immer mehr Menschen zu Vegetariern oder sogar zu Veganern werden?

Ja, weil viele Politiker und einschlägige Interessenvertreter nicht kapieren (wollen), dass Fleisch das nährstoffreichste Lebensmittel ist. Bevor sie ständig auf die Branche draufhauen, sollten sie lieber Maßnahmen ergreifen, die dafür sorgen, dass Fleisch mit zweifelhafter Qualität nicht in großen Mengen zu billigen Preisen verkauft werden kann. Das Ziel muss doch gute Qualität zu fairen Preisen sein.

Buchtipps: Sonntags BBQ

Es gibt wohl kaum etwas Schöneres, als gemeinsam mit Familie und Freunden am Tisch zu sitzen und dazu fantastisch gegrilltes, hochwertiges Fleisch zu genießen! Metzger- und Grillmeister Dirk Freyberger hat daher seine besten Rezepte für große und kleine Feste gesammelt und in einem Buch vereint. Step by Step zeigt er, wie Braten und Steaks, Burger, Bratwürste und andere Leckereien von Schwein, Rind und Geflügel hergestellt und zubereitet werden, und erzählt außerdem, welche besonderen Geschichten er mit den Gerichten verbindet.



Sonntags-BBQ

Deutscher Fachverlag GmbH 2023
228 Seiten, Hardcover
€ 68
ISBN 978-3-86641-354-2



**Besuchen Sie uns!
Halle 9, Stand C10**

WIR UNTERSTÜTZEN:



**FÜR HANDWERKER
DIE WERT AUF
QUALITÄT LEGEN.**



Fleisch ist für Dirk Freyberger nicht nur ein großer Genuss, sondern als nährstoffreichstes Lebensmittel unverzichtbar.

Foto: © Freyberger / Florian Köhler

Sehen Sie dort schon Bewegung?

Leider nicht. Derzeit ist es so, dass gewinnorientierte Investoren die Produktion von fleischfreien und veganen Lebensmitteln massiv puschen. Kein Wunder, schließlich können sie mit diesen Fertigprodukten enorme Renditen erzielen. Wenn man auf die Zutatenliste dieser Produkte schaut, dann wird einem manchmal ganz schlecht. Da ist mehr Industrie drin als in den meisten anderen Lebensmitteln. Jeder Veganer und Vegetarier, der sich seine Speisen selbst kocht, weiß, wie schwer und aufwendig es ist, mit einer rein pflanzlichen Ernährung alle nötigen Nährstoffe zu sich zu nehmen. Für sie gehört ein industriell hergestelltes Schnitzel sicherlich nicht auf die Speisekarte. Ich bin deshalb nicht der Meinung, dass der rein pflanzlichen und veganen Ernährung die Zukunft gehört. Ich habe deshalb auch keine

Angst vor diesem Trend. Im Gegenteil, er ist für mich ein riesengroßer Humbug.

Ist es nicht etwas zu einfach, die Verantwortung für das angeschlagene Image der Branche und den daraus resultierenden Fachkräftemangel nur bei Politik, Medien, Investoren und Aktivisten zu suchen?

Die Tatsache, dass das Metzgerhandwerk einen so schlechten Ruf hat und wir nicht genug Mitarbeiter finden, ist kein Problem der letzten fünf Jahre. Wir haben es in den letzten 30 Jahren komplett verschlafen, uns richtig zu positionieren und junge Leute anzusprechen. Im Gegenteil, wir haben mehr als eine Generation komplett verloren und müssen uns das Vertrauen bei den jungen Leuten jetzt ganz langsam wieder aufbauen.

Wie kann das gelingen?

Um unseren Beruf und das Ansehen des Lebensmittelhandwerks zu verbessern, müssen wir vor allem die Qualität unserer Produkte viel stärker betonen. Durch die Abwertung der Lebensmittel wertet man nämlich automatisch auch den Beruf ab – und das dürfen wir nicht zulassen. Eine weitere Maßnahme wäre, in den Schulen mehr Wert auf handwerkliche Fächer zu legen. Sie sollten vor allem in weiterführenden Schulen wieder eingeführt werden. So könnten junge Leute früher erkennen, dass ein handwerklicher Beruf sehr viel Spaß macht und dass das Gefühl, mit den eigenen Händen etwas zu schaffen, sehr erfüllend ist. Derzeit ist es leider meist noch so, dass viele junge Menschen erst in der Universität merken, dass sie keine Lust haben, ihr ganzes Leben hinter dem Schreibtisch zu sitzen. Für das Handwerk sind sie dann schon verloren.

Das sind aber sehr langfristige Ideen, die den akuten Fachkräftemangel nicht beheben können.

Ja, das stimmt. Wir haben uns daher dazu entschlossen, verstärkt im Aus-

land nach neuen Mitarbeitern zu suchen. Eine entsprechende Kampagne haben wir schon vorbereitet. Sie können bei uns dann ihre Ausbildung machen, danach bei uns weiterarbeiten und sich weiterbilden, zum Beispiel zum Meister oder zum Fleischsommelier.

Der eine oder andere sagt, dass der Fleischsommelier zwar ein netter Titel, aber kein Qualitätssiegel ist.

Dem muss ich entschieden widersprechen. Der Fleischsommelier ist ein Quantensprung für das Metzgerhandwerk. Er ist ein Genussbotschafter, der auf die Verbraucher zugeht und ihnen fachkundig und leicht verständlich erklärt, was das Besondere an diesem Lebensmittel ist. Ein Fleischsommelier kann also aktiv und progressiv Werbung für die Branche, den Beruf und die Produkte machen.

Sie sind nicht nur Fleischsommelier, sondern mit dem Butcher Wolfpack auch Weltmeister geworden. Warum haben Sie sich auch diese zeitaufwendige Arbeit aufgebürdet?

Ich habe mitgemacht, weil das Butcher Wolfpack ein eingeschwoener Haufen ist. Außerdem bin ich überzeugt, dass wir einen tollen Beruf haben, für den wir noch mehr Werbung machen müssen. Der Weltmeistertitel ist nicht nur für mich und meine Teamkollegen ein großartiger Erfolg, er ist auch ein riesiger Imagegewinn für die ganze Branche. Wir müssen versuchen, noch viele positive Schlagzeilen zu schreiben, damit es künftig wieder eine Ehre ist, wenn man sagt: „Ich bin ein Metzger“. ←

Das Gespräch führte Peter Schneider.

» Wir müssen versuchen, noch viele positive Schlagzeilen zu schreiben, damit es wieder eine Ehre ist, wenn man sagt: „Ich bin ein Metzger“.

ASCOTT® Autoklaven

... bringen, was Profis brauchen: Vollkonserven auf Knopfdruck.



**Alles komplett
VOLLAUTOMATISCH**

Entdecken Sie den neuen Standard für den Mittelstand!

Für Sie vor Ort:
Uwe Oswald (Dipl.-Ing.)
Mobil: +49 172 371 65 98



ascott-autoklaven.de



Stand
7A68

LIVE
PRÄSENTATION

„Vollkonserven
auf Knopfdruck!“

täglich zu jeder
vollen Stunde

Lecker Gratis-HUPSI
für jeden
Teilnehmer!*

PRODUZIERT MIT ASCOTT



*solange unser Vorrat reicht!



