

# F leisch & Co

Ausgabe  
01/2023

Fachzeitschrift für

- Herstellung
- Veredelung
- Vermarktung

frischer Lebensmittel

Einzelpreis € 5,90

**Christoph  
Höllerschmid**  
hat nun die Leitung  
des erfolgreichen  
Familienunternehmens  
übernommen.  
Und hat viele  
konkrete Pläne ...

# Next Generation



**GRAMILLER**

gramiller.at

**SHOP**  
24/7

- ✓ **LEBENSMITTELVERPACKUNGEN**
- ✓ **TO-GO-VERPACKUNGEN**
- ✓ **HYGIENE & ARBEITSSCHUTZ**
- ✓ **VERSANDVERPACKUNGEN**

[www.meierverpackungen.at/shop](http://www.meierverpackungen.at/shop)

**MEIER VERPACKUNGEN**

**Seydelmann**

Kutter  
Wölfe  
Mischer



**S**  
Strasser

FOOD  
PROCESSING  
MACHINERY

Strasser GmbH & Co. KG

+43 6272 6184  
office@strasser.co.at  
[www.strasser.co.at](http://www.strasser.co.at)

Ihr persönliches Exemplar

Österreichische Post AG, MZ 21Z042208 M  
DIE SCHNATTEREI e.U., Grenzstraße 180/D1, 2230 Gänserndorf



**A**  
AICHINGER

Erfolg lässt  
sich einrichten.

[www.aichinger.de](http://www.aichinger.de)

## Impressum

### Fleisch & Co – Die österreichische Fleischerzeitung

**Herausgeber, Verleger:** Verlagsbüro Die Schnatterei e. U., 2230 Gänserndorf, Grenzstraße 180 / D1, Tel.: +43/(0)676 / 634 27 07, [www.dieschnatterei.com](http://www.dieschnatterei.com)

**Geschäftsführung:** Tanja Braune. **Bankverbindung:** HYPO NOE, IBAN AT86 5300 0014 5402 4318, BIC HYPNATWW.

**Redaktionsleitung und Chefredaktion:**

Tanja Braune, [office@dieschnatterei.com](mailto:office@dieschnatterei.com)

**Mitarbeiter dieser Ausgabe:** Dima-Alexander Braune, Roland Graf, Marko Locatin, Isabel Melahn, Dorli Muhr, Raimund Plautz, Johannes Rottensteiner, Volker Simon, Ernst Sommerauer

**Tirol Redaktion und Social Media Management:** Barbara Egger

**Online-Redaktion:** Julia Reißner BA, [online@fleischundco.at](mailto:online@fleischundco.at)

**Korrektorat:** Katharina Hexel **Coverfoto:** Fleischwaren Höllerschmid GmbH

**Medienberatung und Anzeigenservice:** Die Schnatterei, Tanja Braune, Tel.: +43/(0)676 / 634 27 07, E-Mail: [office@dieschnatterei.com](mailto:office@dieschnatterei.com)

**Anzeigentarif:** Mediaplan 2023, gültig ab 1. 1. 2023.

Erscheinungsweise: 10 Mal/Jahr.

**Abonnement:** Aboservice Österreichischer Wirtschaftsverlag,

Tel. +43 1 54664 135, [aboservice@wirtschaftsverlag.at](mailto:aboservice@wirtschaftsverlag.at)

**Jahresbezugspreis:** Inland: € 85,-/Ausland: € 120,-.

Abonnements, die nicht einen Monat vor Ablauf des Bezugsjahres storniert werden, laufen weiter.

**Hersteller:** Friedrich Druck & Medien GmbH, 4020 Linz,

Zamenhofstraße 43–45, [www.friedrichdruck.com](http://www.friedrichdruck.com)

**Die Offenlegung** gemäß § 25 Mediengesetz ist unter [www.fleischundco.at/offenlegung](http://www.fleischundco.at/offenlegung) ständig abrufbar.

**Genderhinweis:** Im Sinne einer besseren Lesbarkeit haben wir in einigen Texten die männliche oder weibliche Form einer Bezeichnung gewählt. Dies impliziert keinesfalls eine Benachteiligung des jeweils anderen Geschlechts. Alle Geschlechter sollen sich von den Inhalten gleichermaßen angesprochen fühlen.

**Fleisch & Co** ist eine unabhängige Publikation, die sich mit Themen der Fleischbranche beschäftigt. Die publizierten Inhalte wurden mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt. Gleichwohl übernehmen wir keine Haftung für ihre Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität. Die Inhalte der einzelnen Artikel, Kommentare und Beiträge spiegeln nicht zwangsläufig die Meinung des Medieninhabers wider.

**Datenschutzerklärung:** Wenn Sie diese Publikation als adressierte Zustellung erhalten, ohne diese bestellt zu haben, bedeutet dies, dass wir Sie aufgrund Ihrer beruflichen Tätigkeit als zur fachlichen Zielgruppe zugehörig identifiziert haben. Wir verarbeiten ausschließlich berufsbezogene Daten zu Ihrer Person und erheben Ihr Privatleben betreffend keinerlei Daten. Erhobene Daten verarbeiten wir zur Vertragserfüllung, zur Erfüllung gesetzlicher Verpflichtungen sowie zur Bereitstellung berufsbezogener Informationen einschließlich (Fach-)Werbung. In unserer, unter <https://fleischundco.at/datenschutz> abrufbaren, vollständigen Datenschutzerklärung informieren wir Sie ausführlich darüber, welche Kategorien personenbezogener Daten wir verarbeiten, aus welchen Quellen wir diese Daten beziehen, zu welchen Zwecken sowie auf welcher Rechtsgrundlage wir dies tun. Ebenso erfahren Sie dort, wie lange wir personenbezogene Daten speichern, an wen wir personenbezogene Daten übermitteln, und welche Rechte Ihnen in Bezug auf die von uns verarbeiteten Daten betreffend Ihre Person zukommen. Gerne übermitteln wir Ihnen die vollständige Datenschutzerklärung per Post oder E-Mail – geben Sie uns per Telefon, E-Mail oder Post Bescheid, wie und wohin wir Ihnen diese senden dürfen. Sie erreichen uns hierzu wie folgt: Per Post: Die Schnatterei e. U., Grenzstr. 180/D1, 2230 Gänserndorf, Österreich. Per Telefon: +43 (0)676/634 27 07. Per E-Mail: [datenschutz@dieschnatterei.com](mailto:datenschutz@dieschnatterei.com)

## Inhalt

Lesen Sie im großen Sonderthema ab Seite 22 über die neuesten Trends im Ladenbau und der Metzgergastronomie.



**Was gibt es Neues?** | Branchen-News plus Kommentare von Ernst Sommerauer und Raimund Plautz **04**

**Steiermark** | Das sind die erfolgreichen Lehrlinge beim heurigen Landeslehrlingswettbewerb. **08**

**„Meating“ in Hollabrunn** | Der Fleischtechnologietag 2023 stand unter dem Motto „Meat the Future“. **09**

**Zukunftsmusik** | Die neue Geschäftsführerin Christina Mutenthaler-Sipek ludt zum AMA-Forum 2023. **10**

**Höllisch gut** | Wie Christoph Höllerschmid den erfolgreichen Fleischereibetrieb am Kamp in eine ebensolche Zukunft führen will. **12**



**Beständigkeit im Dreiländereck** | Leni und Karl Höller halten die Fahne des Fleisergewerbes hoch. Wie man im 1.500-Seelen-Ort Zöbern nicht nur überlebt, sondern auch Lehrlingen den Beruf in allen Facetten nahebringt, erzählen sie Fleisch & Co-Autor Roland Graf. **16**

**Die AB HOF in Wieselburg** | Die Leitmesse für die Lebensmittelbranche – das gesamte Programm im Überblick **18**

**Etiketten-Check** | Der neue Kurs der LMAK **21**

**Das große Sonderthema** | Lesen Sie die neuesten Trends aus der Welt des Ladenbaus. **22**

**Für Profis** | Die Caso Design DryAged Master Serie **23**

**Clever & smart** | Warum Dry Ager Reifeschränke jetzt mit der SmartAging-Technologie ausgestattet sind. **24**

**24/7** | Die Premiumwarenautomaten von UKO-Microshops **27**

**Luxus-Lux** | So rücken Sie Ihre Waren ins beste Licht. **28**

**Schmuckstück** | Die deutsche Metzgerei Albrecht wurde von Ladenbau Hanke geplant und umgesetzt. **31**

**Fit für die Zukunft** | Drei brandneue Projekte vom deutschen Ladenbauer Schrutka-Peukert **32**

**Metzgergastro** | Ernst Sommerauer im Interview über die Anforderungen an den modernen Gastro-Bereich **35**

**BellaBot** | So kann der Serviceroboter im Alltag helfen. **36**

**App-Life** | Die neue Leergut-App von WinWeb **37**

**Fleisch & Wein** | Die besten Tipps aus dem Weingarten **38**

**Das Rezept des Monats** | Putenschinken **39**



Bleiben Sie informiert, diskutieren Sie mit uns – werden Sie Teil der Fleisch & Co-Community:

Mail to: [online@fleischundco.at](mailto:online@fleischundco.at)

[www.facebook.com/fleischerzeitung/](https://www.facebook.com/fleischerzeitung/)

LinkedIn: [Fleisch & Co](https://www.linkedin.com/company/fleischundco)

[www.instagram.com/fleischundco](https://www.instagram.com/fleischundco)





**DAS JUNGBRUNNEN-  
WUNDERMITTEL**

## SPERMIDIN

Die Traditionsmühle Fini's Feinstes bringt jetzt DAS Superfood für Anti-Aging auf den heimischen Markt.

FINI'S FEINSTES BIO-WEIZENKEIME



# FEINE DINGE FÜR ARBEIT & GENUSS

Für Sie entdeckt: interessante Neuigkeiten,  
Nützliches für die Arbeit und genussvolles für den Alltag.

**Robbie Williams ist  
Markenbotschafter  
von Felix**



## Alkoholfreie Spirituosen von Kattus-Borco

Rum, Gin, Amaretto und Spritz – Kattus-Borco präsentiert schmackhafte und alkoholfreie Alternativen zu klassischen Spirituosen. Prästerchen!



Würzige Tomate  
und Frische Zitrone  
– die Lustenauer  
Senfmanufaktur  
bringt zwei News.

[www.lustenauer-senf.com](http://www.lustenauer-senf.com)



**Lustenauer Senf-Spezialitäten**

„Himbeer Rhabarber  
Eierlikör“-Fruchtaufstrich –  
direkt aus der Greißlerei der  
Wienerin Varga  
[www.die-greisslerin.at](http://www.die-greisslerin.at)

**Valentins-Brunch mit Schuss**



**Wiener Dirndl Bio-Fruktlikör**

Die Dirndl- oder auch  
Kornelkirsche hierfür  
wurden ausschließlich in  
Bio-Qualität in Wien und  
Umgebung geerntet.  
[www.egfra.at](http://www.egfra.at)



PALUX **SALAMANDER** –  
DAS ENERGIESPARWUNDER

[WWW.PALUX.DE](http://WWW.PALUX.DE)

Mit dem Palux Salamander Vario Lift wird Feines köstlich zubereitet, in Minutenschnelle überbacken, gratiniert oder warmgehalten. Dank automatischer Tellererkennung kann der Stromverbrauch um bis zu 60 Prozent gesenkt werden.

Leichte Bedienung und schnelle Reinigung sind weitere Stärken des Energiesparwunders.





### Meisterliche Vorstellung in Hollabrunn

Mitte Jänner war die Lebensmittelakademie des österreichischen Gewerbes in der Landesberufsschule für die Fleischer in Hollabrunn zu Gast. Gemeinsam mit Bundesinnungsmeister Meister Willibald Mandl, Josef Ranetbauer und Franz Mayer (im Bild mit Werkstätten-Leiter Thomas Bergmann zu sehen) wurde den Schülerinnen und Schülern die neue Meisterprüfung für Fleischer und der Vorbereitungskurs auf die Meisterprüfung vorgestellt. Die Lehrlinge haben dabei erfahren, wie der Ablauf der Meisterprüfung ist und aus welchen Modulen der Kurs besteht. Außerdem bekamen sie Einblicke in die Ausbildung zum Fleischsommelier und durften natürlich auch die Lebensmittelakademie näher kennenlernen. Das Fazit der LMAk: Alle waren sehr begeistert und so hoffen wir auf viele neue Fleischer-Meister:innen.



**Raimund Plautz**

Bundesinnungsmeister der Fleischer & Fleischermeister

Mitte Jänner war ich beim Fleischtechnologietag in Hollabrunn, eine tolle Veranstaltung, und war wirklich erstaunt, wie weit die Digitalisierung und vor allem die Roboterisierung in unserer Branche schon vorangeschritten ist. Hier kommt vor allem im Zerlegebereich, also in der Mengenzerlegung, eine gewaltige Veränderung auf uns zu. Bedingt durch den Arbeitskräftemangel wird die Roboterisierung in den großen Betrieben schon sehr bald massiv zunehmen. Es ist unfassbar, was da alles nahezu automatisch geht. Die großen Betriebe werden daher immer mehr auf die neueste Technik setzen.

### Handwerkliche Betriebe sollen ihre Stärken nutzen.

Wichtig in diesem Zusammenhang ist, dass das Handwerk diese Entwicklung beobachtet, ernst nimmt und seine Chancen nutzt. Denn für handwerkliche Betriebe macht es keinen Sinn, zu versuchen, sich mit Dingen zu beschäftigen, die aufgrund der fehlenden Mengen und bald auch aufgrund der fehlenden Robotertechnik niemals kostendeckend und konkurrenzfähig produziert werden können. Daher mein Tipp an alle Kolleginnen und Kollegen: Seid Euch Eurer Stärken bewusst und baut auf die handwerklichen Kompetenzen. Die Veredelung und die Verfeinerung sind die Kernkompetenzen des Handwerks – und in diesem Bereich kann selbst der beste Roboter der Welt nicht mithalten. Denn hier ist handwerkliches Können und Geschick gefragt und hier hat man schlussendlich auch jene Wertschöpfung, die es für einen gesunden Betrieb braucht.

Schreiben Sie uns Ihre Meinung an: [online@fleischundco.at](mailto:online@fleischundco.at)

## NAHVERSORGER-BONUS FÜR DIE FLEISCHEREI SMOLE

Der Kärntner Metzgermeister Johannes Smole darf sich über den Nahversorger-Bonus, eine in Kärnten installierte Förderung freuen. Wir gratulieren.

Im Gail- und Lesachtal wird schon länger auf den für Unternehmen und Verbraucher so wichtigen Nahversorgerbonus gesetzt. Und das ist auch von nachweislichem Erfolg gekrönt. So wird beinahe jede zweite Nahversorgungs-Förderung in Kärnten in dieser Region vergeben.

Nun darf sich ein weiterer Gailtaler Betrieb über eine Finanzspritze freuen. Bei einem Betriebsbesuchs von Landesrat Sebastian Schuschnig und

Bürgermeister Ronny Rull bei der beliebten Fleischerei Smole in St. Stefan wurde Betreiber Johannes Smole die Bewilligung seines Förderungsantrag zugesagt. Der 1948 gegründete Betrieb bezieht das Fleisch von den umliegenden Kärntner Bauern und Jägern, das tägliche Wurstangebot stammt auch aus hauseigener Produktion. Damit sind alle Voraussetzungen erfüllt und das Team von Smole hat die Förderung auf jeden Fall verdient. ■



Die Freude über die Auszeichnung ist groß: Landesrat Sebastian Schuschnig (ÖVP), Johannes Smole und Bürgermeister Ronny Rull, ebenfalls ÖVP. (v.l.n.r.)