Egal ob Schwarz-, Reh- oder Rotwild: Auch ohne eigene Bio-Zertifizierung ist Wildbret mit das natürlichste, gesündeste und schmackhafteste Fleisch.

Foto: © Grell-DJV

WILD & JAGD

Die regionale Herkunft ist das entscheidende Kriterium

Wildbret liegt im Trend. Allerdings sind mit dem Fleisch aus heimischen Wäldern auch einige Herausforderungen verbunden. Zum einen müssen sich Jäger und Metzger gegen die Importware aus Übersee behaupten. Zum anderen ist Wildfleisch trotz steigender Nachfrage ein Nischenprodukt. Das lässt sich aber ändern.

Wildfleisch ist aromatisch, enthält wenig Fett und viel Eiweiß. Zudem steckt es voller Mineralstoffe. Keine Frage, dass das leckere Krafftutter bei den Deutschen gut ankommt. 84 Prozent von ihnen betrachten Wildbret als gesundes und natürliches Lebensmittel. Das ergab eine repräsentative Umfrage des Deutschen Jagdverbands (DJV).

Und nicht nur das: Über die Hälfte der Bundesbürger gönnt sich mindestens einmal jährlich Wildfleisch. In der Jagdsaison 2021/2022 wurden hierzulande mehr als 30.000 Tonnen verspeist. Spitzenreiter war mit knapp 17.000 Tonnen das Schwarzwild. In deutlichem Abstand folgte das Rehwild, das es immerhin noch auf rund 9.500 Tonnen brachte, während das Rotwild mit etwas über 2.600 Tonnen den dritten Platz belegte.

Wildfleisch führt Nischendasein

Obwohl Wildbret bei den Deutschen gerne auf die Teller kommt, sogar einen kontinuierlichen Aufwärtstrend verzeichnen kann, „spielt es im Vergleich zur Gesamtmenge des verzehrten Fleisches eine untergeordnete Rol-

le“, weiß DJV-Pressesprecher Torsten Reinwald. „In der Bundesrepublik werden pro Kopf und Jahr etwa ein halbes Kilo Wild, aber mehr als 50 Kilo konventionelles Fleisch verzehrt.“

Dieser Einschätzung kann Metzgermeisterin Petra Nieding nur zustimmen. Sie betreibt mit der Wildkammer eine auf entsprechende Produkte spezialisierte Fleischerei im pfälzischen Bad Sobernheim. Gründe für das Nischendasein sieht sie zum einen in den Vorlieben der Verbraucher: Wild ist ebenso wie Lamm nun mal nicht jedermanns Geschmack.

Zum anderen gibt es mehrere Vorurteile, die sich hartnäckig halten. „So herrscht immer noch der Irrglaube, dass Wild streng schmeckt.“ Der berühmte „Hautgout“ sei aber nichts anderes als eine Geschmacksveränderung infolge unsachgemäßer Behandlung des Wildbrets beim Aufbrechen oder Kühlen beziehungsweise der Verwertung von brunftigem Fleisch. Zu den Vorurteilen gehöre außerdem, dass Wild vor allem als Herbst- und Winterprodukt betrachtet werde. „Dabei haben wir mittlerweile durch die erheblich ausgeweiteten Jagdzeiten fast ganzjährig frisches Wildbret vorrätig.“

Fakt ist allerdings auch, dass sich mit der Verfügbarkeit nicht langfristig kalkulieren lässt. Schließlich hängt die Menge des Wild-Nachwuchses stark von der vorhandenen Nahrung und dem Wetter ab. „Haben wir ein heißes, trockenes Frühjahr wie 2018, sterben viele Jungtiere. Ein nasskaltes Frühjahr ist ähnlich schlimm“, erklärt Reinwald. „Nur wenn es optimal läuft, kommen mehr Jungtiere über die Runden, und wir können mehr jagen.“ Schweine- und Rinderzüchter haben es da leichter, sie stellen sich die benötigten Tiere einfach in den Stall. Um den Wildbedarf der Kunden trotzdem decken zu können, versorgt sich der Handel mit vakuumierten oder tiefgefrorenen Produkten aus Neuseeland und Australien. Auch wenn es Gatterwild ist, das mit Kraftfutter aufgezogen und um die halbe Welt transportiert wurde – was zu einer extrem schlechten Ökobilanz führt.

Diese Verkaufsargumente ziehen

Genau hier sollte angesetzt werden, um deutsches Wild besser zu positionieren und erfolgreich gegen die Importware abzugrenzen. „Der Hinweis auf die regionale Herkunft ist für mich das entscheidende Kriterium“, sagt



» Der Hinweis auf die regionale Herkunft ist für mich das entscheidende Kriterium.

Petra Nieding, Geschäftsführerin
Gesellschafterin Die Wildkammer oHG,
Metzgermeisterin und Fleischsommelière

Foto: © Die Wildkammer, Feinkost Metzgerei Stephan

Ein Boden von TROEGER. Der hält was aus!

Industrieböden für höchste mechanische,
chemische und thermische Beanspruchung

TROEGER[®]
www.troeger-gmbh.de

Der Fachverleger für
UCRETE-PU-Beton

Tel.: 0931 96 06-22



3 Fragen an Leonie Baumeister

Metzgergesellin, Mitglied der Nationalmannschaft im Fleischerhandwerk und passionierte Jägerin.

→ **Was glauben Sie, in welcher Form sich Wildfleisch bestmöglich vermarkten lässt?**

In Form von Spezialprodukten und Veredelungen. Natürlich möchten alle Jäger etwas aus ihrem erlegten Wild machen, ihnen mangelt es jedoch meist an den nötigen Fachkenntnissen. Das wird meiner Meinung nach in den Jagdschulen auch zu wenig

behandelt. Gelernte Metzger wissen dagegen, welche Teilstücke sich für Steak, Braten oder Gulasch eignen. Dieses Know-how braucht es einfach, um die Qualität zu gewährleisten, die für den Verkauf so wichtig ist.

→ **Wie kann die Fleischbranche heimischem Wild mehr Bedeutung bei den Verbrauchern verschaffen?**

Ich finde, wir sind bereits auf einem ziemlich guten Weg. Allerdings wäre es hilfreich, wenn es mehr Projekte wie die „Wilde Sau“ gäbe.

→ **Worum handelt es sich dabei?**

Im Neckar-Odenwald-Kreis gibt es relativ viele Wildschweine. Das Projekt „Wilde Sau“ zielt darauf ab, regionale Jäger und Metzger zu unterstützen, indem die Vermarktung der Tiere angekurbelt wird. Um das zu erreichen, soll die Öffentlichkeit für das Lebensmittel Wildschwein sensibilisiert werden und dafür, dass es sich sehr gut in der Alltags-, Festtags- und Grillküche macht. Das ist wie eine kleine Eigenmarke in der Region.

Nieding. „Unser Wildfleisch stammt ausschließlich aus unserer eigenen Jagd und vertragsgebundenen Zulieferer-Revieren in angrenzenden Hegebezirken.“ Weil es sich um ein Lebensmittel der kurzen Wege handelt, ist der CO₂-Fußabdruck sehr klein. Deutsche Rehe, Hirsche und Co. leben zu-

dem in freier Wildbahn. Dass sie sich viel bewegen, „hat einen positiven Einfluss auf die Struktur des Fleisches. Und weil sie fressen, was sie wollen, ist Wildfleisch zwar kein Biofleisch, aber das ursprünglichste Lebensmittel, das wir in Deutschland überhaupt haben“, so Reinwald. Diese Punkte gilt es, den Kunden gegenüber zu kommunizieren.