# DIE KAILEREI ERSTRAHLT IN NEUEM GLANZ

Umbau in Rekordzeit: In zwei Wochen wurde der gesamte Verkaufsraum der Fleischerei in Murau modernisiert ...

Bereits im November 2021 renovierten Fleischermeister Josef Kail und seine Partnerin Bianca den gesamten Küchenbereich, hatten aber bereits damals schon die Pläne für die Modernisierung des gut 60 Quadratmeter großen Verkaufsraums im Kopf.

## Modernisiert in Rekordzeit

Die Renovierung des Geschäftslokals startete am 14. November 2022 und wurde am 1. Dezember 2022 abgeschlossen!

Vom Boden bis zur Decke wurde alles neu gemacht. „In solch schwierigen Zeiten dieses Projekt in zwei Wochen fertigzustellen, ist mehr als beispielhaft“, zeigt sich Josef Kail von der guten Zusammenarbeit und der Flexibilität der einzelnen Firmen beeindruckt. ■



Hell, modern und einladend: Gemeinsam mit Aichinger hat Josef Kail das neue Raumkonzept für seine Kailerei geplant.

[www.gourmetfein.com](http://www.gourmetfein.com)

## 100 % aus Österreich

ÖBERIO Hofgenau Schweine- und Rindfleisch - die Fleischmarke aus dem Hause gourmetfein - kommt exklusiv von 46 Schweine- und 160 Rindfleischbauern aus Österreich. ÖBERIO Hofgenau steht zu 100% für gentechnikfreie, regionale Produkte aus nachhaltiger Landwirtschaft.

## Einzigartige gourmetfein Herkunftskennzeichnung

Auf allen gourmetfein Produkten stehen die Namen der jeweiligen Partner-Bauern, von denen die Tiere stammen. Gourmetfein ist der einzige Fleisch-, Wurst- und Leberkäse-Hersteller, der die Rohstoffherkunft aller Produkte nicht nur hofgenau anführt, sondern auch eidesstattlich garantiert.

**gourmetfein**  
So muss das schmecken.

**Öberio  
Hofgenau**

[www.oberio.at](http://www.oberio.at)

**Wir freuen uns von  
Ihnen zu hören!**

**Werden Sie unser Vertriebspartner!**

Nähere Infos unter [business.gourmetfein.com](http://business.gourmetfein.com)



# SAVE THE DATES

## Der Metzgersprung am 19. Februar in Salzburg

Am Faschingssonntag, dem 19. Februar 2023, ist es endlich wieder so weit: Mit einem Sprung ins kalte Wasser feiern Salzburgs frisch gebackene Metzger den erfolgreichen Abschluss ihrer Lehrzeit. Im Anschluss an das Spektakel können sich die Gäste im Hof von St. Peter mit einer frischen Stockwurst stärken. Den Beginn der Feierlichkeiten macht eine Festmesse um 9 Uhr in der Franziskanerkirche. Um 9.45 Uhr findet der Festzug nach St. Peter statt, wo um 10.15 sowohl der Metzgersprung als auch das FahnenSchwingen stattfinden. Mit dem Schwenken der immerhin 40 kg schweren Zunftfahne wollen die Jungesellen ihre Kraft und Geschicklichkeit unter Beweis stellen. [www.salzburger-fleischer.at/](http://www.salzburger-fleischer.at/)



## 24. Internationaler Fachwettbewerb für Fleisch- und Wurstwaren vom 19.–21. September 2023 in Klagenfurt

Vor zwei Jahren war der IFFW ein voller Erfolg. Es wurden nicht nur 666 Top-Produkte eingereicht und diese mit insgesamt 367 Produkte Goldmedaillen und 204 Produkte mit Silbermedaillen belohnt. Der Fachwettbewerb wurde auch medial abgefeiert und nicht nur Landeshauptmann Peter Kaiser zeigt sich von der Handwerkskunst begeistert. Heuer soll der IFFW noch größer werden, zudem sind auch einige neue Kategorien geplant. Das Branchen-Highlight des Jahres!



## GOURMETFEIN FORCIERT LEBERKÄSEGESCHÄFT IN UNGARN

„Jóízlés. Jó lelkiismeret“, zu Deutsch: „Guter Geschmack. Gutes Gewissen.“, heißt es nun seit fast einem Jahr an den Tankstellen der OMV-Ungarn.



Die Produkte des oberösterreichischen Leberkäsespezialisten sind seit April 2022 in der heißen Theke der VIVA-Tankstellenshops erhältlich. Dabei überzeugt gourmetfein in Ungarn mit seinen allseits bekannten Qualitätskriterien, der jahrelangen Erfahrung in der systematischen und frequenzorientierten Zubereitung vor Ort und trifft mit dem Leberkäsesemmerl beim Geschmack unserer östlichen Nachbarn voll ins Schwarze.

### **Besuch in Ungarn**

Von der großartigen Entwicklung vor Ort überzeugten sich Mitte Jänner gourmetfein Geschäftsführer Florian Hippe-

roither und Key Account Managerin Theresa Leitner.

Gemeinsam mit den Partnern wurden einige Stationen besichtigt und künftige Strategien für die Umsetzung erarbeitet, um somit die Zusammenarbeit zu intensivieren. Besonders das auf die Frequenz abgestimmte Handling System mit vorgeschrittenen Scheiben und der Just-in-Time-Erwärmung für die Kund:innen haben hier begeistert.

Hippesroither zeigt sich von der Entwicklung sichtlich erfreut: „Dank dieser großartigen Partnerschaft können treue gourmetfein-Leberkäsefans an OMV-Tankstellen in Ungarn gourmetfein Leberkäse genießen.“ ■

## Am Wort!



**Ernst Sommerauer** von Aichinger über Trends und Anforderungen im Ladenbau

### **Flächenlayout und Customerjourney.**

Shop-Design ist Kommunikation im Raum. Effiziente Abläufe und Flächennutzung, Logistik, Kältetechnik, aber auch Psychologie, fließen mit ein. Dabei gilt es, den Kunden an verschiedenen Touchpoints anzusprechen, abzuholen und zu (ver-)führen. Meist sind die Rahmenbedingungen gesetzt: Schaufenster, Eingang, Kühl-, Produktions-, Sozial- und Vorbereitungsräume. Unsere Kunden sind oft überrascht, wie wenig Verkaufsfläche noch zur Verfügung steht. Die Anforderungen und die Wünsche sind oft umfangreich: SB-Regale für Handelsware, Heißtheke, Kühlschränke und ein Sitzbereich. Entsprechend der Kundenstruktur und der Lage sind die Bereiche zu planen. Ein urbaner Standort mit viel Lauffrequenz benötigt ein anderes Flächenlayout als ein ländlicher Nahversorger.

### **Meine Empfehlung: weniger ist mehr**

Der Kunde will sich mit Sichtachsen und klaren Laufwegen schnell zurechtfinden. Orientierung ist eine wesentliche Aufgabe der Customerjourney. Die beginnt schon vor dem Laden. Ich empfehle, die Fassadengestaltung mit dem Schaufenster in das Shop-Design einzubeziehen. Der Laden muss von außen sichtbar sein und einladen – auch außerhalb der Öffnungszeiten. Der Eingang vermittelt zwischen innen und außen und muss die Sichtachse auf die Theke – die Bühne der Handwerksleistung – freigeben. Auf dem Weg dorthin gilt es, das Interesse der Kunden auf Zusatzverkäufe zu lenken, Impulse zu setzen: mit Dekoration, Displays und Lichtspots. Aber auch beim Bezahlen an der Kasse: mit einem auffälligen Brotregal, Fonds und Saucen in Gläsern, Wurst in Dosen oder kleinen Spezialitäten zum Naschen.

## BLABLA UND ANDERE NÄRRETEIEN

Fleischer-Bundesinnungsmeister Raimund Plautz ist nicht bloß erfolgreicher Unternehmer und Spitzen-Standesvertreter, er hat auch eine „nährliche“ Seite. Als Mitglied der „Stadtrichter zu Clagenfurth“. Eine Faschingsvereinigung mit historischen Wurzeln und einer Katastrophe zu Zeiten Kaiser Maximilians I. im Jahr 1511.

Genau 440 Jahre später, anno 1963, trat in Klagenfurt ein Kreis angesehener Bürger zusammen, mit dem Ziel, das gesellschaftliche Geschehen der Stadt zu beleben. Im Gedenken an die erfolgreiche Entwicklung der Stadt unter der Führung der Stadtrichter, kleiden sich die „Fröhlichen Stadtrichter zu Clagenfurth“ wie ihre historischen Vorbilder: Als Kopfbedeckung ein Samtbaret mit Straußenfeder, Spitzenhemd, unter dem Talar mit schwarzem Samtkragen ein Wams mit breitem Samtgürtel, ebenso schwarz sind Kniehosen, Wadenstümpfe und Schnallenschuhe. Die unterschiedlichen Farben bekunden die jeweilige Zunftzugehörigkeit.



### Stadtrichter Raimund Plautz

Wie entstand nun die Idee jährlich stattfindender Faschingsitzungen? Die Idee, eine eigene Faschings-

sitzung zu kreieren, kam den Stadtrichtern im Jahre 1970. Angefeuert durch die Erfolge des damals noch jungen Villacher Faschings ging man mit großem Enthusiasmus ans Werk. Schon die erste Faschingsitzung im mittleren Saal des Konzerthauses in Klagenfurt war ein großer Publikumserfolg und das „Stadtgerücht zu Clagenfurth“ war damit geboren. Heute findet der unglaublich beliebte Event im Kongresszentrum der Klagenfurter Messe statt, stattliche zehn Sitzungen wird es heuer geben.

Und einer dieser Stadtrichter ist eben Raimund Plautz, der bei einer der Zusammenkünfte Prominenz aus der Lebensmittelbranche begrüßen durfte: den Bundesinnungsmeister des Lebensmittelgewerbes, Willibald Mandl samt Gattin, Bundesinnungsgeschäftsführerin Anka Lorenz und den ehemaligen Bundesinnungsmeister der Fleischer Rudolf Menzl mit Gattin (siehe Bild oben). Die illustre Gesellschaft stimmte gerne in den nährlichen Ruf des „Stadtgerüchts zu Clagenfurth“ ein: „BlaBla“. HaRo ■



Nachgefragt bei ...

**Alexander Reisecker**  
Geschäftsführer der  
Tech Forum GmbH  
in Pettenbach

### Herr Reisecker, wie geht es einem Maschinen-Anbieter und Anlagenbauer in der derzeitigen Krise?

Ich finde, dass das Wort Krise heutzutage zu inflationär verwendet wird. Es gibt doch seit jeher immer wieder Schwierigkeiten zu meistern. Aktuelle sind es eben hohe die Inflation und die Energiekosten, die uns allen zu schaffen machen. Im Moment ist zu bemerken, dass Produktionsbetriebe ihre Investitionen gezielter tätigen. Dazu ist natürlich zu sagen, dass mit neuen Maschinen und Anlagen grundsätzlich ein Effizienzsprung verbunden ist, weshalb sich sinnvolle Investitionen gerade bei der derzeitigen Teuerungswelle sehr schnell rechnen.

### Die Preisexplosion ist enorm, die Menschen haben wenig Geld zur Verfügung. Spüren Sie das auch?

Es gibt Hilfen des Staates und die KV-Erhöhen, die Gehälter – vor allen bei niedrigeren Löhnen – mehr als ausgleichen. Persönlich glaube ich, dass auch sehr viel medialer Wirbel gemacht wird. Denn de facto werden Nahrungsmittel ja nach wie vor konsumiert. Aber eventuell hilft die aktuelle Situation, die Menge an weggeworfenen Lebensmittel zu reduzieren –, was durchaus sehr sinnvoll wäre.

### Ihre Kunden kommen aus Industrie und Handwerk. Wie sieht es da aus?

Natürlich sind Industrie und Handwerk mit hohen Kosten im Energiebereich konfrontiert. In allen Bereichen wird es daher für wenig durchdachte Marktkonzepte schwierig bis sehr schwierig. Ich bin aber überzeugt, dass hochwertige Handwerksware als auch effizient produzierte Industrieware mit dem entsprechenden Vermarktungskonzept auch weiterhin ihre Marktberechtigung haben werden.

### Krise als Chance ... gibt es vielleicht einen Lichtblick?

Ja, natürlich! Produzenten müssen jetzt ihre Produktionprozesse effizienter gestalten, um eben Energie zu sparen. Unsere Maschinen und Anlagen können dabei unterstützen. Ich finde auch, dass weniger Verschwendung von Lebensmitteln – aufgrund bewussterer Einkäufe – ebenfalls ein Lichtblick sind, der unserem Klima helfen könnte!

### Welche Maßnahmen setzen Sie für Ihr Unternehmen?

Auch wir versuchen in allen Bereichen effizienter zu werden – so zum Beispiele auch bei der Tourenplanung von unserem Vertrieb und Kundendienst.

### Ihre persönliche Einschätzung zur Krise ...

... auch diese Krise wird vorüber gehen. Aber die nächste wartet mit Sicherheit schon. Daher: Stets mit Leidenschaft das Beste geben – und sich durch nichts entmutigen lassen!



Landesinnungsmeister Josef Moßhammer freut sich mit „seinen“ erfolgreichen Lehrlingen: Siegerin Stefanie Reif, neben Kilian Prutsch und Helmut Wetzelhütter (obere Reihe von links nach rechts).

Auch alle anderen Lehrlinge lieferten Top-Leistungen ab: Fabian Wendler von Land Steiermark, Jakob Pöllabauer von der Fleischerei Pierer in Passail, SPAR-Lehrling Markus Rappold, Maximilian Lankmaier von der Fleischerei Aigner in Aflenz und Raphael Ranftl vom Vulkanfleischer Turza GmbH & Co KG in Ilz (u. Reihe von links nach rechts).

# ACHT ERFOLGREICHE LEHRLINGE

Insgesamt 69 Lehrlinge aus der gesamten Steiermark trafen sich Ende Jänner in der LBS Bad Gleichenberg, um ihr Können unter Beweis zu stellen. Neben den Fleischer:innen ritterten auch die Bäcker:innen und die Konditor:innen um den Sieg bei diesem Landeslehrlingswettbewerb. Zeitgleich fanden auch die Juniorskills der Gastronomie und Hotellerie statt.

Ausgetragen wurde dieser Wettbewerb wieder in der Kaderschmiede, der Landesberufsschule für Kulinarik und Tourismus in Bad Gleichenberg. In den Kategorien Küche, Service und Hotelrezeption, Fleischer, Bäcker und Konditoren wurden die jeweils Besten des Landes auserkoren. Nach tagelangen Vorbereitungen und „Trainings“ standen 69 hochmotivierte Lehrlinge der Kulinarik- und Tourismusbranche in den Startlöchern des begehrten Landespreises – den „Junior Skills Steiermark“. Und immerhin auch acht Lehrlinge aus der Zunft der Fleischer traten zum Wettbewerb an.

## Prominent besetzte Jury

Eine prominent besetzte 29-köpfige Jury nahm die Arbeiten der jungen Lehrlinge unter die Lupe. Für die Fleischer:innen überprüften vier namhafte Experten die Exponate der acht steirischen Lehrlinge: Ing. Josef Moßhammer, der Landesinnungsmeister der Fleischer, Katrin Posch von der Posch OG aus Heimschuh, Peter Pierer, Fleischermeister aus Passail und Christan Wagner von der Wagner & Wagner KG aus Gamlitz.

## Straffes Programm

Bereits um 7.00 Uhr begann für die Kandidaten die Anmeldung. Nach dem Fototermin ging's zu den Prüfungsstationen. Betreuer, Lehrer und Jury haben für das Gelingen des Wettbewerbes alles vorbereitet, um für einen reibungslosen Ablauf für die eifrigen Jungspunde zu sorgen. Bewertet wurden Geschmack, Anrichten, Form, Auftreten und Kreativität.