Genauso wie den Umstand, dass das Tierwohl nicht zu kurz kommen muss. Natürlich finden Treib- und Drückjagden statt, die im Wild einen hohen Stresspegel erzeugen. Nieding jedoch verarbeitet Tiere, die zu 95 Prozent vom Hochsitz aus geschossen wurden. „Der plötzliche Tod, wie er bei der Einzeljagd eintritt, gewährleistet Tierwohlaspekte in einem Maße, wie sie in keiner anderen Form der Fleischgewinnung gegeben sind.“ Ihr Wild kenne keinen Stress durch Haltung, Transport oder Schlachtung. Es lebe in Gottes schöner Natur und fresse das, was die Genetik ihm vorgebe. „Mehr Tierwohl geht nicht.“

Und wie sieht es mit der Nachhaltigkeit, einem der wichtigsten Verkaufsargumente, aus? Sie ist schon dadurch gewährleistet, dass hierzulande mit Rücksicht auf die sogenann-

Kurze Wege und ein kleiner CO₂-Fußabdruck: Für Torsten Reinwald, Pressesprecher des Deutschen Jagdverbandes, wichtige Gründe, die für das Wildfleisch sprechen.

Foto: privat



te Bestandsreglementierung gejagt wird. Metzgereien wie Die Wildkammer verwerten die Tiere außerdem „from nose to tail“. Selbst die Knochen werden zu Wildfond verarbeitet, während passierte Fleischabschnitte im hauseigenen Hundefutter „Wilde Beute“ landen. Es braucht nur ein bisschen Kreativität. Obendrein kann der Verkauf über die Qualität des Wildfleisches angekurbelt werden. Bei heimischen Tieren lassen sich die Lieferketten meist sehr gut zurückverfolgen. Das wiederum ist eine wichtige Voraussetzung, um hiesige Qualitätsstandards garantieren zu können.

Wildbret mehr Relevanz verleihen

Um den Stellenwert der heimischen Wildprodukte zu verbessern, wünscht Nieding sich eine stärkere Zusammenarbeit mit dem DJV und den darin zu-

sammengeschlossenen Jagdverbänden. Dabei sei es eminent wichtig, auf die Qualität des Ausgangsprodukts zu achten. Auch sollten die Handwerksmetzgereien stärker auf die Einhaltung des Meisterprivilegs bei der Wurst- und Schinkenherstellung pochen. „Es kann nicht sein, dass ich als Metzgermeisterin umfangreiche Weiterbildungsmaßnahmen wie meine Ausbildung zur Fleisch-, Wurst- und Schinken-Sommelière absolviere, zudem beträchtliche Investitionen in meine Betriebe tätigen muss, gleichzeitig aber in ‚Garagenmetzgereien‘ Wurst und Schinken in erheblichem Umfang hergestellt und unter die Leute gebracht werden.“ ←

Text: Andrea Möller

» **Wildfleisch ist zwar kein Bio-Fleisch, aber das ursprünglichste Lebensmittel, das wir überhaupt in Deutschland haben.**

Torsten Reinwald, Pressesprecher
Deutscher Jagdverband e. V.



PDC 700

SIE WOLLEN MEHR UND VIELFALT? NEHMEN SIE UNSER MULTITALENT!



Erleben Sie unsere nachhaltigen Konzepte auf der **SÜFFA**

Halle 9, Stand 9B21
Wir freuen uns auf Sie!

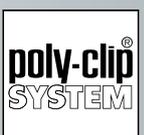
Mit dem neuen Poly-clip InkJet Drucker ES 6000 ist die Produktkennzeichnung und somit die exakte Chargenrückverfolgung auch während des Produktionsvorgangs effizient und umweltfreundlich möglich. Das Etikettiersystem kann mit allen PDC und PDC-A Maschinen benutzt werden.

Kaliber bis 115 mm

Für alle Kunststoff-, Faser-, Collagen- und Naturdärme

Modular: alle Ausstattungsmöglichkeiten individuell nachrüstbar

Mehr Sicherheit durch Zweihandauslösung des 1. Clips



Strenge Vorgaben: Die Tötung von Rindern mit dem Weideschuss ist an hohe rechtliche Hürden gekoppelt, aber dennoch für immer mehr Betriebe von großem Interesse.

Foto: © privat



HOF- UND WEIDESCHLACHTUNG

Weniger Leid, mehr Geschmack

Die Hofschlachtung und der Weideschuss stellen noch immer eine Nische dar, allerdings mit sehr großem Potenzial. Grund ist die immer stärkere Ausrichtung auf das Tierwohl bei Metzgern und Verbrauchern.

Eben noch grast das Rind nichtsahnend auf der Weide, wenige Minuten später hängt es bereits tot zum Ausbluten am Frontlader oder im betriebseigenen Schlachthaus. Eine für das Tier stressfreie Schlachtung befürworten Tierschützer wie Feinschmecker gleichermaßen. Doch so schlüssig die Vorteile für Tierhalter und die Fleischereibetriebe auch erscheinen, die Hof- und Weideschlachtung ist hierzulande bislang rar gesät. Allerdings soll sich dies nach dem Willen der Bundesregierung perspektivisch ändern. Bereits zu Jahresbeginn sprach sich Bundeslandwirtschaftsminister Cem Özdemir für den Ausbau der sogenannten mobilen Schlachtung auf Bauernhöfen aus. Dem Grünen-Politiker sind vor allem die Transportwege zu den Schlachthöfen ein Dorn im Auge. Angesichts der

schrumpfenden Anzahl von Schlachtbetrieben müssen viele Landwirte ihre Tiere auf immer längere Strecken quer durch die Republik schicken.

Konsolidierung im Schlachtmarkt

Aufgrund der fehlenden Verarbeitungsinfrastruktur rentiert sich in manchen Landesteilen insbesondere für kleinere Höfe die Tierhaltung kaum noch. Wie stark die Konsolidierung der Schlachtbranche vorangeschritten ist, zeigt die jüngste Marktübersicht der Interessengemeinschaft der Schweinehalter Deutschlands (ISN). Demnach haben die Top 10 der Branche inzwischen einen Marktanteil von 82 Prozent. Vor dem Hintergrund der hohen Inflation sowie des gleichzeitig sinkenden Schlachtvolumens rechnet die ISN mit einer weiteren Konsolidierung des Markts. Der Rückgang der



nommen, da die alte nicht mehr mit der wachsenden Nachfrage Schritt halten konnte. „Oberstes Ziel ist es, unsere Rinder absolut stressfrei zu schlachten“, erklärt die 26-jährige Fleischermeisterin und diplomierte Betriebswirtin. Im familiär geführten Betrieb verantwortet Vater Jens Bauer die Tierhaltung. Entsprechend begleitet er jedes Rind einzeln die wenigen Meter vom Stall ins Schlachtgebäude. Familie Bauer geht es dabei neben dem Tierwohl auch um den Geschmack der Endprodukte. Bei der klassischen Schlachtung im Großbetrieb schütten die Tiere bereits auf dem Transportweg und später in den Schlachthallen große Mengen Stresshormone aus.

Schlachtmengen ist zu großen Teilen auf das Umdenken der Verbraucher zurückzuführen, die verstärkt auf Klasse statt Masse setzen. Vor allem direktvermarktende Betriebe profitieren von diesem Trend. Die gesamte Wertschöpfungskette in der eigenen Hand zu haben, ist ihr großer Trumpf.

Wie dies in der Praxis funktioniert, demonstriert der Dresdner Betrieb Bauer's Hofladen. Erst im Sommer hat Geschäftsführerin Friederike Bauer eine neue Schlachtlinie in Betrieb ge-

Weniger Stress, mehr Geschmack

Auf den elementaren Zusammenhang von Stress und Geschmack verweist auch Holger Behrens, Systemberater teilmobile Schlachtung, Betriebswirt und Fleischer. Im brandenburgischen Trebbin betreibt er das Unternehmen Bio4Friends und hat den Weideschuss in Branchenkreisen schmackhaft gemacht. „Wer einmal das Fleisch eines komplett stressfrei geschossenen Rinds probiert hat, möchte nie wieder



» **Oberstes Ziel ist es, unsere Rinder absolut stressfrei zu schlachten.**

Friederike Bauer,
Geschäftsführerin,
Bauer's Hofladen

Foto: © Filip Lachmann



PHT

**Entdecken Sie die neuesten
Hygienelösungen auf der SÜFFA 2023**

Hygienetechnik
Sozialraumausstattung
Niederdruckschaumreinigung
Reinigungsbedarf
Behälterreinigung
Entwässerungstechnik
Hebe- und Kippvorrichtungen

Besuchen
Sie uns:

**Halle 9
Stand 9B62**

www.pht.group



Stressfreie Schlachtung:
Vor allem bei Landwirten
und Metzgern wie Max
Schulze, die großen Wert
auf Tierwohl und Fleisch-
qualität setzen, ist die
Hofschlachtung eine
lohnende Alternative.

Foto: privat



etwas anderes“, ist er überzeugt. Die Ursache für den gustatorischen Unterschied liegt im Gehalt der Stresshormone Cortisol und Adrenalin beziehungsweise deren nahezu vollständiger Abwesenheit, wenn das Tier unvorberichtet in seiner natürlichen Umgebung stirbt. Behrens ist, als einer der wenigen Brandenburger, die eine EU-Zertifizierung für den Weideschuss besitzen, bestrebt, sein Know-how mit Branchenkollegen zu teilen. Dazu wirbt er mittlerweile bundesweit für das Verfahren – mit Erfolg. In den Vierlan-

den südlich von Hamburg gründete er unlängst gemeinsam mit 44 landwirtschaftlichen Betrieben einen teilmobilen Schlachtbetrieb. In Niedersachsen und Sachsen-Anhalt bereitet er derzeit weitere Projekte dieser Art vor. „Alle Landwirte sind zugleich Anteilseigner des Schlachtbetriebs und partizipieren somit an der gesamten Wertschöpfungskette“, betont Behrens. Ob Bio- oder konventioneller Betrieb ist für ihn dabei zweitrangig: „Hauptsächlich geht es mir darum, den Tieren so viel Leid wie möglich im Schlachtprozess zu ersparen.“ Schließlich tötet der Weideschuss die Tiere auf der Stelle, während sie der klassische Bolzenschuss lediglich betäubt.

Rückenwind für Hofschlachtung

Noch stellen Hofschlachtung und Weideschuss mit einem bundesweiten Marktanteil von rund zwei Prozent eine Nische dar. Doch Behrens spürt merklichen Rückenwind: „Es hat mich durchaus überrascht, wie sehr die Landwirte aus dem Verantwortungsbewusstsein für ihre Tiere heraus an der Thematik interessiert sind.“ Auch die Vielfalt an teil- beziehungsweise vollmobilen Schlachtsystemen hat in den vergangenen Jahren zugenommen und erleichtert Interessierten somit die Verwirklichung ihrer Pläne. Exemplarisch für die Entwicklung stehen das Hofschlachtsystem Meadock, die etablierten Fabrikate des Uria e. V. sowie das System der Interessengemeinschaft „Schlachtung mit Achtung“.

Mit der Verordnung (EG) Nr. 853/2004 zur Schlachtung im Herkunftsbetrieb schaffte die EU 2021 die rechtlichen Rahmenbedingungen für den aktuellen Aufschwung der Hofschlachtung. Seither ist es grundsätzlich gestattet, pro Schlachtdurchgang bis zu drei Rinder, sechs Schweine oder drei Pferde im Herkunftsbetrieb unter Verwendung einer mobilen Schlachteinheit zu schlachten. Der Kugelschuss ist hingegen allein bei ganzjährig im Freien gehaltenen Rin-

dern möglich. Allerdings setzten die Bundesländer die EU-Verordnung teilweise nur zögerlich um. Brandenburg zählt hier zu den Vorreitern, wovon auch Behrens profitiert. Grundsätzlich positive Erfahrungen sammelte auch Jungunternehmerin Friederike Bauer, wobei sie in Sachsen hinsichtlich der Bürokratie durchaus noch Verbesserungsbedarf sieht: „Wir hätten uns mehr Flexibilität bei der gemeinsamen Lösungsfindung gewünscht.“

Hohe regulatorische Hürden

Einen besonders langen Atem bei der Realisierung seiner bevorzugten Hofschlachtung beweist der thüringische Fleischermeister Max Schulze. Vor den Toren der Skatstadt Altenburg betreibt Familie Schulze die Hoffleischerei Gut Priefel samt eigener Rinderhaltung. Seit 2017 kämpft der 30-Jährige dafür, seine Rinder im Freien, direkt vor dem Schlachthaus, töten und ausbluten lassen zu dürfen. Denn die niedrigen Decken des historischen Gemäuers lassen das klassische Aufhängen der Rinder nicht zu. „Inzwischen sehen wir Licht am Ende des langen Tunnels“, gibt sich Schulze vorsichtig optimistisch. Die amtliche Zustimmung sei offenbar zum Greifen nah.

Ursprünglich verwehrt die Behörden dem Vorhaben die Zulassung, da für eine EU-Zertifizierung sowohl das Betäuben und Töten als auch das Ausbluten der Tiere grundsätzlich in geschlossenen Räumen erfolgen muss. Schulze war dem Zeitgeist offenbar etwas voraus und glaubt, dass ihm mittlerweile der politische Wandel bei seinen Bemühungen hilft.