## Top-Leistungen

Der Sieg ging an Stefanie Reif vom Lehrbetrieb LFS Grottenhof. Über den zweiten Platz freute sich Kilian Prutsch von der Steirerfleisch GmbH in Wolfsberg im Schwarzaual und Bronze holte sich schließlich Helmut Wetzelhütter von der LFS Hafendorf.

Doch auch die Leistungen der weiteren Lehrlinge konnten sich durchaus sehen – und schmecken – lassen. Ing. Josef Moßhammer, Landesinnungsmeister Stellvertreter der Landesinnung Lebensmittelgewerbe: „Es ist eine Freude, zu sehen, wie motiviert sich unsere Nachwuchstalente diesem Bewerb stellen und ihr Bestes geben.“ ■

## Wettbewerb der Fleischer 2023

Die Anforderungen des Lehrlingswettbewerbs der Fleischer:innen.

### Disziplin I

**Schweineschlägel:** Grobzerlegen, Feinzerlegen & Sortieren der Abschnitte

### Disziplin II

**Schweinekarree mit Schwarte:** auslösen und zurichten, herrichten eines Teiles als küchenfertiges Erzeugnis

### Disziplin III

**Rindernuss:** zerlegen und bankfertig herrichten

### Disziplin IV

Herstellen einer **Aufschnitt-, Schinken-, Speck- oder Bratenplatte** (ca. 1 kg) frei nach eigenem Ermessen.

Material, Deko, Platte (Form der Platte ist frei wählbar) ist mitzubringen.

### Disziplin V

Richten einer **Gerichte-/BBQ-Platte für sechs Personen.** Material (Grundmaterial frei wählbar, zum Teil vorhanden oder selbst mitzubringen), Formen und Tassen sind ebenfalls mitzubringen.

# SMARTES „NOSE-TO-TAIL“- PRINZIP

Der Fleischtechnologietag 2023 in Hollabrunn stand unter dem Motto „Meat the Future – Aktuelle Entwicklungen in der Fleischverarbeitung“ und fand in der Priv. HTL in Hollabrunn statt.



**95** Besucher:innen aus dem Fleisch verarbeitenden Bereich, darunter auch Fleischer-Bundesinigungsmeister Raimund Plautz sowie Handel und Maschinenbau folgten den informativen Vorträgen, diskutierten spannende Fragestellungen mit den Vortragenden und verglichen fleischliche Produkte mit veganen und vegetarischen Erzeugnissen. Der Fleischtechnologietag findet alle zwei Jahre statt und wird in Kooperation des Lebensmittel Clusters Niederösterreich mit dem Lebensmittel Cluster Oberösterreich organisiert.

## Zukunft der Fleischtechnologie

Nach der Begrüßung durch Gastgeber Dir. DI Gottfried Krottendorfer, Chef der Priv. HTL für Lebensmitteltechnologie sowie DI Kerstin Spindler, Geschäftsführerin des Fleischtechnologiezentrum ging DI Siegfried Rath, Bereichsleiter Fleisch und Fleischerzeugnisse bei der AMA-Marketing, in seinem Vortrag auf die künftige Nachhaltigkeitsstrategie der AMA ein. So wird der Fokus künftig verstärkt auf Qualität statt Quantität, Tierwohl und Klimaschutz liegen (*siehe auch Story auf S. 10*)

## „From-nose-to-tail“-Prinzip

Einen nachhaltigen Trend im Fleischbereich präsentierte Fleischermeister Markus Dormayer, Chef der Fleischerei Dormayer in Langenzersdorf. In seinem Betrieb wird konsequent das „Nose-to-tail“-Prinzip verfolgt und möglichst alle Teile sowohl von Schweinen als auch Rindern genutzt. In der folgenden Diskussion wurde festgestellt, dass die meisten Kund:innen Gerichte wie Hirn mit Ei oder Beuschel gar nicht mehr kennen, geschweige denn zubereiten können. Statt Convenience-speisen aus der Frische-Theke sollten daher auch mehr Kochkurse angeboten werden.

## Mikrobielle Diversität

Im nächsten Themenblock „Technologie & Qualität“ zeigte Azra Mustedanagic, Doktorandin im COMET K1 Kompetenzzentrum FFOQSI, wie mikrobielle Diversität die Produktqualität von Beinschinken beeinflusst. Wie auch in anderen Lebensbereichen hat das Mikrobiom sowohl positive als auch negative Einflüsse und sollte daher genau analysiert werden, um die technologischen Schritte wie etwa den Kochprozess anpassen zu können.

## Smarte Lebensmittelabrik

Dirk Burhenne, Business Development Manager Food bei Outside Sales Robotics der Schweizer Firma Stäubli stellte in seinem Vortrag „die smarte Lebensmittelabrik“ vor. Videos zeigten die vielen verschiedenen Möglichkeiten von Robotern auch in Reinraumbereichen von Lebensmittelherstellern. Diese unterstützen in der Zerlegung sowie beim Auslösen der Knochen bis hin zum Portionieren und Verpacken.

## Hygiene und Sicherheit

Der Nachmittag startete mit „Hygiene und Sicherheit“: Caroline Bachlechner, Doktorandin am Institut für Lebensmitteltechnologie der Universität für Bodenkultur, referierte über das CORNET Projekt „Biomitate“ und erklärte, wie die Entwicklung eines künstlichen Biofilms bei der effizienteren Reinigung in der Lebensmittelindustrie helfen kann.

Den Abschluss der Vorträge bildete ein Referat von Kathrin Erlacher von Dietz Consulting, die einen Ausblick auf die Neuerungen im Food Standard IFS8 gab, die 2023 veröffentlicht werden sollen.

## Next Generation

Beim Fleischtechnologietag 2023 wurden auch junge Lebensmitteltechnolog:innen vor den Vorhang geholt: Linda Kreuzeder und Lara Salzer (Absolventinnen der Priv. HTL Hollabrunn) präsentierten ihre Diplomarbeit zu kompostierbaren Deckeln für Einwegtrinkbecher, die in Kooperation mit der Bühler Food Equipment GmbH abgewickelt wurden. Ziel dieses „Green Packaging“-Projekts war, Konzepte zur Verpackungsreduktion bei Convenience-Produkten zu entwickeln. Abschließend diskutierten die beiden gemeinsam mit Schüler:innen der Priv. HTL Hollabrunn sowie der Landwirtschaftlichen Fachschule Pyhra und der HBLFA Francisco Josephinum Wieselburg mit dem Publikum über ihre Karrierewünsche und Anforderungen aus der Wirtschaft.

## Geschmackvoller Abschluss

In einer Verkostung von drei verschiedenen Lebensmittelgruppen sollten die Teilnehmer:innen Aussehen, Geschmack und Textur von Produkten testen, die auf tierischen und auf pflanzlichen Rohstoffen basierten. So wurden eine Wurst, ein Käse und ein Aufstrich aus tierischen und pflanzlichen Grundstoffen verkostet, die einander sehr ähnlich waren. Es handelte sich dabei um Extrawurst, Feta und einen Schmalz-Aufstrich. Das Ergebnis war eindeutig:



**Fleischermeister Markus Dormayer aus Langenzersdorf referierte über das „Nose-to-tail“-Prinzip.**

Die tierischen Produkte erfreuten sich durchwegs größerer Beliebtheit, was in der Diskussion die interessante Frage aufwarf, ob und warum vegane oder vegetarische Produkte in Geschmack und Aussehen unbedingt tierische Lebensmittel simulieren müssen. **HaRo** ■



# DIE ZUKUNFT GEMEINSAM GESTALTEN

Das AMA-Forum ist ein Auftakt für die Taktgeberrolle der AMA-Marketing. Der Auftakt soll Einblick in unsere Strategie, in unsere Maßnahmen geben und auch ein Auftakt zu neuen Formen der Partnerschaft sein“, mit diesen Worten leitete Christina Mutenthaler-Sipek das AMA-Forum 2023 ein. Rund 650 Gäste nahmen vor Ort in der ARIANA in der Seestadt Wien und online teil.

Bundesminister Norbert Totschnig und Josef Moosbrugger, Präsident der Landwirtschaftskammer Österreich unterstützten den Appell der neuen Geschäftsführerin der AMA-Marketing. „Das AMA-Forum ist ein Highlight im Kalender der Lebensmittelbranche und eine wichtige Plattform, um Chancen und Herausforderungen zu besprechen. Gerade der russische Angriffskrieg in der Ukraine hat die Bedeutung einer verlässlichen, krisenfesten Agrarpolitik in den Mittelpunkt gerückt“, betonte Landwirtschaftsminister Totschnig. „Unsere Landwirtschaft gehört in Bezug auf Nachhaltigkeit, Qualität und Tierwohl zu den internationalen Spitzenreitern. Unser Ziel ist es, die hohen Standards zu sichern und sinnvoll weiter auszubauen – gemeinsam mit den Branchen und der AMA-Marketing. Mit der Novelle des AMA-Gesetzes haben wir das AMA-Marketingbeitragsystem breiter aufgestellt und für die Zukunft gerüstet. Denn nur durch bestmögliche Bewerbung unserer qualitativ hochwertigen Lebensmittel erreichen wir Wertschöpfung für unsere Bauern und Regionen“, so Totschnig, der auf gute Zusammenarbeit mit der neuen Geschäftsführerin setzt: „Mit Christina Mutenthaler-Sipek wird die AMA-Marketing auch in

Zukunft innovative Wege gehen und neue Akzente setzen, um die Konsument:innen künftig noch stärker zu erreichen.“

## Für regionale Produkte begeistern

„Unsere Landwirt:innen leben in Zeiten extrem volatiler, internationaler und preissensibler Märkte. Gleichzeitig sind immer weniger Menschen mit der land- und forstwirtschaftlichen Arbeit vertraut und dadurch in der öffentlichen Diskussion leicht zu verunsichern. Viele Wünsche und Forderungen sind nicht nur in der landwirtschaftlichen Praxis nicht umsetzbar, sondern klaffen auch oft mit dem Kaufverhalten weit auseinander. All das sind Herausforderungen, die ein starkes, professionelles und innovatives Marketing und Aufklärung erfordern“, betonte der Präsident der Landwirtschaftskammer Österreich, Josef Moosbrugger. „Es muss uns gemeinsam gelingen, den Menschen bäuerliche Arbeit, Qualitätsprodukte und zusätzliche Leistungen für die Gesellschaft näherzubringen – realistisch, glaubwürdig und vertrauensbildend.“

## Die drei Eckpfeiler der AMA

Die AMA-Marketing hat für ihre Arbeit drei Eckpfeiler definiert:

- Die AMA-Marketing ist der anerkannte Taktgeber zur Steigerung der Güte von Lebensmitteln.
- Die AMA-Marketing entwickelt sich zum Kommunikationshaus.
- Die AMA-Marketing agiert als Bindeglied entlang der Wertschöpfungskette.

Josef Moosbrugger, Präsident der Landwirtschaftskammer Österreich, Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft Norbert Totschnig, Christina Mutenthaler-Sipek, Geschäftsführerin AMA-Marketing und Zukunftsforscher Tristan Horx (v.l.)

„Auftakt!“ war der Titel des AMA-Forums 2023, das Mitte Jänner stattgefunden hat.

Die neue Geschäftsführerin Christina Mutenthaler-Sipek präsentierte die Eckpfeiler des Programms der AMA-Marketing und rief alle Beteiligten entlang der Wertschöpfungskette auf, sich gemeinsam für den Wert von Lebensmitteln, Tierwohl und Nachhaltigkeit einzusetzen.

## Horx: Die Notwendigkeit des Gütesiegels wird weiter steigen

Die Strategie und geplanten Maßnahmen der AMA-Marketing untermauerte der renommierte Zukunftsforscher Tristan Horx in seinem Vortrag über den Konsumenten der Zukunft. Dazu meint Horx: „Qualität schlägt Quantität – so das Credo der Konsument:innen. Vor allem regionale und somit auch ökologische Produkte werden immer wichtiger. Auch wenn die Inflationslage diese Dynamik etwas verlangsamt, die Zukunft ist hier gewiss. Im Kontext von Produkten wird viel von Transparenz geredet, in der Realität wollen Konsumenten aber nicht bei jeder Kaufentscheidung ewig nachrecherchieren, ob sie ihre Kaufentscheidung guten Gewissens treffen können. Insofern braucht es mehr denn je das Gütesiegel, um das Bedürfnis der Menschen und des Marktes zueinander zu führen.“

## Gütesiegel wird weiterentwickelt

Als Taktgeber wird die AMA-Marketing den Wert von Lebensmitteln in den Mittelpunkt rücken und damit auf die wertgebenden Eigenschaften fokussieren. Konsument:innen zeigen vermehrt Interesse an der Produktionsweise, an der Tierhaltung und an Aspekten des Klimaschutzes. Deshalb wird gemeinsam mit den verschiedenen Branchen verstärkt an der Differenzierung der Qualitätsprogramme gearbeitet. Das AMA-Gütesiegel wird das Qualitäts- und Herkunftsprogramm für die Breite bleiben, sich aber im Kontext zu Tierwohl und Klimaschutz weiterentwickeln. „Teil unseres gesetzlichen Auftrages ist auch das Betreiben eines funk-

tionierenden Kontrollsystems. Das haben wir längst, werden es jedoch noch wirksamer gestalten und zusätzlich auf Prävention setzen“, kündigt Mutenthaler-Sipek an.

Zur Taktgeberrolle gehört auch, neue Wege in der Kommunikation einzuschlagen. Die AMA-Marketing will sich künftig als Kommunikationshaus etablieren. Durch faktenbasierte Informationen die Sichtbarkeit der Leistungen der Lebensmittelwertschöpfungskette erhöhen und die Bekanntheit sowie Glaubwürdigkeit der AMA-Qualitätsprogramme steigern. Mit der Plattform [www.haltung.at](http://www.haltung.at) wurde der erste Schritt gesetzt.

### Mehr Fairness

„Wir alle brauchen wieder mehr Fairness – zum Wohl der Landwirt:innen und Unternehmer:innen, der Arbeitnehmer:innen und Konsument:innen und besonders zum Wohl der Tiere. Wir alle brauchen ein partnerschaftliches Miteinander, um die Qualitätsproduktion in all ihren Ausprägungen zu sichern und weiterzuentwickeln“, ruft Mutenthaler-Sipek dazu auf, die Zukunft der Land- und Lebensmittelwirtschaft gemeinsam zu gestalten. **HaRo** ■



### Die Branche im Zukunftsdialog

Mit dem Dialog startete die AMA-Marketing gleich beim AMA-Forum. Sie holte Vertreter:innen der Branche zum Zukunftsdialog aufs Podium. Diskussteilnehmer:innen waren:

- Stefan Lindner, Landwirt und Obmann Berglandmilch
- Norbert Marcher, Geschäftsführer der Marcher GesmbH
- Eva Rosenberg, Länderchefin VIER PFOTEN Österreich
- Martha Schultz, Touristikerin und Vizepräsidentin des WKÖ
- Christoph Tamandl, Geschäftsführer des Fachverbands Lebensmittelhandel
- Manfred Weinhappel, Ackerbauer & Leiter der Pflanzenproduktion der LK Niederösterreich

# AB HOF

## Spezialmesse für bäuerliche Direktvermarktung WIESELBURG

Entdecken Sie die Vielzahl an nationalen und internationalen Aussteller:innen!

QR-Code scannen und Ausstellerverzeichnis aufrufen:



WIR SCHAFFEN BEGEGNUNG



[www.abhof.com](http://www.abhof.com)

**3. bis 6. März 2023**



Der Fleischereibetrieb Höllerschmid hat sich zum qualitativ hochwertigen Rundumversorger für Gastronomie und Endkundschaft entwickelt. Bekannteste Marke: das Ötscherblick-Schwein.

# HÖLLISCH GUT

90 Mitarbeiter, 10.000 Quadratmeter und eine Fleischbank, ihre Schätze in schmucken Vitrinen präsentiert. Das ist Höllerschmid am Kamp. Seit 2019 führt Sohn Christoph, 28, das Tagesgeschäft. Wie das System funktioniert und was die Höllerschmids so vorhaben – Fleisch & Co-Autor Marko Locatin hat es vor Ort erkundet.

Fleisch vom Höllerschmid“ gilt in der Gastronomie seit vielen Jahren als verlässliche Qualitätsmarke, die Manfred Höllerschmid in jahrelanger Arbeit flächendeckend etablieren konnte.

Manfred Höllerschmid ist ein Mann, der wenig dem Zufall überlässt. Gleichbleibend gute Qualität, präzise Herkunftsbezeichnungen (sein Slogan: „Weil’s nicht Wurscht is, wo’s herkommt“), verlässliche Verfügbarkeit und Fleisch als Marke sind die Eckpfeiler seines Erfolges. Nun aber tritt endgültig Sohn Christoph, der bereits seit 2019 das Tagesgeschäft führt, in Vaters Fußstapfen. Wir haben einen Rundgang durch das Unternehmen gemacht und mit den Höllerschmids gesprochen. Mit Manfred, immer quirlich, immer auf dem Sprung, sprühend vor Ideen, und mit Sohn Christoph, Lebensmitteltechniker, ruhig, bedacht, kreativ. Die Temperamente mögen sich ja unterscheiden, klare Vorstellungen von ihrem Unternehmen haben beide. Wir haben den Standort erkundet und Christoph Höllerschmid gefragt, was er in nächster Zeit plant.

Aber: alles der Reihe nach.

## Eine Bank, der etwas anderen Art

Wir befinden uns in Walkersdorf am Kamp, wo einige Meter vom Bahnhof entfernt in der Gewerbestraße auf Nummer 19 eine Bank liegt. Eine Bank, der anderen Art freilich: Man kein Geld abheben, dennoch aber beherbergt auch sie wertvolle Schätze.

2016 eröffnete hier die „Fleischbank“, der für Endkunden sichtbare Teil des dahinterliegenden Fleischereibetriebs, der seit 1998 besteht. Höllerschmids präsentieren hier ihre Schätze in schmucken Vitrinen, fast wie beim Juwelier.

Die Idee: Dem Produkt die Wertigkeit geben, die ihm zusteht, oder wie der Manfred sagt: „Louis Vuitton für Männer“. Er freue sich jedenfalls jeden Tag an dem Anblick, wenn er in die Firma kommt. Wie auch die Endkunden, die hier gustieren, verkosten und kaufen. Sohn Christoph (siehe auch Interview) sieht das etwas nüchterner, nämlich als „handwerkliche Produkte in modernem Verkaufsumfeld“. Durch die Pandemie seien sie gut gekommen, sagen sie unisono, da habe sich die nicht unbeträchtliche Investition in die Fleischbank gelohnt.

## Beste Produkte im Tresor der Bank

Wir beginnen – wie könnte es anders sein, herzlichen Dank dafür – mit einer Verkostung: herrlich marmorierter Beinschinken, Speck mit Fettrandl, rosa Roastbeef und Wurst liegen appetitlich auf einem Holzbrett. Dazu wird Gebäck von Joseph gereicht. Das offerierte Glaserl Wein trinken wir später. Sinn für guten Wein haben übrigens Senior wie Junior. Burgund und Wachau etwa.

Herausragend der Speck mit Schmelz vom Ötscherblickschwein, eine Exklusivmarke- und Züchtung der Höllerschmids, von welcher hier noch die Rede sein wird.

In der Fleischbank präsentieren die Höllerschmids ihre wertvolle Ware in schmucken Vitrinen.





Seit 2019 ist Sohn Christoph verantwortlich für das Tagesgeschäft. Derzeit plant er größere Umbauten am Standort und wird die Digitalisierung vorantreiben. Vater Manfred steht ihm jedoch weiterhin mit Rat und Tat zur Seite.

Nach dem Vergnügen kommt die Arbeit – oder war's umgekehrt? Wir also – penible Hygiene ist hier natürlich Pflicht – in ein schickes Plastikhauberl, einen ebensolchen Mantel sowie Schuhschutz gehüllt, gelangen wir in den „Tresor der Bank“, nämlich in die direkt hinter den Verlaufs- und Verkostungsräumen liegende Fleischproduktion.

Zur Seite steht uns übrigens Außendienstmitarbeiter und Kundenbetreuer Stefan Waldbauer, denn die Höllerschmids sind, wie so oft, im Stress.

#### Beeindruckende Logistik

Rund 20 Tonnen Rindfleisch und fünf Tonnen Schwein pro Woche werden hier zerlegt und portioniert, dazu noch jeden Menge Wild und Geflügel. Auch die Logistik ist beeindruckend: Die Gastronomie beliefert Höllerschmid in Ostösterreich mit eigenem Fuhrpark. Zehn Lkws pendeln ab 5 Uhr früh

zwischen Kamp und Kundschaft. Für Endverbraucher existiert ein Expresszustelldienst, der ab 100 Euro Bestellwert österreichweit gratis binnen zwei Tagen liefert.

„Wir bekommen die Schweine in Hälften, Rinder in Vierteln angeliefert, bei uns wird zerlegt, so weit möglich verarbeitet und veredelt. Im Schweinefleisch-Bereich auch Schinken und Wurst. Für die Gastronomie portionieren wir hier auch Schnitzel und Gulasch“, sagt Waldbauer.

Rund 90 Mitarbeiter kontrollieren, selektieren, verarbeiten und verpacken jede Woche Tonnen an Rind-, Schwein- und Kalbfleisch. Erste Station: der Anlieferungsbereich, wo die Ware u. a. auf Gewicht, Herkunft, Temperatur und pH-Wert kontrolliert wird. Danach geht es zu den Verarbeitern, die, wie wir uns überzeugen konnten, gut gelaunt, riesige Portionen in kurzer Zeit präzise zurechtschneiden.

Durch eine weitere Schneise gelangt man in die Kühl- und Reiferäume, wo ein ausgeklügeltes System für perfekte Lagerung sowie Reifung sorgt.

#### Dry Age im Kernfett

Apropos Reifung. Waldbauer: „Wir selektieren bei der Warenübernahme entschieden nach Qualitätskriterien, was wir wie verwenden. Der Englische, der Rücken bleibt im Ganzen und kommt in einen der fünf Reiferäume, denn das Produkt soll fünf Wochen reifen. Bei uns bedeutet das, dass die wertvollen Fleischteile in diesen Wochen möglichst berührungsfrei abhängen können. Um das Austrocknen zu verhindern, bestreichen wir die Teile mit Kernfett der Biorinder.“

Schließlich wird noch verpackt, etikettiert und die Ware in Kisten zur Bestellung fertig gemacht. Nun kommen wir zur Herkunft der Ware. →



## Die ERP-Software für die Fleischwirtschaft

» Eine Lösung für alle Prozesse «



Winweb Informationstechnologie GmbH  
Am Wiesenhang 8 | D-52457 Aldenhoven  
Tel. +43 720 880066 | info@winweb.de  
www.winweb.at



## Christoph Höllerschmid im Interview

Seit dem Jahre 2019 hat **Christoph Höllerschmid** das Tagesgeschäft übernommen. Sein Vater Manfred, der aus gesundheitlichen Gründen kürzer treten muss, steht ihm allerdings noch als Berater zur Seite. Wir haben mit Christoph Höllerschmid über seine Pläne gesprochen.

**Fleisch & Co:** *Fleischkauf ist Vertrauenssache ist Eurer Motto. Früher hat der Kunde SEINEM Fleischhauer vertraut. Traurig, dass diese, wie Greißler, bereits fast ausgestorben sind. Wie seht Ihr eigentlich diese Entwicklung?*

**Christoph Höllerschmid:** „Ja, das geht mir auch nahe, aber: Man muss sich auch verändern. Eine Möglichkeit ist eine Kooperation mit bestimmten Betrieben. Es gilt, neue Geschäftsmodelle zu finden. Ich glaub', es ist auch eine Chance. Noch nie haben so viele Menschen über Essen nachgedacht.“

**Fleisch & Co:** *War es für Sie immer schon klar, in den Familienbetrieb einzusteigen?*

**Christoph Höllerschmid:** „Eigentlich schon. Ich hab' die HTL-Hollabrunn in Lebensmitteltechnik absolviert, dann im Software-Bereich gearbeitet. Seit Anfang 2017 bin ich in unterschiedlichen Positionen im Familienunternehmen tätig und fühle mich sehr wohl hier (lächelt). Meine Lebensgefährtin leitet den Online-Shop und den Privatkundenbereich.“

**Fleisch & Co:** *Was genau ist jetzt Ihr Job?*

**Christoph Höllerschmid:** „Erst hatte ich die Leitung der Zerlegung inne. Dann die gesamte Betriebsleitung, seit Ende 2019 leite ich das Tagesgeschäft. Das heißt konkret: Ich bin hauptverantwortlich für Einkauf- und Verkauf. Auch Marketing obliegt mir.“

**Fleisch & Co:** *Wie und warum ist es wichtig bzw. wie kann man Produkte als Marke platzieren, z. B. Ötscherblickschwein oder Steirer-Huhn?*

**Christoph Höllerschmid:** „Für Gastronomie und Konsumenten ist das enorm wichtig. Der Gastronom hat da zwei Zugänge 1) Qualität und 2) wie kann ich auf meiner Karte schön die Herkunft ausweisen. Und Privatkunden können auf Qualität und Sicherheit zählen, zu wissen, was man bekommt. Ich glaub' mit diesen Marken können wir unsere Grundsätze Ehrlichkeit und Transparenz sehr gut rüberbringen.“

**Fleisch & Co:** *Herkunftskennzeichnung ist ein Riesenthema in der Gastronomie. Soll das verpflichtend kommen oder reicht ein „Fleisch vom Höllerschmid“?*

**Christoph Höllerschmid:** „Ich bin ein schwerster Befürworter der Herkunftsbezeichnung der Gastronomie. Ich finde es steht jedem Konsumenten zu, zu wissen, was man isst. Man soll als Chance und Verpflichtung begreifen.“

**Fleisch & Co:** *Und wenn das Kalb aus Holland ist?*

**Christoph Höllerschmid:** „Ja, auch wenn das Kalb aus Holland ist. Wir haben damit kein Problem, weil man den Bedarf ja nicht aus heimischen Beständen decken kann!“

**Fleisch & Co:** *Die Stimmung hier im Betrieb ist sehr gut. Oder täuscht der Schein?*

**Christoph Höllerschmid:** „Nein, gar nicht (lacht). Das Klima ist gut. Wir haben uns aber auch intensiv mit dem Thema Personalwesen auseinandergesetzt, das heißt: Was müssen wir tun, um Personal zu kriegen und zu halten? An mehreren Punkten angesetzt. Onboarding-Prozess: Wenn er anfängt, hat er alle Infos, wen er fragen kann usw. Wir haben mal ein Stelle Personalwesen geschaffen, alle Bereichsleiter haben bei uns eine großen eigenverantwortlichen Handlungsspielraum.“

**Fleisch & Co:** *Ihr seid ein innovatives Unternehmen. Was habt Ihr denn noch so vor?*

**Christoph Höllerschmid:** „So einiges, aber ich will jetzt nicht alles verraten (lächelt). Die EDV, die Digitalisierung werde ich vorantreiben. Fix ist derzeit auch ein größeres Bauprojekt, denn wie Sie sicher gesehen haben, platzen wir hier schon aus allen Nähten. Die Lager sind voll und auch für unsere Mitarbeiter möchten wir mehr Raum schaffen. In groben Zügen: Der Logistikbereich mit Anlieferung und Auslieferung soll erweitert werden. Ebenso der Verarbeitungsbereich, das Büro und die Sozialräume. Alles Weitere wird nicht verraten.“ (lacht)



**Die Fleischbank ist der Treffpunkt für alle, die Fleisch verantwortungsvoll genießen möchten und beim Einkauf auf persönliche Fachberatung Wert legen.**

**Starkes Duo:  
Monika und  
Manfred Höllerschmid.**

### Die Herkunftskennzeichnung steht dem Konsumenten zu

„Herkunftskennzeichnung ist ja ein Riesenthema in der Gastronomie. Soll das kommen oder reicht ein ‚Fleisch vom Höllerschmid?‘ „Ich bin ein schwerster Befürworter der Herkunftsbezeichnung der Gastronomie“, unterstreicht Manfred Höllerschmid, denn: „Ich finde es steht jedem Konsumenten zu, zu wissen, was man isst. Man soll sie als Chance und Verpflichtung begreifen. Auch wenn das Kalb aus Holland ist. Wir sind transparent.“ Spätestens seit 1998, als sie als einer der ersten Fleischereibetriebe des Landes die genaue Herkunftskennzeichnung eingeführt haben. Diese befindet sich heute auf jedem Produkt.

Ein weiterer wichtiger Baustein zur Marke Höllerschmid ist die Vermarktung bestimmter Produkte unter einem Markennamen.

### Exklusivmarke Ötscherblickschwein

Als bekannteste Marke gilt das „Ötscherblickschwein“, eine von Höllerschmid initiierte neue Kreuzung aus Edelschwein (Mutter) und Duroc (Vater). Die aktiven Tiere werden von Hans und Heidemarie Ortner auf ihrem Vierkanthof bei Strengberg in Niederösterreich für Höllerschmid gezüchtet. Besondere Eigenschaften: Feine Marmorie-



rung, hoher Anteil an intramuskulärem – „kernigem“ – Fett, saftig, aromatisch, geringer Volumensverlust beim Grillen und Braten: Die Fleischqualität verdankt es unter anderem auch dem zu 100 % aus der Region stammendem Futter, seinem langsamen Wachstum sowie intensiver Zuwendung. Und vielleicht auch dem großzügigen, überdachten Freiluftstall mit Blick ins – erraten! – Ötscherland!

### Exklusivmarke Waldviertler Pute

Eine weitere Exklusiv-Marke ist die Waldviertler Pute. Das Geflügel stammt von regionalen bäuerlichen Familienbetrieben, wo die Tiere mit hofeigenem, GVO-freiem Futter in Freilandhaltung heranwachsen. Auf den fruchtbaren Wiesen des Waldviertels führen sie ein Leben in freier Natur. Erreichen die Tiere ihr Optimalgewicht (20–

22 kg), wird ein Schlachtermin im Partnerbetrieb Waldlandhof vereinbart.

### Als Rundumversorger etabliert

Weiters im Programm und eine Kooperation mit mehreren Betrieben, ist Geflügel unter der Marke Steirerhuhn, die es in Bio und konventionell gibt. Innereien (Zunge, Leber ...) der beliebte Beinschinken vom Ötscherblickschwein und Würste, die hier am Standort produziert werden, komplettieren das Sortiment. Apropos Sortiment: Bio macht rund 30 Prozent aus und wird auch hier immer wichtiger. Beliebt bei den Konsumenten seien auch das Faschierte. Im Unterschied zum Supermarkt wird es hier nicht in Verpackungen verschweißt und mit Gasen zuge-dröhnt, sondern schockgefroren in Salami-form angeboten. ■



# OK PANEELLE

Hygienische Decken- u. Wandverkleidungen  
3100 St. Pölten | Hnilickastraße 34 | T:+43 - 2742 / 88 29 00

**Montage von Systemen mit Glasbord® wie  
fugenlose GFK Wandverkleidungen  
Isolierpaneele | Kühl-, Tiefkühl- u. Klimazellen  
sowie PVC- Paneele und Industrietüren**

**www.OK-PANEELE.at**



Vater und Sohn: Karl Höller, der Chef des Hauses ist zuständig für Viehverkauf, Qualitätssicherung und Produktion.