Um den höheren Kosten- und Arbeitsaufwand der Hofschlachtung beziehungsweise des Weideschusses wirtschaftlich darzustellen, hat Holger Behrens ein relativ einfaches Patentrezept – die ganzheitliche Vermarktung des geschlachteten Tiers: „Beispielsweise stellen wir aus den Fellen Kühl- und Laptopaschen mit einem speziellen Branding her.“ Gleichwohl plädiert er für einen insgesamt bewussteren Umgang mit den tierischen Erzeugnissen. So müssten die Fleischereibetriebe ihre Kunden dazu bringen, sich für mehr als nur die Filetstücke zu begeistern. ←

Text: Filip Lachmann

Erfordernisse für den Weideschuss

- nur bei Rindern aus ganzjähriger Freilandhaltung zulässig
- zertifizierter Schütze, dies kann auch der Fleischer oder der Landwirt sein
- Sachkundenachweis, Waffenschein, Waffenbesitzkarte, großkalibrige Waffe, Munition
- erhöhte Schussposition und Weidegelände mit geeignetem Kugelfang
- Schuss aus möglichst kurzer Distanz direkt in den Kopf
- amtlicher Veterinär für die Lebendbeschau auf der Weide
- behördliche Anmeldung jedes einzelnen Weideschusses
- Vorhandensein einer mobilen Schlachteinheit
- das Blut muss beim Entbluten im Freien aufgefangen werden

Wir haben uns auf die Konzeptionierung und Weiterentwicklung von qualitativ hochwertigen Verkaufsautomaten für verschiedenste Verkaufsartikel und Kundenwünsche sowie unterschiedlichste Branchen wie z. B. Metzgereien, Hofläden, Hotellerie, Catering, LEH, Fitnessstudios, Autowaschstraßen, Industrie u. v. m. spezialisiert. Der Vertrieb erfolgt Deutschland- und Europaweit.



vendCom
vendCom Deutschland GmbH

Unser Metzgereiautomat „ButcherShop“ lässt keine Wünsche offen. Er ist wetterfest und Outdoorzertifiziert – Ob Bezahlmöglichkeiten mit Handy, Girocard oder Kreditkarte, besonders Vandalismus-resistente HighSecurity-Ausstattung, Wetterfestigkeit, 2 Grad-HACCP-Lebensmittelkühlung, Fleischtheckenbeleuchtung, Überwachung per Handy-App, Design-Folierungen, UV-Schutzfolie, Servicesteckdose, Alterskontrolle – all dies und mehr kann geordert werden. Die patentierten Produktebenen können bei Produktwechsel einfach und ohne Werkzeug umgesteckt werden.

Wir bieten:

- Professionelle Beratung rund um den Produktverkauf aus Automaten.
- Qualitativ hochwertige, flexible und leicht bedienbare Verkaufsautomaten und Kaffeemaschinen.
- Füllprodukte für Kaffeemaschinen.
- Anpassung an verschiedenste Verkaufsartikel und Kundenwünsche.
- Folierung von Automaten in Kunden-individuellem Design.
- Zuverlässiger und umfassender Service.
- Sehr gutes Preis-/Leistungsverhältnis.
- Finanzierungsmöglichkeiten Mietkauf oder Leasing.

SÜFFA 2023
Halle 7,
Stand 7D84



Pastor-Hochherz-Str. 45
53859 Niederkassel
Tel: +49 (0) 2208/93 480 - 20
Fax: +49 (0) 2208/93 480 - 29
E-Mail: contact@vendcom.de
Homepage: www.vendcom.de

24-Stunden-Regiomarkt mit eigenen und alternativen Produkten.

Foto: © Bechtel



AUTONOME METZGEREI

Verkaufscontainer sorgen rund um die Uhr für **mehr Umsatz und Unabhängigkeit**

Der Fachkräftemangel trifft das Handwerk besonders hart. Die Unternehmen sind auf der Suche nach Lösungen, mit denen sie Abhilfe schaffen können. **Moderne Technologie und konsequente Digitalisierung bis hin zur Umstellung des Geschäftsmodells können die Produktion effektiver und Handwerksmetzger unabhängiger vom Personal machen.**

In fast der Hälfte der 801 registrierten Berufsgruppen in Deutschland gibt es laut Bundeswirtschaftsministerium einen Fachkräftemangel. Das Handwerk ist besonders betroffen. Es hat keinen hohen Stellenwert mehr, heißt es. Immer mehr junge Menschen streben einen Studienabschluss an. Seit 2015, so das Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung (KOFA), bleiben mehr Ausbildungs-

plätze mangels Bewerber offen, als es arbeitslose Handwerkerinnen und Handwerker gibt. Das Fleischerhandwerk zählte 2022 knapp 2.500 Auszubildungsverhältnisse zum Fleischer und damit zwei Drittel weniger als noch Anfang der 2000er-Jahre mit 7.500. Im Verkauf sieht das Verhältnis noch dramatischer aus. Hier sank die Anzahl der Auszubildungsverhältnisse von 10.000 auf unter 2.500.

Mit Verkaufsautomaten die Belegschaft entlasten

Das bedeutet kaum noch Nachwuchs und steigende Belastung für die vorhandene Belegschaft. Viele Metzgereien müssen außerdem aufgeben, weil sie niemanden finden, der den Betrieb übernehmen möchte. Bei der Fleischerei Bechtel in Willingshausen-Zella ist das anders. Dort führt Juniorchef Johannes Bechtel in der dritten Generation die Geschäfte.

Aber auch die hessische Traditionsmetzgerei hat Probleme, Nachwuchs zu finden. Um seine bestehende Belegschaft zu entlasten, hat der Fleischermeister deshalb an seinen Filialen in Ziegenhain und Alsfeld Verkaufsautomaten etabliert. Am dritten Standort in Schrecksbach wird demnächst auch einer aufgestellt. „Unser Geschäft in Ziegenhain ist Montag bis



SÜFFA 2023
HALLE 9,
STAND A30

KOMPAKT KUTTERN MIT HYGIENE-HIGHLIGHTS

Der Vakuumkutter VCM 70 Hygienic Secure
für das Lebensmittelhandwerk:



- stufenloser Messerwellen-Antrieb als Standard für flexiblen Einsatz
- durchdachte Hygienic-Secure-Lösungen für schnelle und zuverlässige Reinigung und sichere Lebensmittelproduktion
- kompakte Abmessungen
- mit der Software **CutControl** Rezepte verwalten und Produktionsabläufe steuern

www.kgwetter.de

K+G WETTER





Interessantes Zusatzgeschäft mithilfe von Kühlschränken, die mit hochwertigen Waren bestückt und rund um die Uhr zugänglich sind.

Foto: © Fleischerei Hack

Mittwoch nachmittags geschlossen. Mit dem Wurst-O-Mat haben wir die Möglichkeit, Kunden immer auch außerhalb unserer Öffnungszeiten bedienen zu können“, sagt Bechtel.

24-Stunden-Regiomarkt mit erfreulichen Umsätzen

Mittlerweile ist Bechtel, inspiriert von einem Kollegen in Freising, noch einen Schritt weiter gegangen und hat einen 24-Stunden-Regiomarkt eröffnet. „Eigentlich war der für Ziegenhain gedacht, damit dort vorbestellte Ware jederzeit abgeholt werden kann.“ Aus Denkmalschutzgründen war das jedoch nicht möglich, aber in Neukirchen konnte das Projekt schließlich auf dem Gelände eines Edeka-Marktes realisiert werden.

In dem autarken Container-Ladengeschäft bietet Bechtel in zwei Kühlschränken verschiedene Wurstwaren, Glaskonserven und Grillgut aus eigener Produktion an. Getränke, Milchprodukte, Eier, Mehl und Müsli von einer regionalen Mühle sowie andere Lebensmittel runden das Angebot ab. Tiefkühlprodukte wie Schweine- und Rinderhack gibt es in einem dritten Automaten, außerdem Fertigbackwaren und Bauernhofeis. Der vierte Schrank mit einzelnen Fächern dient zur Abholung von vorbestellter Ware und funktioniert wie eine Packstation der Post mit Code zum Öffnen des Fachs.