Stefan, auch Fleischermeister, versteht es, den Geschmack von Würsten, Schinken und Speck auf den Punkt zu bringen.

# HÖLLER: BESTÄNDIGKEIT IM DREILÄNDERECK

Ganz im Süden Niederösterreichs halten Magdalena und Karl Höller die Fahne des Fleischergewerbes hoch. Wie man im 1.500-Seelen-Ort Zöbern nicht nur überlebt, sondern auch Lehrlingen den Beruf in allen Facetten nahebringt, erzählten die beiden nach dem 35-Jahr-Jubiläum Fleisch & Co-Autor Roland Graf.

Wer öfter die A 2 zwischen Kärnten und Wien befährt, kennt Zöbern vermutlich. Die „Oldtimer“-Autobahnraststätte im Ort, keine Stunde von der Bundeshauptstadt entfernt, ist mit ihrer markanten Lage auf einer Anhöhe ein beliebter Treff- und Rastpunkt. Nicht weniger gemischt sind die Autokennzeichen aber einen Hügel weiter, am Parkplatz vor der Adresse Kampichl 35. „Ein paar Meter über uns ist die steirische Grenze“, erklärt Seniorchef Karl Höller die exponierte Lage seiner Fleischerei. Besagte Autobahnbrücke führt in unmittelbarer Nähe vorbei und auch das

Burgenland ist in diesem Dreiländereck nicht weit. Und doch bleibt die Fleischerei Höller ein waschechter niederösterreichischer Betrieb.

Selbst kennengelernt haben sich „Leni“ und Karl Höller dereinst beim Fleischer – „das war in Krumbach beim Müller, wo wir gearbeitet haben“. Da beide aus der Buckligen Welt stammten, war schnell klar, dass man die Chance ergreifen würde, als in Zöbern, Karls Heimatort, eine Fleischerei zu pachten war. Erich Vollnhofer übergab ihnen den Betrieb 1987, arbeitete aber noch einige Zeit an der Seite der Höllers mit.

## Schlachtung mit kurzen Wegen

Heute stehen mit Fleischermeister Stefan und seinen Eltern bereits zwei Generationen Höller im modernen Verkaufsraum. Beim Be-

such „zwischen den Jahren“ geht die Tür alle paar Minuten auf. Abholer von Bestellungen sind dabei, aber auch klassische Jausen-Käufer. Sie teilen sich in zwei Gruppen: jene, die das freundliche Verkaufsteam gut kennt, und neue Gäste. Denn auch wenn es keine Durchzugsstraße ist, an der sich die Fleischerei befindet: Der Standort nahe der Autobahn sorgt selbst zwischen Weihnachtsfeiertagen und Silvester für regen Betrieb. Im Nachhinein war es der wohl wichtigste Schritt in der über 35 Jahre währenden Geschichte ihres Betriebs, den das Ehepaar 1999 setzte: Am Ortsrand von Zöbern – am Kampichl eben – wurde ein Neubau errichtet, der im Jahr darauf die EU-Zulassung als Schlachthof erhielt.

Auch in dieser Hinsicht gehört man zu den Ausnahmen der Branche, „in der manchen die ausgelösten Rinderhälften bis zum Garagentor geliefert werden“ (© Karl Höller). Geschlachtet wird vor Ort in der modernen Produktionsstätte mit dem leuchtend blauen Dach. Für die in der Kälbermast beliebten Weiden der Buckligen Welt ergibt sich damit eine beneidenswerte Situation: Rinderbauern haben kurze Wege bis zu Karl Höller, der die Tiere auch im Auftrag schlachtet und zerlegt. „Rinder beziehen wir aus der Region“, greift



Magdalena „Leni“ Höller ist nicht nur mehrfache Weltmeisterin im Plattenlegen, sondern im Betrieb auch für den Verkauf, die Buchhaltung und das Marketing zuständig.

auch der Fleischer gern an das Angebot auf gesund aufwachsenden Tieren zurück. Nicht einmal ein eigenes Fahrzeug hat man dafür nötig. Die Züchter selbst bringen ihre Tiere auf den vertrauten Anhängern – ohne Stress und lange Transporte für die Rinder.

### Symbiose mit den lokalen Züchtern

Das Schweinefleisch wiederum stammt aus dem nahen Burgenland, so Höller senior. Wobei der erfahrene Fleischer in den Direktvermarktern der Region keineswegs Konkurrenten sieht. „Wenn jemand diesen Weg einschlägt, gibt es keinen Neid, ich stehe auch mit meinem Wissen zur Verfügung.“ Denn mit der Lohnschlachtung lassen sich auch „ruhige Zeiten ausgleichen“. Nach Allerheiligen etwa, wenn das Geschäft ein wenig nachlässt, wird hier zum traditionellen Termin geschlachtet. Aber auch im Spätwinter, „wenn die Bauern kommen, die zu Ostern ihr Geselchtes anbieten wollen“ – ist man so schon gut ausgelastet mit den Tieren der Landwirte.

Dieser Weg des Lebens und Leben-Lassens scheint dem Betrieb jedenfalls bestens zu bekommen; mit 16 Mitarbeitern stellt die Familien-geführte Fleischerei eine respektable Größe dar. Nur zum Vergleich: Das 50.000 Einwohner zählende Wiener Neustadt etwa verfügt über kein einziges Fleischergeschäft mehr. Die Höllers hingegen bilden im 1.500 Einwohner zählenden Zöbern sogar Lehrlinge aus. „Gerade wieder haben zwei mit Auszeichnung abgeschlossen“, zeigt sich Magdalena Höller zufrieden mit den Leistungen.

### Fleischer-Ausbildung ohne Lücken

Zumal der Nachwuchs bei den Höllers die gesamte Bandbreite des Handwerks kennenlernt. Auch das – wir wiederholen uns – stellt eine Seltenheit dar. Es mag vielleicht eine Anekdote sein, dass ein Wiener Lehrling, der vor Jahren im Rahmen einer Exkursion nach Zöbern kam, keinen „Englischen“ kannte. Aber es ist eben auch eine traurige Gewissheit: „Der

hatte das letzte Jahr halt nur Schnitzel runtergeschnitten“, so Karl Höller, „das konnte er sicher perfekt.“ Aber eben: nur das! Am Kamptichl 35 wird hingegen so gut wie alles selbst hergestellt; lediglich Salami kauft man zu.

Die Sammlung an Auszeichnungen, bescheiden in der Ecke des Verkaufsraums zu finden, unterstreicht diese Expertise eindrucksvoll. Da findet sich der „Speckkaiser“ aus Wieselburg für das Pfefferkarree und den Hausspeck, einen Höller-Verkaufshit, ebenso wie Trophäen für die beste Blunzen oder der Weltmeister im Plattenlegen – eine klare Domäne Magdalena Höllers. Doch auch dieses Service erfolgt nur in Abholung durch die Kunden. „Catering ist bei uns kein Thema. Man muss wissen, wo man seine Stärken hat“, heißt es dazu. In Zöberns Fleischerei stellt jedenfalls eindeutig die Produktion das Herz des Betriebs dar.

### Jause für die Schwammerl-Sucher

Wie viele Artikel man genau im Angebot hat, kann Magdalena Höller aus dem Stand gar nicht beantworten. Viele Saison-Angebote – von der Silvestersulz bis zum Reh – erweitern den fleischlichen Kosmos in Niederösterreichs südlichster Ecke. „60 bis 70 Wurstsorten werden es sein“, schätzen die Höllers, „allein beim Leberkäse sind es ja schon fünf Varianten“. Erweitert wird das selbst erzeugte Angebot in Zöbern noch von lokalen Gourmandisen: Ziegenkäse von den Mandls in Lichtenegg findet sich ebenso wie die Teigwaren der kleinen Manufaktur Sinael (Thomasberg) oder das über die Region hinaus bekannte Bier des Krumbacher Tüftlers Gerald Schwarz („Schwarzbräu“).

Karl und Stefan Höllers eigene Bestseller jedenfalls sind zwei Stangenwürste – die Polnische und die Käswurst. Sie werden auch von einer ganz eigenen Klientel gerne mit nach Haus genommen: den Schwammerlsuchern. „Wo genau sie gesucht haben, verraten sie natürlich nie“, lacht Magdalena Höller, aber bis aus Wien kommen die Pilz-

freunde spätestens in die Wälder des Wechselgebiets – und schätzen danach eine Jause.

Auch der nahe Golfplatz sorgt für einen Nachschub an Kunden. Insofern vertraut man neben der Präsenz in den Lokalmedien in Sachen Werbung ausschließlich der Mundpropaganda. Und die wirkt offenbar auch, wie der Andrang während des Gesprächs eindrucksvoll zeigt.

### Next Generation: Stefans Pläne

Und weil bei den Höllers offenbar vieles noch so funktioniert, wie es soll, hat man auch keine Nachwuchssorgen. Stefan Höller stemmt als Juniorchef bereits das Tagwerk, die offizielle Übergabe wird wohl in zwei Jahren stattfinden. „Die groben Vorstellungen dafür habe ich schon im Kopf“, so der 32-Jährige. Vor allem schwebt ihm ein Selbstbedienungskonzept vor, das die autobahnahe Fleischerei dann rund um die Uhr zugänglich macht. „Automaten sind mir da nicht so sympathisch“, so Höller, der sich an der kleinen Angebotspalette stößt. So ließe sich auch die Investition für den Automaten viel zu langsam zurückverdienen.

Nein, idealerweise soll es ein eigener Bereich mit Zugangskontrolle und Selbstscanner-Kasse, dafür aber mit dem vollen Sortiment werden. Einen Prototyp dafür hat man sich bereits angesehen. Für die Wochenend-Ausflügler, die über die A 2 am Sonntag nach Hause reisen, wäre das ein Idealangebot, formuliert es Stefan Höller.

Davor steht aber bereits heuer ein weiterer Ausbau der Fleischerei an. „Die Photovoltaik-Anlage wird mit den geplanten Kilowatt rund 20 % unseres Energiebedarfs decken“, hat Senior Karl Höller die Zahlen genau im Kopf. Es ist ein weiterer Schritt zur Zukunftssicherung des Betriebs. Aber auch hin zur „klassischen Fleischerei, in der sich jeder den Einkauf leisten kann“. Dieses Credo verfolgt man nun seit 36 Jahren. Und es sieht nicht aus, als wollte man daran im Wechselgebiet etwas wechseln. **Roland Graf** ■

Wenn es um nationale oder internationale Auszeichnungen geht, dann ist die Fleischerei Höller aus Zöbern meistens bei den Besten mit dabei. Letztes Jahr wurden die Preise des Internationalen Fachwettbewerbs für Fleisch- und Wurstwaren überreicht. Zwei der vier Ehrenpreise gingen an die Fleischerei Höller für „exzellentes handwerkliches Können über die gesamte Breite des Produktionsangebots“, wie es in der Jury-Begründung hieß. Höller-Tochter Karin Wassermann durfte die Pokale freudestrahlend entgegennehmen.





# EIN PFLICHTTERMIN FÜR DIE BRANCHE

Die AB HOF – Spezialmesse für bäuerliche Direktvermarktung ist DIE europäische Leitmesse für die österreichische Lebensmittelbranche und kehrt nach den Corona-Jahren wieder zu ihrem angestammten Märztermin zurück: Von Freitag, 3. März, bis einschließlich Montag, 6. März, wird sich in Wieselburg wieder alles um regionale Erzeugnisse drehen.



Die AB HOF Messe hat sich zu der Leitmesse der Direktvermarktung und der Lebensmittelbranche Österreichs etabliert. Die Veranstaltung bietet vor allem B2B eine große Kommunikationsplattform, aber auch interessierte Konsument:innen schätzen dieses Informationsevent für regionale und überregionale Produkten ganz besonders. Ich freue mich, dass wir heuer wieder viele namhafte Produzent:innen und Unternehmen mit dabei haben und darüber hinaus mit einem vielseitigen Vortragsprogramm punkten können – das gleichwohl Branchen-Expert:innen und Endverbraucher ansprechen wird“, macht Projektleiterin Barbara Völkl schon große Lust auf das Messe-Event des Jahres.

Die Ausstellung und das Programm können sich aber auch wirklich sehen (und besuchen) lassen, die Messe in Wieselburg gilt nicht umsonst als Leitmesse für die Vermarktung und Verarbeitung bäuerlicher Produkte und Dienstleistungen.

## Die Ausstellung ist in zwei Hauptteile gegliedert

Die Messe in Wieselburg gliedert sich in zwei Teilbereiche, einerseits gibt es den Fachbereich der Ausstellung, welcher alles für die bäuerliche Direktvermarktung bietet: von der Produktion mit Maschinen für die Verarbeitung von Obst, Gemüse, Fleisch, Milch und Getreide über Imkereibedarf bis hin zu Verpackung, Kühlung, Lagerung und Vermarktung von Ab-Hof-Produkten.

Andererseits der Konsumententeil, bei dem Produkte aus der bäuerlichen Direktvermarktung zum Verkosten und zum Kauf angeboten werden.

In diesem Teil der Ausstellung findet am Samstagabend übrigens auch der legendäre Steirerabend statt. Bei steirischen Schmanckerln und zünftiger Musik kann hier nicht nur gegessen, getrunken und gefeiert, sondern in gemütlich-legerem Rahmen das eigene Netzwerk erweitert werden.

### Das Rahmenprogramm spielt alle Stückl'n

Das Rahmenprogramm der Messe bietet neben den Vorträgen und Workshops rund um die Thementage auch viele weitere hochkarätige Beiträge mit ebensolchen Experten. So können im Zuge der AB HOF sogar Kompetenzen neu erlernt, gefestigt und vertieft werden: von Brot- und Weckerlbackkursen über Dörren und Trocknen bis hin zu Planungsworkshops für die eigene Hofkäserei gibt es zahlreiche nützliche Beiträge für Direktvermarkter:innen, die Landwirtschaft und Produzent:innen.

Darüberhinaus bietet die AB HOF-Bühne im Obergeschoß der Europa-Halle einen bunten Mix aus fachlichen und unterhaltsamen Programmpunkten – DER Besuchermagnet sind hier auf jeden Fall die verschiedenen Schaukoch-Shows.

Die Programmpunkte finden Sie auf den nächsten Seiten.

### Von Kaiser bis Kranzl – die Produktprämierungen

Ein wesentlicher Bestandteil der Messe sind die Produktprämierungen, diese umfassen insgesamt acht verschiedene Wettbewerbe. Für fleischverarbeitende Betriebe besonders interessant sind die Bewerbe „Speck-Kaiser“ (Rohpökelfleisch, Kochpökelfleisch, Rohwürste, Aufstriche, vegane & vegetarische Spezialitäten) sowie „Das goldene Blunz'nkranzl (Blutwurst)“. Erstmals wurden die beiden Wettbewerbe um vegane und vegetarische Spezialitäten erweitert. Die Sieger:innen werden am Eröffnungstag der Messe bekannt gegeben und die prämierten Produkte können vor Ort selbstverständlich verkostet werden.

### Fleisch in Wieselburg

Selbstverständlich widmet sich die heutige AB HOF-Messe auch der Fleischverarbeitung. Neben einer umfangreichen Ausstellung, welche von den notwendigen Maschinen über geeignete Verpackungen bis hin zu Gewürzen reicht, bietet die Messe auch heuer wieder einen Vortragsblock zum Thema „Mobile Geflügelschlachtung“. Darüber hinaus wird es auch einen Vortrag mit dem Titel „Schlachtung am Herkunftsbetrieb, aktueller Stand zur teilmobilen Schlachtung von Rind, Schwein und Einhufer in Niederösterreich“ und viele weitere Informationen zu diesem Thema geben. Erstmals wird heuer auch ein Grillworkshop angeboten.