Die Bestellung erfolgt über Bechtels Wurst-App. Auch die Zahlung vor Ort ist einfach und kann über Smartphone, Karte, Bargeld oder Gutscheincodes erfolgen. Bechtel füllt die Automaten zusammen mit seiner Partnerin selbst auf. „Das nimmt eine Stunde am Tag in Anspruch. Der Regiomat macht Superumsätze. Sie liegen pro Tag im mittleren dreistelligen Bereich – am Wochenende höher, wochentags etwas niedriger.“ Die Automaten sind digital angebunden, sodass der Bedarf für Bechtel jederzeit sichtbar ist.

Die Kasse scannt RFID-Tags automatisch

Man kann das Ganze auch noch größer umsetzen, und zwar mit einem klassischen Ladengeschäft. Die Augsburgener SmartStore24 GmbH hat von zwölf Standorten bereits vielversprechende Rückmeldungen bekommen. „Von bis zu fünfstelligen Umsätzen pro Woche ist die Rede“, erzählt Geschäftsführer Michael Kimmich. Die Kundinnen betreten die SB-Läden per EC-Karte oder Registrierungscode. Am Schluss scannt die Kasse über die RFID-Tags die gewählten Produkte automatisch, bucht den Endpreis ab und gibt gleichzeitig eine Inventar-Rückmeldung an den Betreiber. SmartStore arbeitet mit verschiedenen Partnern zusammen und kann eine Verkaufsstelle innerhalb von sechs Wochen umsetzen, wenn der Standort gefunden ist.

Wer sein Personal entlasten möchte, kann das auch über Hybrid-Lösungen realisieren. Denkbar ist ein vom Ladengeschäft abgeschotteter Bereich, der als SB-Bereich funktioniert und außerhalb der regulären Öffnungszeiten zugänglich bleibt. Aber auch innerhalb eines Raums gibt es Möglichkeiten, zum Beispiel über einen Aufsatz, der für Bedienung und Selbstbedienung gleichermaßen nutzbar ist. So können auch zu normalen Geschäftszeiten Selbstbedienungsprodukte eingekauft und der Zahlungsvorgang über einen Terminal abgeschlossen werden.

Einsatz von digitalen Lösungen spart viel Zeit und Geld

Darüber hinaus gibt es viele Möglichkeiten, das traditionelle Fleischerhandwerk mit seinen überlieferten Rezepten zu modernisieren. „Die Digitalisierung ist in allen Prozessen enthalten. Das fängt bei der Produktion an, geht über die Auftragsverarbeitung, die Arbeitsorganisation und den Verkauf bis zu Kommunikation und Mitarbeitergewinnung“, sagt Dr. Reinhard von Stoutz, Geschäftsleitung Deutscher Fleischer-Verband.

Bei Bechtels machen digitale Helfer den Alltag für die Belegschaft und die Inhaber leichter. Über Tablets rufen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Filialen To-do-Listen auf. „Kontrolle ist nicht mehr nötig“, so Bechtel. „Man hakt ab, dass man beispielsweise das Regal saubergemacht hat. Das System kontrolliert also selbst.“ Mit der digitalen Zeiterfassung spart Bechtel nach eigenen Angaben bei 60 Mitarbeitern zehn Stunden im Monat. „Es ist ein faires System und es braucht keinen mehr, der mühevoll die Stunden kontrolliert.“ Die Speisekarte für den Mittagstisch sowie spezielle Angebote werden, wenn sie einmal erstellt sind, automatisch in den Social-Media-Kanälen wie Instagram und Facebook verbreitet. Tipps für die nächste Grillparty oder Rezeptideen lässt Bechtel KI-basiert erstellen.

Digitalisierung in der Produktion optimiert die Prozesse

Auch die Produktionsprozesse im Fleischereibetrieb können mithilfe der Digitalisierung optimiert werden. Digitale Waagen messen genau, Zutaten sowie Mengenangaben für bestimmte Stückzahlen werden automatisch berechnet. Auch bei Personalwechsel bieten Softwarelösungen die Möglichkeit, das Wissen und die Vorgaben einfach und schnell zu vermitteln. Durch integrierte Tagesplanner auf Wandscreens oder Tablets können Produktionsschritte terminiert oder als Liste mit Aufgaben angezeigt werden.

Die Transparenz bei der Schichtübergabe ist gewährleistet. Alle Zutaten der Fleischprodukte sind gespeichert und können auch vom Verkaufspersonal bei Beratungsgesprächen problemlos abgerufen werden. Moderne Technologien und digitale Vernetzung erhöhen die Produktionssicherheit, Maschinen lassen sich effizienter nutzen. Und es kann flexibler auf Marktveränderungen eingegangen werden.

Marketing über Online-Shops, Website und Social Media

Einen Großteil des Umsatzes erzielen Fleischereibetriebe nach wie vor in ihren Filialen. Doch das Verhalten der Kunden ändert sich. Vor allem junge Leute informieren sich übers Netz und kaufen dort auch ein. Deshalb nutzen immer mehr Betriebe wie die Metzgerei Bechtel ihre Website, Online-Shops und Social Media, um auf sich und ihr Angebot aufmerksam zu machen. Junge Menschen, die als Digital Natives aufgewachsen sind, können sich neben dem Handwerklichen darin beweisen, die digitalen Medien zu pflegen und regelmäßig mit neuen Inhalten zu füllen. Daher sind Grundlagen des Online-Marketings inzwischen fester Bestandteil der Ausbildung. ←

Text: Kirsten Rein



Wertschöpfung im Handwerk erhöhen

Extrem kompakt und trotzdem vollgepackt mit Mehrwerten – das ist die neue Weber Entvliesmaschine **AMS 400 Eco**.

Ihre Vorteile:

- Veredelung von Teilstücken für höhere Verkaufspreise
- Attraktive Thekenpräsentation
- Reduzierung der Bearbeitungszeit
- Reduzierung der Betriebskosten

Besuchen Sie uns auf der SÜFFA in Halle 9 Stand 9A40 und entdecken Sie unser Einstiegsmodell für das professionelle Entvliesen!



weber



Eine Branche wird weiblicher: Immer mehr junge Frauen drängen in den Fleischerberuf.

Fotos: © Deutscher Fleischer-Verband

FRAUEN IM HANDWERK

Klare Ziele vor Augen

Der Anteil weiblicher Azubis im Metzgerhandwerk steigt. Häufig stammen sie aus Fleischerfamilien und wollen Verantwortung im Familienbetrieb übernehmen. Aber auch mehr Fachverkäuferinnen entscheiden sich für den Metzgerberuf.

Das Metzgerhandwerk bleibt männlich geprägt, der weit überwiegende Teil der Auszubildenden sind junge Männer – doch der Frauenanteil steigt seit Jahren kontinuierlich: Lag dieser bei den erfolgreich abgelegten Gesellenprüfungen 2013 bundesweit noch bei 3,3 Prozent, so hat sich die Zahl bis 2022 mit 7,1 Prozent mehr als verdoppelt. Bemerkenswert dabei: Die absolute Zahl der Frauen, die die Gesellenprüfung absolvierten, ist relativ konstant geblieben: 2013 waren es 44, 2022 49. Im gleichen Zeitraum hat sich aber die Gesamtzahl der Ausbildungsabschlüsse pro Jahr von 1.317 auf 686 fast halbiert. Dadurch wuchs der Frauenanteil, der seinen vorläufig höchsten Wert 2021 mit 9,1 Prozent erreichte.

Dass sich mehr junge Frauen für den Fleischerberuf interessieren, beobachtet auch Martin Fuchs, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Fleischer-Verbands (DFV). Er führt das auch darauf zurück, dass sich die Berufsbilder wandeln. „Die traditionelle Verteilung Frauen im Verkauf, Männer in der Produktion lockert sich gerade“, sagt Fuchs.

„Als Fachverkäuferin steht man nach der Ausbildung vor der Entscheidung, dabei zu bleiben und dauerhaft in diesem Bereich zu arbeiten oder man macht eine weitere Ausbildung“, sagt Nora Seitz, Ausbildungsbeauftragte beim DFV. „Immer mehr Frauen gehen den zweiten Weg und erarbeiten sich den Titel der Fleischergesellin.“

Nur per Zufall in die Fleischbranche gefunden

So war es auch bei der 26-jährigen Lisa Rösler, die ihre Ausbildung zur Fleischereifachverkäuferin bei der Metzgerei Schneider in Pliezhausen bei Reutlingen absolvierte, zunächst drei Jahre im Verkauf arbeitete und dann die Metzgerausbildung anschloss. Dass sie heute in der Fleischbranche arbeitet, bezeichnet sie selbst



» Die traditionelle Verteilung Frauen im Verkauf, Männer in der Produktion lockert sich gerade.

Martin Fuchs, Hauptgeschäftsführer
Deutscher Fleischer-Verband (DFV)

als Zufall: „Ich wollte immer etwas mit den Händen machen, also keinen Bürojob.“ Die Arbeit als Fachverkäuferin machte ihr zwar Spaß, „aber ich wollte schließlich mehr über die Herstellung der Produkte wissen“, sagt sie. Einen Wechsel in die Produktion habe sie sich aber zunächst nicht zugetraut.

Dabei spielte auch die traditionelle Vorstellung eine Rolle, dass der Metzgerberuf viel körperliche Kraft erfordert. „Da hat sich glücklicherweise viel geändert, Maschineneinsatz und Digitalisierung erleichtern heute den Arbeitsalltag ungemein“, sagt DFV-Hauptgeschäftsführer Fuchs. Als Beispiel nennt er die automatische Beschickung von Verarbeitungsmaschinen bei der Wurstherstellung:

BESUCHEN SIE UNS
AUF DER SÜFFA!

HALLE 7
STAND 7D83

Individuelle Kühlmöbel.

Zeitlos. Hochwertig. Effizient.

kmw-limburg.com

KMW[®]
KÜHLMÖBELWERK
Qualität aus Deutschland



Positiver Einfluss aufs Betriebsklima: Frauen sind kommunikativer und strukturierter. Das führt oft zu einer besseren Zusammenarbeit und zu besseren Ergebnissen.

Fotos: © Deutscher Fleischer-Verband

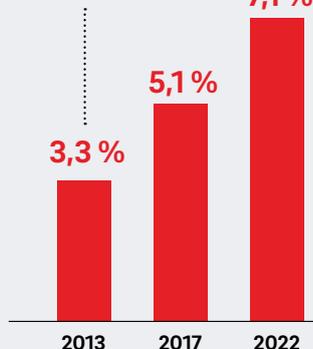
Steigender Anteil von Frauen

Erfolgreich bestandene Gesellenprüfungen der Fleischer, bundesweit

Gesamt:

1.317 848 686

davon weibliche Absolventinnen:



Quelle: Deutscher Fleischer-Verband

Musste die Rohware früher hochgestemmt werden, um die oben liegende Öffnung eines Fleischwolfs zu erreichen, übernehmen das heute Beschickungsmaschinen mit Hebearmen. Die Mitarbeiter müssen den Behälter mit der Rohware nur noch heranrollen. „Die Technik nimmt natürlich nicht alles, aber doch vieles ab“, sagt Fuchs.

Lisa Rösler ist froh, dass sie sich trotz der anfänglichen Bedenken für den Fleischerberuf entschieden hat: „Man ist von Anfang an dabei, wenn aus dem Rohstoff Fleisch am Ende zum Beispiel ein Lyonerbrötchen entsteht, es fasziniert mich immer wieder, wie viele Schritte dafür notwendig sind“, sagt sie. Und: „Ich gehe jeden Tag mit dem Gefühl nach Hause, etwas geschaffen zu haben.“ Doch die junge Frau möchte sich damit noch nicht begnügen und auf jeden Fall noch ihren Meister machen. „Das wäre das i-Tüpfelchen, gerade als Frau.“

Dass junge Frauen wie Lisa Rösler heute in der Fleischerbranche zielstrebig ihren Weg gehen, belegen die Statistiken zu den Meisterprüfungen: Im Jahr 2022 waren 45 von bundesweit

371 neuen Meistern (12,1 Prozent) weiblich, der Frauenanteil lag damit deutlich höher als bei den Gesellen.

Zugang zum Meisterbrief erleichtern

Um den beruflichen Übergang vom Verkauf in die Produktion zu erleichtern, setzt sich der Deutsche Fleischer-Verband schon seit Jahren für eine Überarbeitung der Ausbildungsverordnung ein: Mehr Wissen über die Produktion von Fleisch- und Wurstwaren soll in die Verkäufersausbildung einfließen und diese so aufgewertet werden. Dadurch sollen auch Berührungsgängste vor dem Handwerksberuf abgebaut werden und letztlich die Hürden auf dem Weg zum Meister ohne formelle Fleischerausbildung beseitigt werden. „Heute sind Fleischereifachverkäuferinnen, die sich zur Fleischermeisterin weiterbilden möchten, auf den guten Zulassungswillen der Kammer angewiesen. Ist die Kammer gewillt, geht es schnell. Anderswo können andere Regeln herrschen, die längere Zulassungsverfahren nach sich ziehen“, sagt Nora Seitz. Der Ver-

band dringt deshalb auf Berufsbildänderungen, die insbesondere jungen Frauen den Einstieg in das Metzgerhandwerk erleichtern würden.

Fleischerberuf ist für Frauen deutlich attraktiver geworden

Hanna Elsen hat ihren Meister bereits in der Tasche. Die 27-Jährige arbeitet im elterlichen Betrieb im niedersächsischen Barßel und sagt: „Die meisten Frauen, die die Handwerksausbildung machen, wollen Führungsverantwortung im Familienbetrieb übernehmen.“ In der Berufsschule war Elsen die einzige Frau in ihrer Klasse, im Meisterkurs waren dann vier von 27 Absolventen weiblich. Sie selbst habe bislang erst eine einzige Frau kennengelernt, die ganz ohne familiären Bezug zur Branche den Fleischerberuf gewählt habe.



» Männer und Frauen ergänzen sich ideal in ihren Kompetenzen, Eigenschaften und Interessen.

Mareike Schankin-Reiter, Fleischerei Hardekopf

Die körperliche Arbeit sieht Hanna Elsen heute noch als Herausforderung für weibliche Fleischer. Nicht jeder kleine Betrieb verfüge beispielsweise über Beschickungsmaschinen, Aufzüge und Rohrbahnen, und: „Man muss die 90-Kilo-Keule trotzdem selbst zerlegen.“ Der Beruf sei für Frauen dennoch attraktiver als früher, weil er vielfältiger geworden sei. „Man variiert

DIE NEUE KUTTER-GENERATION

Ideal für das Fleischerhandwerk.