Übrigens: Wer sich als Stammgast der Messe Wieselburg einträgt, kann von vielen Vorteilen profitieren: [www.messewieselburg.at/stammgast](http://www.messewieselburg.at/stammgast) ■

## AB HOF in Wieselburg: Freitag, 3. März 2023

### Bühne H5 im Obergeschoß

- 9:00 Uhr **Preisverleihung** der Produkt-Prämierungen  
 10:30 Uhr Offizielle **Eröffnung der 28. AB HOF**  
 11:50 Uhr Juniorfirma Regiofix: ein Produkt mit Konsumentenbeteiligung, **LFS Pyhra**  
 12:00 Uhr Showkochen: Powertein, Powered by Protein  
**HBLFA Francisco Josephinum**  
 13:00 Uhr Kompetenz in Milch und Käse – Der Verband für handwerkliche Milchverarbeitung von **Karl Fraißler, VHM-Geschäftsführer** Österreich  
 13:30 Uhr Grillen mit Leidenschaft, **Grillworkshop mit AMA-Grilltrainer** und Juror **Franz Bock** von Bocki's Grillerei  
 14:30 Uhr **Radio 4/4** Vorprogramm  
 15:00 Uhr **Radio NÖ sendet live** von der AB HOF-Bühne: Radio 4/4 mit Thomas Schwarzmann und musikalischen Gästen: Jazz Gitti und Die Lauser

### Seminarraum 1, NV-Forum, Halle 3 – Seminare, Anmeldung erforderlich

- 11:00–12:00 Uhr **Jeder Hof zählt** – Neue Perspektiven für fehlende Hofnachfolge  
 Margit Fischer, Perspektive Landwirtschaft  
 13:00–13:40 Uhr **Energieeffizienz in der Direktvermarktung**  
 Dipl. Päd. Ing. Gottfried Etlinger, Referat Energie, LK Technik Mold  
 13:45–14:15 Uhr **Ja zu nah – Vom Hof in die Großküche**  
 Julia Gappmaier, BA, Ja zu nah  
 14:30–15:30 Uhr **So starte ich eine Hofkäserei – Was ist bei der Planung alles zu beachten?** Workshop mit Marc Albrecht-Seidel, Verband für handwerkliche Milchverarbeitung e.V

### Seminarraum, Erlaufthal-Halle, Halle 9 – Anmeldung erforderlich

- 14:00–15:00 Uhr **Das gehört aufs Etikett – Direktvermarktung ohne Kennzeichnungsfehler** mit Julia Stamminger, Agentur Ritt

### Seminarraum, Niederösterreich-Halle, Halle 11

- 11:00–13:00 Uhr **Tagung der Schulmilchbauern** Österreichs

## Sonstige Events auf der AB HOF

- Halle 7, Freitag** **Österreichischer Imkerverband** Top-Unterhaltung beim Imkerstammtisch mit Kurzreferaten: IM Ing. Josef Niklas (Präsident NÖIV) – Österr. Imkerbund und Ehrengäste Fachbezogenes Unterhaltungsprogramm mit Witz & Musik!  
 Für Speisen und Getränke ist gesorgt!

- Halle 11, Samstag** **Steirerabend** in der NÖ-Halle

WEBOMATIC

**TECH FORUM®**  
 Service · Beratung · Leidenschaft



„Mit WEBOMATIC, dem Spezialist für Verpackungsmaschinen, können Sie fast alles verpacken. Und wir sind nun bestens eingepackt ins Team der TECH FORUM GmbH.“

**Tihomir Markic (Kundendienst) & Helmut Kottinger (Vertrieb)**  
 Ehemals WEBOMATIC AT – jetzt TECH FORUM GmbH

Wengstraße 58 | 4643 Pettenbach  
 T: +43 7586 60445-54 | [contact@techforum.at](mailto:contact@techforum.at)  
[www.techforum.at](http://www.techforum.at)

Stolzer Partner von:





## AB HOF: Samstag, 4. März 2023

### Bühne H5 im Obergeschoß

- 10:00 Uhr Verleihung der Sicherheitsplakette
- 12:00 Uhr Juniorfirma Regiofix, **LFS Pyhra**
- 13:00 Uhr Showkochen **HBLFA Francisco Josephinum**
- 14:00 Uhr **Objektive Qualitätsfeststellung bei den Produktprämierungen der Messe Wieselburg – Einblick in die Arbeit der Verkoster:innen**  
Interview mit Martin Rogenhofer, Juryvorsitzender
- 15:00 Uhr Grillen mit Leidenschaft **Grillworkshop mit AMA-Grilltrainer und Juror Franz Bock**
- 15:30 Uhr **Käseerhandwerk in Slowenien**  
von Karl Fraißler, VHM-Geschäftsführer Österreich

### Seminarraum 1, NV-Forum, Halle 3, Anmeldung erforderlich

- 10:00–12:30 Uhr **Brotbackkurs**, Seminarbäuerin Ingrid Müller
- 13:30–15:00 Uhr **Weckerlbackkurs** mit Ingrid Müller

### Seminarraum, Erlaufthal-Halle 9, Anmeldung erforderlich

- 11:00–12:00 Uhr **So starte ich eine Hofkäserei – Was ist bei der Planung alles zu beachten?**
- 12:00–13:00 Uhr **Wie ermittle ich meinen Produktpreis? – Wirtschaftlichkeit der eigenen Milchverarbeitung berechnen** Workshop

### Seminarraum, Niederösterreich-Halle 11, Anmeldung

- 10:00–11:30 Uhr **Biene und Mensch – von Mund zu Mund**  
Nicht nur Honig ist eine Medizin; was, Propolis, Blütenpollen und Bienenwachs alles zur Gesundheit beitragen können.  
Vortrag von Imker Christian Schmid
- 15:00–16:45 Uhr **Honigprodukte – Herstellung, Sensorik, Kennzeichnung** Ing. Josef Niklas, NÖIV

## AB HOF: Sonntag, 5. März 2023

### Bühne H5 im Obergeschoß

- 10:00 Uhr Sensorische Eindrücke bei der Vielfalt der regionalen Honigsorten, Verkostung & Bewertung

- 10:30 Uhr **Raffinierte Köstlichkeiten, pikant oder süß**  
Schaukochen m. Seminarbäuerin Christa Eppensteiner
- 11:30 Uhr Juniorfirma Regiofix: ein Produkt mit Konsumentenbeteiligung, **LFS Pyhra**
- 13:00 Uhr **Handwerkliche versus industrielle Milchverarbeitung** von Karl Fraißler (VHM)
- 13:45 Uhr Showkochen **HBLFA Francisco Josephinum**
- 14:45 Uhr Grillen mit Leidenschaft, **Grillworkshop mit AMA-Grilltrainer und Juror Franz Bock**
- 15:30 Uhr **Finale Genuss Olympiade und Siegerehrung NÖ Landjugend**

### Seminarraum 1, NV-Forum, Halle 3, Anmeldung erforderlich

- 10:30–11:30 Uhr **Vom Mehlwurm zum Burgerpatty**  
HBLFA Francisco Josephinum

### 13:00–15:30 Uhr Themenblock Green-Care

### Seminarraum, Erlaufthal-Halle 9, Anmeldung erforderlich

- 11:00–12:00 Uhr **Grundrissplanung einer Käserei – Raumbedarf, Raumgliederung, Betriebspläne, Flächenbedarf** mit Marc Albrecht-Seidel
- 12:30–14:00 Uhr **Imker-Neueinsteigertreffen**, Valeria Voith
- 14:00–15:00 Uhr **Reiferaumgestaltung – Welche baulichen & klimatischen Anforderungen stellt Käse an einen Reiferaum** M. Albrecht-Seidel

### Seminarraum, Niederösterreich-Halle 11, Anmeldung ab 9:30 Uhr

- Genuss Olympiade** der NÖ Landjugend

## AB HOF: Montag, 6. März 2023

### Bühne H5 im Obergeschoß

- 10:00 Uhr Volkstanz, **LFS Hohenlehen**
- 10:30 Uhr **Süßer Pausensnack, Cookies und Müsliriegel**  
Schaukochen m. Seminarbäuerin Christa Eppensteiner
- 12:00 Uhr „Grillen mit Leidenschaft“, **Grillworkshop mit AMA-Grilltrainer und Juror Franz Bock**
- 12:30 Uhr Ein innovativer Betrieb stellt sich vor: **Afreshed**
- 13:00 Uhr Showkochen **HBLFA Francisco Josephinum**
- 14:00 Uhr Ein innovativer Betrieb stellt sich vor: **Speckup**
- 14:30 Uhr Volkstanz, **LFS Hohenlehen**

### Seminarraum 1, NV-Forum, Halle 3, Anmeldung erforderlich

- 9:30–11:30 Uhr **Energieeffizienz in der Direktvermarktung**, Dipl. Päd. Ing. Gottfried Etlinger, LK Technik Mold
- 10:30–12:30 Uhr **Dörren und Trocknen für Betriebe mit Direktvermarktung**  
Gärtnermeister Dipl. Ing. agr. Wolfgang Zemanek
- 13:00–14:00 Uhr **Mobile Geflügelschlachtung am Hof, ohne Tiertransport, professionell**  
Matthias Mayr, [www.mobile-schlachtung.at](http://www.mobile-schlachtung.at)
- 14:00–15:00 Uhr **Schlachtung am Herkunftsbetrieb, aktueller Stand zur teilmobilen Schlachtung von Rind, Schwein und Einhufer in NÖ** Berthold Traxler, NÖ Landesreg.

### Seminarraum, Erlaufthal-Halle 9, Anmeldung erforderlich

- 10:00–11:00 Uhr **Das gehört aufs Etikett – Direktvermarktung ohne Kennzeichnungsfehler** mit Julia Stamminger, Agentur Ritt
- 11:00–12:00 Uhr **HACCP und Eigenkontrollen – Wie stellt man sichere Produkte her?**  
Marc Albrecht-Seidel, Verband für handwerkliche Milchverarbeitung e.V.



Das Team der LMAk – Katja Maier, Veronika Leidinger und Eva-Maria McMannis – wünscht allen ein erfolgreiches und gesundes neues Jahr und freut sich auf eine gute Zusammenarbeit!

## ETIKETTE GUT – ALLES GUT

Die LMAk bietet umfangreiche Etikettenchecks an. Zudem gibt es auch den neuen Kurskatalog 2023 mit vielen neuen spannenden und interessanten Kursen.

Das Etikett ist das Aushängeschild eines jeden Produkts. Dabei geht es nicht nur darum, die Kund:innen mit tollen Etiketten auf die eigenen Produkte aufmerksam zu machen, sondern vor allem darum, sie bestmöglich über die Inhaltsstoffe des Produktes zu informieren. Doch was dabei alles auf einem Etikett stehen darf und muss ist gar nicht so einfach. Sich durch den Dschungel an Vorschriften zu kämpfen bedarf viel Zeit und Aufwand und am Ende wird trotzdem oft eine Kleinigkeit übersehen.

### Lassen Sie Ihre Etiketten überprüfen

Damit so etwas nicht passiert, bieten wir als Lebensmittelakademie umfangreiche Etikettenchecks in unterschiedlichen Paketen an. Je nachdem wie viele Etiketten Sie von unseren Expert:innen prüfen lassen möchten, können Sie entscheiden, welches Paket am besten zu Ihnen passt. Entweder Sie lassen Ihre Etiketten einfach von uns auf ihre Korrektheit überprüfen oder Sie erarbeiten und überprüfen mit unseren Expert:innen auch noch gemeinsam die Rezeptur Ihrer Produkte.

Unser Angebot umfasst Etikettenchecks von einer bis zu zehn Etiketten. Schauen Sie doch mal auf unserer Homepage vorbei und buchen Sie direkt online Ihren Etikettencheck:

[www.LMAkademie.at/etikettenchecks](http://www.LMAkademie.at/etikettenchecks)

### Umfangreiches Kursprogramm

Damit unsere Betriebe auch in Zukunft perfekt für alle Hürden gewappnet sind, haben wir

auch im Jahr 2023 wieder ein abwechslungsreiches Kursprogramm für unsere Lebensmittelhandwerker:innen zusammengestellt. Weiterhin ist es uns ein großes Anliegen, unsere Lebensmittelhandwerker:innen bestens bei all ihren Anliegen zu unterstützen. Deshalb setzen wir auch dieses Jahr auf Online- und Vor-Ort-Kurse in Kleingruppen. Besonders freuen wir uns, Ihnen ganz neue Kurse zu den Themen Sensorik, Blackout-Prävention, Nachhaltigkeitsmanagement & Verkaufstraining anbieten zu dürfen.

Nähere Informationen zu all unseren Kursen erhalten Sie auf der Homepage der Lebensmittelakademie unter: [www.LMAkademie.at](http://www.LMAkademie.at) oder mittels direkter Kontaktaufnahme unter 05 90 900 3634 oder per E-Mail unter [LM-Akademie@wko.at](mailto:LM-Akademie@wko.at). ■

### Schauen Sie gleich rein ...

Mit diesem QR-Code landen Sie direkt auf der Kursseite.

Wir wünschen viel Vergnügen mit dem aktuellen Kursprogramm!



## Termine

### 28. 2., online

#### BIO-Zertifizierung – leicht erklärt

„Ihr effektiver Weg zum Bio-Zertifikat, zur sicheren Bio-Produktion und zu allen notwendigen Informationen.“

Trainer: Ing. Mag.

Josef „Joe“ Ritt

Alle Infos und Anmeldung unter [www.LMAkademie.at](http://www.LMAkademie.at)

### 1. 3., online

#### Lebensmittelinformationsverordnung inkl. Nährwertkennzeichnung

„Theorie und Praxis inkl. Umsetzungs-Check mit eigenen Etiketten!“

Trainer: Dipl.-HLFL-Ing.

Robert Mühlecker

Alle Infos und Anmeldung unter [www.LMAkademie.at](http://www.LMAkademie.at)

### 2. 3., Hollabrunn

#### Basiskurs: Wie gelingen uns alltagstaugliche Wurstplatten & Partyfood mit den eigenen handwerklichen Produkten?

„Mit Know-how und etwas Übung einen Wow-Effekt erzeugen!“

Trainer: Doris Steiner

Alle Infos und Anmeldung unter [www.LMAkademie.at](http://www.LMAkademie.at)

### 6. 3., online

#### Personalkosten

„Was kostet ein Mitarbeiter wirklich? Wie berechne ich eine Leistungsstunde und was muss ich sonst noch zu dem Thema wissen?“

Trainer: Simone Nemetz, MA

Alle Infos und Anmeldung unter [www.LMAkademie.at](http://www.LMAkademie.at)

### 9. 3., online

#### Behördliche Kontrollen und Hygiene

„Stolpersteine erkennen, Ärgernisse vermeiden und bei Kontrollen auf der sicheren Seite sein!“

Trainer: Ing. Helmut Lechner

Alle Infos und Anmeldung unter [www.LMAkademie.at](http://www.LMAkademie.at)

Auch Fleisch-Fachgeschäfte setzen immer öfter auf ein ganzheitliches Einkaufserlebnis und präsentieren sich als stylische Shopping-Tempel mit Wow-Effekt(en).



## DIE HOHE KUNST DER WARENPRÄSENTATION

Vollholz-Elemente mit indirektem Licht, Gastro-Bereiche im Wintergarten-Ambiente, Theken-Plattformen als Schatzkästchen für das Sortiment und Infotainment-Inseln als Kundenservice – das moderne Fleischfachgeschäft ist zum trendigen Shoppingtempel geworden. Genauso heterogen wie die Kundschaft selbst, präsentieren sich auch die Fleischereien von heute.

### Der Laden als „Third Place“

Doch eines haben alle Ladenbau-Konzepte gemein: Sie wollen und sollten auch den Kunden verführen und erobern. Doch die Kundschaft von heute ist anspruchsvoll – und gewohnt, (zu) gut versorgt zu werden. Nur wenn alle Bedürfnisse im richtigen Maß erfüllt werden, kommt der Kunde wieder. So einfach – so schwierig.

Daher sollte man bei der Ladengestaltung im Lebensmitteleinzelhandel nichts dem Zufall überlassen: Beleuchtung, Ladeneinrich-

tung und die gelungene Komposition der einzelnen Elemente sind hier die ausschlaggebenden Faktoren.

Es muss einerseits gelingen, den Kunden immer wieder ein (Verkaufs-)Erlebnis zu bieten, auf der anderen Seite den Einkauf möglichst angenehm und komfortabel zu gestalten. Anstelle von vollgestopften Regalfluchten lässt sich mit flexiblen modularen Ladenelementen eine kleinteiligere Warenpräsentation verwirklichen. Diese „Vorauswahl“ erleichtert dem Kunden den Einkauf und dem Händler die individuelle Präsentation.

Ein neuer Trend sind die Selbstbedienungsläden, die vom einzelnen Warenautomaten bis hin zu stylischen Microshops der Kundschaft 24/7 zur Verfügung stehen.

### Blick- und Bewegungsmuster nutzen

Doch auch die moderne Verkaufspsychologie machen sich Ladenbau-Experten zunut-

ze. Denn Studien haben gezeigt: Betreten Kunden ein Geschäft, läuft ihr Blick meist im entgegengesetzten Uhrzeigersinn, also nach rechts. Das bedeutet, dass rechte Platzierungseinheiten besonders wahrgenommen werden. Dazu kommt, dass der Blick schräg nach vorne verläuft; aus diesem Grund werden etwa Platzierungen, die weit rechts oder links entfernt von der Eingangszone liegen, weniger beachtet.

Die Psychologen gehen davon aus, dass Verkaufsflächen, die sich schräg rechts hinter dem Eingang befinden, die größte Wirkung erzielen werden. Dieser Effekt kann durch die richtige Beleuchtung oder auffallende Formen und Farben der Waren oder Plakate noch verstärkt werden.

Auf den nächsten Seiten präsentieren wir einige unterschiedliche Projekte der besten Ladenbauer der Umgebung – und vielleicht findet sich ja die ein oder andere Idee für den nächsten Um- und Ausbau. ■

### Die Ware im Fokus

Mit den innovativen Metzgertheken aus dem Hause Hagola steht die Ware im Mittelpunkt – die Kombination aus robuster Edelstahlaußenführung (Warenbereich und Unterkonstruktion), eleganter Glasfront (als Kipp- oder Hebescheiben in gewölbt, schräg oder eckig) und einem effizienten Technikpaket (Differenzialkühlung oder Kälteseetechnik) sorgt für einen rundum gelungenen Rahmen für frische Fleisch-erzeugnisse und edle Delikatessen. Hier können in unterschiedlichen – immer individuell auf die Produkte (z. B. Fleisch, Wurst, Fisch, Käse und Feinkost) abgestimmte – Temperaturzonen die verschiedenen Waren präsentiert werden.



## FÜR DIE PERFEKTE PRÄSENTATION

Caso Design DryAged Master Serie liefert Profi-Reifeschränke mit Kompressortechnik.

Mit den Profi-Reifeschränken aus der DryAged Master Produktserie ist es Caso Design gelungen, die perfekten Bedingungen für das traditionelle Verfahren der Trockenreifung sowohl für den gewerblichen Bereich als auch den Privathaushalt zu schaffen. Dank ausgeklügelter Technik sind die Reifeschränke von Caso Design besonders einfach zu handhaben und benötigen zum Betrieb lediglich eine Steckdose. Perfekt, um kulinarische Dry-Aged-Spezialitäten in einem edlen Umfeld zu präsentieren.

### Ein Hingucker

Ausgestattet mit einer hochwertigen Edelstahlfront ist der Caso DryAged Master ein echter Hingucker. Die Bedienung der Kompressor-Reifeschränke erfolgt intuitiv über das Touch-Bedienfeld. Die Temperatur

ist elektronisch einstellbar von 2–14 °C (in 1°C-Schritten) und die Luftfeuchtigkeit ist zwischen 50–85% besonders fein regulierbar. Dank des integrierten H<sub>2</sub>O-Speichers ist dies sogar ganz ohne Wasseranschluss möglich. Aktive Lüfter sorgen für eine sehr gleichmäßige Temperatur.

Das wertvolle Dry-Aged-Fleisch wird durch das dreilagige UV-Glas perfekt geschützt. Unter hygienisch einwandfreien Bedingungen reift das Premium-Fleisch im DryAged Master von CASO Design, bis es den gewünschten Reifegrad erreicht hat. Dank des integrierten Aktivkohlefilters, des antibakteriellen UV-Lichts und der intelligenten Luftströmung haben schädliche Bakterien und Keime keine Chance. Durch das integrierte Schloss kann die Panoramaglastür auf Wunsch abgeschlossen werden.

Im Lieferumfang des DryAged Master sind mehrere Roste sowie ein Hängegestell mit Fleischhaken aus rostfreiem Edelstahl enthalten. Mit dem mitgelieferten Zubehör können beispielsweise große Fleischstücke auf dem Knochen abgehängt oder auf einem der mitgelieferten Roste platziert werden.

### In drei Ausführungen

Der CASO DryAged Master ist in drei Ausführungen mit je 63, 125 oder 380 Liter erhältlich und ein echter Allrounder zum Lagern, Präsentieren und Reifen.

- CASO DryAged Master 63, € UVP 999,-
- CASO DryAged Master 125, UVP € 1.499,-
- CASO DryAged Master 380 Pro, UVP € 2.999,- ■



SCHRUTKA-PEUKERT  
LADENBAU

METZGEREIEN | FLEISCHEREIEN

**100% HANDWERK 100% LEIDENSCHAFT**  
**LADENBAU DER EXTRAKLASSE**



# WARUM IST SMART-AGING DAS BESSERE DRY AGING?

Handwerk trifft Hightech – dank der neuen SmartAging®-Technologie ist Dry Aging so einfach wie noch nie! Lesen Sie hier über alle Vorteile der „alten-neuen“ Technologie.

Die neue Generation der Dry Ager-Reife-schränke sind mit der SmartAging®-Technologie ausgestattet. Diese bietet für alle Lebensmittel perfekt abgestimmte Reife-Logiken über eine Steuereinheit, sodass die Lebensmittel per Knopfdruck unter idealen Bedingungen reifen können. Nicht nur Fleisch lässt sich veredeln – auch Wurst, Schinken, Fisch und Käse eignen sich ideal.

## Was ist Dry Aging?

Auch wenn die Bezeichnung modern klingt, ist das Verfahren der Trockenreifung keine neue Erfindung. Ganz im Gegenteil: Fleisch offen an der Luft zu reifen ist das älteste Verfahren der Fleischreifung überhaupt. Bekannt ist das Dry-Aging-Verfahren besonders für Rindfleisch. Es hat auch die längste Reifezeit aller Fleischsorten und ist resistenter gegen Keime.

Bei der Trockenreifung wird das Fleisch in einem kühlen Klima am Knochen abgehängt und dadurch genussreif gemacht. Da das Fleisch beim Dry Aging an der Luft hängt, kann austretende Flüssigkeit entweichen und abgeführt werden. Das Fleisch reift also trocken.

Beim Nassreifen wird das Fleisch im Vakuumbeutel verzehrfertig gereift. Die austretende Flüssigkeit kann hier jedoch nicht entweichen, das Fleisch reift dadurch im

eigenen Saft. Wobei die Abbauprodukte aus der Fleischreifung einen starken Einfluss auf die Geschmacksausprägung haben. Die Reduzierung des im Fleisch eingelagerten Wassers sorgt beim Dry Aged Beef unter anderem für den intensiven und aromatischen Geschmack. Doch nicht nur die Geschmacksintensität nimmt beim Dry Aging zu, auch die Konsistenz wird zarter – Dry Aging ist ohne Zweifel die beste Art, gutes Fleisch zu veredeln und zu perfektionieren.

## Clever & smart – so wird heute nicht nur Fleisch veredelt!

Veredelung von Fleisch war schon immer die große Stärke der Dry Ager-Reifegeräte. Mit dieser Technologie lassen sich Fleischcuts von Rind, Schwein, Wild und Geflügel in trockengereifte Superdelikatessen verwandeln. Doch mit der neuen SmartAging®-Technologie wird der Dry Ager® Reife-schrank zum Tausendsassa mit Geling-Sicherheit.

Zusätzlich zu den manuell einstellbaren Parametern wie Temperatur oder Feuchtigkeit und Durchsatz der Luft sind jetzt selbst ausgefallene, komplexe Reifeprojekte dank intelligenter Technologie per Tastendruck möglich: Mit SmartAging® lassen sich zum Beispiel unzählige Schinken- und Salami-Spezialitäten aus aller Welt wie Schwarzwälder Schinken, Ungarische Salami, Pastra-

mi oder Südtiroler Speck herstellen. Aber damit nicht genug. Was früher undenkbar war, klappt jetzt sicher und einfach mit SmartAging® – das Trockenreifen von Fischen, Fischfilets und die Herstellung von Stockfisch. Gleichzeitig erhöht sich die Haltbarkeit ganzer Fische auf bis zu zehn Tage.

Aber auch Käse aller Art lässt sich mit SmartAging® perfekt veredeln, besser als in jedem Käse-Reife-schrank. Selbst für spezielle Anwendungen ist immer ein passendes Programm verfügbar wie beispielsweise Nachreifung von vakuumverpacktem Fleisch, Präsentationsmodus oder Vorreinigung des Gerätes – einfach per Knopfdruck.

## Was genau ist der Unterschied zwischen Dry Aging und SmartAging®?

Bislang mussten die Parameter wie Luftfeuchtigkeit, Temperatur und Luftströmung für die Trockenreifung von Lebensmitteln manuell eingestellt werden. Das ist nicht nur aufwendig, sondern auch fehlerbehaftet. Dank SmartAging ist damit aber Schluss – Dry Aging mit Geling-Garantie.

Die neue Generation der Dry Ager® Reife-schränke, wie z. B. der Bestseller DX 1000 Premium S kann nicht nur unglaubliche Parameter-Spannen erzeugen (40 bis 90 % Luftfeuchtigkeit; Temperatur 0° bis 30°C) – die intelligenten, vollautomatisch ablaufenden Reifeprogramme der →





# ACR<sup>®</sup>

## LUMINA

ACR bietet kundenspezifische Beleuchtungslösungen für Wärme- & Kühltheken. Mit Highpower LED-Designleuchten und modularer LED-Beleuchtung sorgen wir für eine hochwertige Produktpräsentation im Lebensmittelbereich. Unsere Leuchten sind nicht nur qualitativ hochwertig, sondern auch am neuesten Stand der Technologie und sicherheitstechnisch konform.

**Alles aus einer Hand – Made in Austria.**

ACR Automotive Components Reiter | A-4663 Laakirchen  
[www.acr-automotive.at](http://www.acr-automotive.at) | +43 7613 81 06-0 | [office@acr-automotive.at](mailto:office@acr-automotive.at)

**EuroShop**  
 THE  
 WORLD'S NO.1  
 RETAIL TRADE  
 FAIR 26 FEB –  
 2 MARCH 2023



FIND US AT HALL 9, BOOTH C44

and take a look at our new PRODUCT HIGHLIGHTS

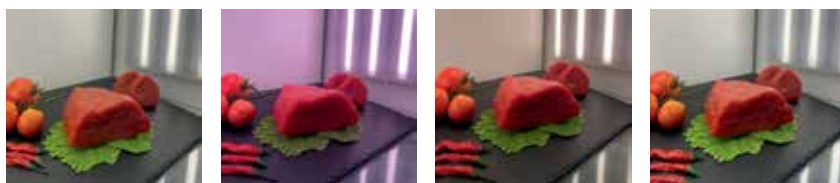
[www.acr-lumina.at](http://www.acr-lumina.at)



MADE IN AUSTRIA

## KÜHLBEREICHE

- ◆ Leistungsstarke und robuste Highpower LED-Leuchten für den Einsatz in Kühltheken
- ◆ Mit unserer Beleuchtungsserie SLIMLINE erhalten Ihre Produkte einfach aber effektiv den absoluten ACR-Frischekick per Knopfdruck.
- ◆ Kühlbereiche ins richtige Licht gerückt



## WARMBEREICHE

- ◆ Dank unserem Spezialespektrum bieten wir die perfekte LED-Beleuchtungslösung bei gleichzeitig langer Lebensdauer dank Hitzebeständigkeit.
- ◆ Ob Kantine, Wärmevitrine oder Heißtheke – Ihre Lebensmittel immer zum Anbeißen.
- ◆ Eine genau abgestimmte Beleuchtung ist der Schlüssel zu perfekter Produktpräsentation und positiver Kaufentscheidung.



SmartAging®-Technologie wurden perfekt auf die Eigenheiten der einzelnen Lebensmittel und Reifeprojekte optimiert.

Dahinter stecken etliche Jahre an Entwicklungsarbeit, die sich gelohnt haben: Mit dem durch und durch nachhaltigen SmartAging® entsteht noch weniger Austrocknungs-Verschnitt als zuvor, und es ist erstmals möglich, aus drei verschiedenen Geschmacksmustern auszuwählen: Basic, Intensiv und Intensiv+. Das Ergebnis überzeugt durch ein unnachahmliches Dry-Aging-Aroma. Und eine Konsistenz, die sogar Gourmetgaumen überraschen wird. Nie war es einfacher, Lebensmittel zu reifen: ein Knopfdruck zum besten Aging-Resultat.

### Mit begehbaren Reifezellen, das ultimative Einkaufserlebnis

Mit den begehbaren Reifezellen bietet Dry Ager® individuelle Lösungen im großen Maßstab, ganz nach den entsprechenden Anforderungen und mit allen Dry-Aging-Features ausgestattet. Egal, ob Metzgerei, Gastronomie oder Lebensmittel Einzelhandel: Die begehbaren Reifezellen machen jeden Verkaufsbereich zum Erlebnis-Reiferaum. Um dieses Ziel zu erreichen, wird gemeinsam mit einem Experten von Dry Ager die Reifezelle Schritt

für Schritt geplant und an die entsprechenden Wünsche und Anforderungen angepasst.

Mit der Reifezellen Serie bietet Dry Ager® kundenindividuelle Lösungen an, die von 100 x 100 cm bis 600 x 600 cm (B x T), sowie in unterschiedlichen Höhen erhältlich sind. Dabei kann die Größe in einem Raster von 10 cm frei gewählt werden. Sechs verfügbare Standardhöhen sowie individuelle Türbreiten und -höhen sorgen für genügend Freiheiten bei der Planung. Unterschiedliche Designkonzepte, Oberflächen, Farben und Innenausstattungen können gewählt werden.

Um dabei den Überblick zu wahren, steht während des gesamten Planungsprozesses ein Experte von Dry Ager permanent zur Seite – so entsteht die individuell passende Dry-Aging-Lösung. Alles 100 % Made in Germany.

### Food im rechten Licht – Beleuchtungssysteme

Um die Lebensmittel ins rechte Licht zu rücken, kann die Beleuchtung der Reifezelle optimal an die Produkte angepasst werden. Individuell dimmbare Deckenbeleuchtungen setzen lichttechnische Akzente und werden in der Wellenlänge angepasst.

Die LED-Technik wird in Farbausgabe und -temperatur auf die entsprechenden Anforderungen optimiert und sorgt für eine bestmögliche Lebensmittelpräsentation. So wird nicht nur die Reifezelle, sondern der komplette Verkaufsraum zu etwas ganz Besonderem.