Halle 9, Stand Nr. 9B20

Blizzard 50 L

Blizzard 70 L

Alle Kutter mit Touchscreen- und Joystick-Steuerung bestellbar!

Blizzard 130 L

Unsere Blizzard 50 L, 70 L und 130 L:

Die neue Kutter-Generation aus Laufach haben wir so weiterentwickelt, dass sie den besonderen Anforderungen des Handwerks entspricht: Mit effizientem Antriebssystem, einem komplett geschlossenen Edelstahlkorpus und einzigartigem Hygiene-System.

Weitere Informationen und unsere aktuellen Messetermine finden Sie auf: www.dueker-rex.de



Vielfältigkeit ist Trumpf: Im Beruf des Fleischers können Frauen auch ihre kreative Seite ausleben.

Foto: © Deutscher Fleischer-Verband



» Die Herausforderung ist, den Handwerksberuf zu lieben, Lebensmittel täglich wertschätzend herzustellen – egal, ob ich Männlein oder Weiblein bin.

Sarah Dhem, Geschäftsführende Gesellschafterin Kalieber GmbH und Präsidentin Bundesverband Deutscher Wurst- und Schinkenproduzenten

heute mehr in der Herstellung, kann da richtig kreativ sein und verschiedene Rezepturen ausprobieren.“ Frauen trauen sich heute mehr zu, sagt Hanna Elsen, aber auch die Gesellschaft habe sich geändert. „Für meinen Opa wäre es noch undenkbar gewesen, dass ich als Frau irgendwann einmal den Familienbetrieb übernehme.“

Immer noch als Exotin wahrgenommen

Fleischermeisterin Katharina Koch aus Calden bei Kassel hat die Politikwissenschaften gegen das Handwerk getauscht. Nach dem Studium war sie zunächst im Deutschen Bundestag und bei den Vereinten Nationen in New York tätig, bevor sie 2018 den Fleischereibetrieb der Eltern übernahm. Koch bedauert, dass sie nur selten Bewerbungen von Frauen für Stellen in der Produktion auf dem Tisch hat. „Aktuell haben wir gar keine weiblichen Mitarbeiter in der Produktion“, sagt sie.

Dabei hätten Frauen in der Branche sehr gute Chancen weiterzukommen. „Man wird immer noch ein bisschen als ‚Exotin‘ wahrgenommen und kann sich dadurch abheben.“ Außerdem gebe es typisch weibliche Eigenschaften, die in der Produktion von Vorteil seien: „Frauen sind in der Regel kommunikativer als Männer, sie können gut mit anderen kooperieren. Außerdem sind viele Frauen gut im

Vorausplanen. Das hilft, den Überblick im Produktionsalltag zu behalten.“

Männer und Frauen können sich im Handwerk perfekt ergänzen

„Frauen denken anders als Männer, gehen Probleme anders an, sind oft strukturierter und stärken den Zusammenhalt innerhalb des Unternehmens“, sagt auch Mareike Schankin-Reiter. Sie hat 2021 den elterlichen Betrieb Fleischerei Hardekopf mit Filialen in Stadthagen und Bad Nenndorf übernommen. „Ideal ist aber natürlich das Zusammenspiel von Männern und Frauen im Handwerk, die sich in ihren Kompetenzen, Eigenschaften und Interessen ergänzen.“ Das sieht auch Sarah Dhem so. Die Fleischermeisterin ist Geschäftsführende Gesellschafterin der Kalieber GmbH in Lastrup und Präsidentin des Bundesverbands Deutscher Wurst- und Schinkenproduzenten. „Mich stört zunehmend diese Sonderrolle, die uns Frauen im Handwerk künstlich zugesprochen wird. Man kann weder Männer noch Frauen in einen Handwerksberuf drängen, wenn dieser dem jeweiligen Menschen nicht liegt“, sagt sie. „Die Herausforderung ist, den Handwerksberuf zu lieben, Lebensmittel täglich wertschätzend herzustellen – egal, ob ich Männlein oder Weiblein bin.“ ←

Text: Ulrike Sanz Grossón

MARMORIERUNG SETZT SICH DURCH

Die Konsumenten suchen derzeit nach günstigen Preisen – bei einem weiterhin hohen Anspruch an die Qualität. Deshalb ist die Umstellung auf das Iberduroc-Schweinefleisch gerade jetzt richtig.

- **Die Basis von gutem Schweinefleisch:** Rasse und Fütterung.
- **Fleischkenner wissen:** Marmorierung ist das entscheidende Signal für Hochwertigkeit.
- **Auf den ersten Blick erkennbar:** Intramuskuläres Fett, Fleischfarbe, Festigkeit.
- **Ideal für das Fachgeschäft:** Hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis.
- **Geeignet für alle Haltungsformen:** Auch konventionelle Haltung schafft in Deutschland Spitzenqualitäten.

Topigs Norsvin, als Partner der Landwirte, hilft Ihnen gerne, den für Sie passenden Fleischproduzenten zu finden. Für unser exklusives Iberduroc-Fleisch nehmen Sie Kontakt auf zu Christoph Dams unter christoph.dams@topignorsvin.de



Das Iberduroc-Schwein mit seiner besonders ausgeprägten Marmorierung hat uns in Deutschland zur Marke gemacht.

www.topignorsvin.de

 **Topigs Norsvin**

PROGRESS IN PIGS



Friedrich Neckermann GmbH EG Schlacht- und Zerlegebetrieb

Rothenburger Straße 1 - 97239 Aub

tel +49 (0)9335 99682-0 fax -29

e-mail schlachthof@neckermann-aub.de

web www.neckermann-aub.de

Absolute Frische durch kurze Wege & nachhaltiges Handwerk

Qualitätsfleisch seit 1950

NECKERMANN verspricht beste Qualität für Ihre Anforderungen

Wir haben unseren Fokus auf die Produktion von absolut frischem Fleisch gerichtet. Diese gelingt nur durch einen nachhaltigen Gesamtprozess - vom Erzeuger bis zum Kunden. Mit unserer Ausstattung und Know-how erreichen wir regelmäßig Zertifizierungen mit den wichtigsten Qualitätssiegeln und langjährige Partnerschaften sind der Beweis für unsere Leistung.

Aus dem beschaulichen Aub in Unterfranken liefern wir unsere Waren an Metzgereien, Gastronomie, Großhandel, Lebensmitteleinzelhandel, Fleischindustrie und Kunden weltweit und übernehmen dafür die komplette Exportabwicklung.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf - wir freuen uns auf Sie!

Sehen wir uns auf der Messe?



KÖLN
07.-11.10.2023

Besuchen Sie uns!
Halle 6.1 Stand D107



STUTTGART
21.-23.10.2023

Wir sind dabei!
Halle 7 Stand 7C60



Halal Certification
Germany



Fuhrpark

Ein eigener, großer und moderner Fuhrpark sowie eigene Fahrer garantieren Ihnen Erfahrung und Zuverlässigkeit - sowohl beim Tier wie auch beim Fleischtransport.



Produktion

Wir bieten Ihnen eine leistungsfähige Produktion. Dabei legen wir größten Wert auf Sicherheit, Hygiene, getrennte Produktion von Schwein und Rind sowie höchste Kontrollstandards.