### Keine Kompromisse – weder in der Technik noch im Design

Ausgezeichnet mit vielen renommierten Designpreisen ist der Dry Ager® Reifeschrank die garantiert beste Wahl. Nicht nur die Technik im Inneren überzeugt, auch optisch ist der Dry Ager® Reifeschrank ein absolutes Highlight. Die integrierten DX LED Premium Lichtleisten, die beidseitig in der Türe integriert sind, leuchten die Lebensmittel im Reifeschrank perfekt aus, was für eine tolle Atmosphäre sorgt. So wird das Dry Aged Beef, der Dry-Aged-Fisch oder auch der Dry-Aged-Käse zum absoluten Hingucker in der Metzgerei, im Steakhouse oder auch im Einzelhandel.

Eins ist jedenfalls garantiert – der Dry Ager® Reifeschrank zieht die Blicke magisch an. Ein perfektes Zusammenspiel aus Hightech und edlem Design, das für ein einzigartiges Ambiente sorgt.

[www.dry-ager.com](http://www.dry-ager.com) ■



# MICROSHOPS IM TREND

In Zeiten geringer Personalressourcen und hoher Energiekosten steigt die Nachfrage von Premium-Warenautomaten. Ein Vertriebskanal, der sich für viele Branchen schnell rechnet und 24/7 Produktverfügbarkeit ermöglicht.

st es der derzeitige Personalangel, die Energiekrise, die Folgen der Pandemie oder einfach der Trend zur 24-Stunden-Verfügbarkeit – sogenannte „Microshops“ boomen derzeit in ganz Österreich und das vor allem im Premium-Segment.

## Bekannte Namen

Die Nachfrage habe sich in den vergangenen Jahren verdreifacht, weiß auch Moritz Unterkofler, Geschäftsführer von „UKO Microshops“, führender Anbieter von Warenautomaten in Österreich. Unter anderem hat sich auch der 4-Hauben-Koch Andreas Döllner für eine Automatenlösung von UKO entschieden, seine Spezialitäten samt Weinbegleitung gibt es rund um die Uhr in seinen Microshops in der Stadt Salzburg. Aber auch viele Tourismusbetriebe, Kramerläden und Fleischereien, wie die St. Leonharder Hofmetzgerei Fuchs mit feinsten Cuts & Steaks, sind vom Vertriebskanal überzeugt.

Wir haben bei Moritz Unterkofler nachgefragt:

## Fleisch & Co: Was hat sich im Bereich der Warenautomaten verändert?

**Moritz Unterkofler:** „Wir erleben seit Jahren eine stark steigende Nachfrage von Microshops, vor allem im Lebensmittel-Bereich.“

reich. Viele Betriebe haben damals aufgrund der Lockdowns begonnen, sich mit dem Thema zu beschäftigen. Aber vor allem aktuelle Herausforderungen wie hohe Energiekosten und die anhaltende Personalnot befeuern die Nachfrage am automatischen Umsatzbringer. Bei unseren Microshops, so nennen wir unsere Premium-Automaten, sprechen wir mittlerweile von hoch technologisierten, optisch attraktiven Geräten, die auch mit hochwertigsten Produkten bestückt, vom Konsumenten angenommen werden.“

## Kann der Microshop auch die regionale Produktvielfalt stärken?

**Moritz Unterkofler:** „Davon bin ich überzeugt. Vor allem regionale Lebensmittel-Produzenten wie Bauern und Manufakturen, die unter hohem Preisdruck ums wirtschaftliche Überleben kämpfen, sind auf die Direktvermarktung als unabhängiger Vertriebskanal angewiesen. Der Microshop kann hier einen effektiven Beitrag leisten: kosteneffizient, personalfrei und rund um die Uhr verfügbar. Das rechnet sich schnell. Es entstehen aber auch neue, kreative Konzepte wie 24/7-Shops von regionalen Produzenten, die gemeinsam eine breite Produktvielfalt mit mehreren Microshop-Einheiten anbieten.“



In Salzburg Nonntal steht der erste Gourmet-Microshop: Neben den g'schmackigen Wirtshausklassikern bekommt man hier etwa auch saisonale Wurst- und Schinkenspezialitäten aus Döllners Feiner Kost, hausgemachte Marmeladen und sogar einen Vintage Negroni. Im Bild: Jörg Doll (Kunstgärtnerei Doll) & Andreas Döllner (fünffacher Koch des Jahres) und Moritz Unterkofler.



In den Automaten der Fuchseriei in St. Leonhardt bei Salzburg gibt es feinstes Fleisch von eigenen Tieren wie Steaks und essfertige Gerichte wie Gulasch, Beuschel oder Wildragout. Im Bild: Stefan Fuchs (Fuchseriei), Walter Grüll (Grüll Fischhandel) und Moritz Unterkofler von UKO.

## Veranstaltungstipp

### Euroshop in Düsseldorf

#### Das Prime Time Event

der globalen Handelsbranche findet vom 26. Februar bis 2. März 2023 statt.



**Die EuroShop** und ihre rund 1.700 Aussteller aus 56 Nationen greifen nicht nur die weltweiten Entwicklungen auf, sondern bilden auf 100.000 m<sup>2</sup> netto Ausstellungsfläche in 16 Messehallen auch das gesamte Spektrum an aktuellen Trends und zukunftsweisenden Lösungen ab.

Dabei fokussiert sie momentan besonders wichtige Themen, die verschiedenste Bereiche des Handels betreffen.

Die Hot Topics der EuroShop 2023 lauten: **Connected Retail, Sustainability, Smart Store, Energy Management, Third Places, Customer Centricity, Experience** und **vitale Innenstädte**.

Die Struktur der EuroShop 2023 wurde den Bedürfnissen der Branche entsprechend weiterentwickelt. Sie umfasst acht klar definierte Erlebnisdimensionen. Die Vorteile dieser Gliederung liegen auf der Hand: eine noch stärker besucherorientierte Angebotsstruktur, Synergien verschiedener Dimensionen, die ohnehin stark ineinandergreifen und mehr Hallenfläche für stark wachsende Bereiche wie Retail Technology oder Refrigeration.

**Alle Infos:** [www.euroshop.de](http://www.euroshop.de)



Licht schafft Sichtbarkeit für den Laden. Fleischerei Mosshammer in Graz.

# LUX IST KEIN LUXUS

Licht ist die vierte Dimension im Ladenbau. Erst die perfekte Inszenierung von Hell und Dunkel lässt Ihre Waren richtig wirken und lenkt das Kundenaugen in die gewünschte Richtung. Lesen Sie hier, worauf es bei den Ladenbau-Lichtspielen zu achten gilt.

## Perfektes Licht in der Theke

Die Frische von Lebensmitteln in Kühltheken wird positiv unterstützt, wenn die Lichtintensität in oder über der Kühltheke höher als die umgebende Grundbeleuchtung ist. Ideal ist eine in die Kühltheke integrierte LED-Beleuchtung. Diese emittiert wenig IR- und UV-Strahlung, zudem entsteht an der Lichtaustrittsquelle keine Wärme. Dies vermeidet die unerwünschte Austrocknung der Oberflächen der Produkte und die Gefahr von Verkeimung. Beides reduziert den Food Waste. Die LEDs arbeiten in der kühlen Umgebung besonders energieeffizient und sind sehr langlebig.

Für eine **Wurst- und Fleischtheke** wird eine warmweiße Beleuchtung mit 1.800 K empfohlen, für **frisches Faschiertes** ist mit maximalem Rotanteil zu beleuchten, während bei **hellen Fleisch- und Wurstwaren** oder **Geflügel** ein stärkerer Gelbanteil ideal ist. Auch in der **Käsetheke** lassen sich die Käsesorten differenzierter präsentieren: ein hoher Gelbanteil für **gereifte Käsesorten**, ein höherer Weißanteil bei **Ziegen- und Frischkäse**.



Ideal ist eine in die Kühltheke integrierte LED-Beleuchtung. Diese emittiert wenig IR- und UV-Strahlung, zudem entsteht an der Lichtaustrittsquelle keine Wärme.

Erst die dramaturgische Inszenierung von Hell und Dunkel, Licht und Schatten lässt die Waren in den Theken und Regalen, frisch zubereitete Snacks und den Sitzbereich erst wirken. Die optimal ausgeleuchtete Bedientheke und bestens ins Licht gesetzte Regale steigern den Umsatz. Ein stimmungsvoller, mit hochwertigen Leuchten ausgestatteter Sitzbereich erhöht die Aufenthaltsqualität und damit den Umsatz. Der Einbau oder die Umrüstung mit energiesparenden LED-Leuchtmitteln spart Geld, zudem lässt sich die Lichtintensität außerhalb der Öffnungszeiten energiesparend optimieren. Trotz der gestiegenen Energiekosten ist zu empfehlen, bei der Beleuchtung nicht zu sparen.

## Licht weckt Interesse

Die Lichtkonzeption muss mehr können, als Standorte für Leuchten zu definieren und nach Lux-Normen Licht zu setzen. Bei der Lichtkonzeption ist auf die Außenwirkung genauso zu achten wie auf die unterschiedlichen Funktionsflächen in einer Fleischerei. Die moderne Lichttechnik bietet hierfür im-

Kluge Akzentbeleuchtung über der Theke und der Rückwand: Fleischerei Rinner in Seiersberg.



Dekorative Leuchten schaffen Atmosphäre und geben dem Sitzbereich bei der Fleischerei Ebner in Irnfritz Struktur.

mer kleinere Bauformen, umfassende Optiken, hoch entwickelte Reflektoren und Steuerungssysteme.

Eine gute Beleuchtung zeichnet sich durch eine Kombination von heller Grundbeleuchtung und aufmerksamkeitssteuernder Akzentbeleuchtung aus. Die Ware in der Theke wird gezielt in Szene gesetzt. Beleuchtete Verkaufsregale bewirken eine nachweislich siebenmal höhere Verweildauer am Regal. Die Kaufentscheidung steigt damit signifikant. Im Verweilbereich schafft hingegen ein gedämpftes und akzentuiertes Licht beste Aufenthaltsqualität.

### Energieeffizient und dank Digitalisierung einfach zu steuern

Bei Neu- oder Umbau ist LED-Licht erste Wahl. Dieses ist nicht nur deutlich energieeffizienter, sondern Lichtstimmung, Lichtintensität und Farbe lassen sich einfacher und vor allem auch kostengünstiger steuern – oft schon mit einer App für Smartphone und Tablet. Die Digitalisierung erlaubt die einfache Vernetzung und öffnungs- und tageszeitabhängige Lichtkonzepte. →

Der Hingucker bei Karnerta in Klagenfurt: der Dry-Age-Reiferaum.





Licht schafft Sichtbarkeit im Laden:  
Fleischerei Rosenhammer in  
Neukirchen.

### Licht lenkt die Aufmerksamkeit

Die Allgemeinbeleuchtung schafft Licht zum Sehen. Sie sollte eine möglichst gleichmäßige Grundhelligkeit im Raum schaffen, damit die Ware genau erkannt werden kann. Die Innovationen bei den Vollspektrum-LEDs etablieren dabei neue Standards. Zu empfehlen ist eine warmweiße Lichtfarbe mit etwa 3.000 Kelvin.

Diese wirkt freundlicher als eine tageslichtweiße Lichtfarbe und wird von den meisten Menschen als sehr angenehm empfunden. Vor allem in Kombination mit einer dunkel gehaltenen Decke schafft so bereits die Allgemeinbeleuchtung Aufmerksamkeit.

### Die Akzentbeleuchtung

Die Akzent- oder Effektbeleuchtung bietet Licht zum Hinsehen. Sie steuert die Aufmerksamkeit des Kunden und lenkt den Blick auf bestimmte Objekte oder auf Details. Helles, gerichtetes Licht eignet sich am besten. Kunden dürfen nicht geblendet werden und sollen dennoch das Gefühl haben, im Hellen zu stehen. Für Waren, die in Wandregalen präsentiert werden, sind Strahlerleisten zu empfehlen. Diese beleuchten die Produkte von oben und strahlen nicht in das Gesicht der Kunden. Dabei muss beachtet werden, dass es nicht zu einer Reflexionswirkung mit der Wand kommt.

Ideal sind LED-Lampen in der Theke oder in der Decke mit höherem Rotanteil. Diese

lassen die Fleisch- und Wurstwaren noch frischer wirken. Eine schwarze Thekenwanne und schwarze Einsätze und Gefäße verstärken diese Wirkung. Auch die Rückwand gilt es zu inszenieren: ein Logo, eine schöne Aufschnittmaschine, der Dry-Age-Schrank oder ein Brotregal, das Backkompetenz vermittelt.

Im Verweilbereich schafft ein warmweißes Licht mit 2.700 Kelvin Aufenthaltsqualität und Behaglichkeit. Dekorative Leuchten über den Tischen schaffen Aufmerksamkeit und strukturieren die Flächen. Um die Flächen flexibel nutzen zu können, sind Lichtleisten zu empfehlen oder alternativ zu den Hängelampen kleine Lichtspots über den Tischen. *Volker Simon* ■

## SMARTE LÖSUNG FÜR VIERTE DIMENSION

Aichinger AI-amLight: Lichtsystem erhöht Umsatz und reduziert Food Waste

Als erster Hersteller bietet Aichinger ein Lichtsystem an, das nahezu unsichtbar in die Kühltheke integriert ist und bei dem Farbe, Helligkeit und Intensität segmentweise mit einem Bedienpanel oder automatisch mit dem Modul Price-Label von Shop-IQ gesteuert werden. Mit der bislang einzigartigen digitalen Lösung werden die frischen Lebensmittel noch verkaufsfördernder inszeniert, die Flexibilität bei der Belegung erhöht und der Food Waste reduziert. AI-amLight wird zunächst für die

Kühltheke Sirius®3 angeboten. Aichinger Kühltheken mit integriertem Aichinger Lichtsystem LED18 können zudem mit AI-amLight nachgerüstet werden.

### Individuelle Anpassung

Aichinger ersetzt das bislang bereits angebotene integrierte Lichtsystem LED18 durch AI-amLight. Mit dem an der Rückseite der Theke angebrachten Bedienpanel werden segmentweise (30 cm) Farbe, Intensität und Helligkeit der LEDs individuell eingestellt. Die von Lichtexperten vorgenom-

Das AICHINGER Lichtsystem AI-amLight ist nahezu unsichtbar in die Kühltheke integriert ist. Mit einem Bedienpanel oder über die digitale Preisauszeichnung lassen sich Farbe, Helligkeit und Intensität individuell segmentweise steuern.



mene Grundeinstellungen für Fisch, Fleisch- und Wurstwaren, Käse und Backwaren erleichtern die individuelle Anpassung.

### Preisauszeichnung

Zudem bietet Aichinger zusammen mit Shop-IQ, dem Spezialisten in der Aichinger Gruppe für digitales PoS-Marketing, eine smarte Lösung für die digitale Preisauszeichnung an. Bei

der webbasierten Lösung von Shop-IQ werden die Informationen zur Preisauszeichnung mit den Parametern zur Beleuchtung ergänzt. Damit ist vor allem bei Betriebsstrukturen mit hohem Filialisierungsgrad und vielen Teilzeitbeschäftigten garantiert, dass die Thekenauslage stets optimal und gleichbleibend wiederkehrend bestückt wird. *Volker Simon* ■

Die Kühltheke ist 17 Meter lang und in den Raum gewinkelt. An der Rückwand wurden ein drei Meter breiter Fleischschank und einige Wandkühlregale positioniert. Die raumhohen Regale wurden im gesamten Laden aufgeteilt und runden das Gesamtkonzept ab. Die direkte und indirekte Beleuchtung ist so installiert, dass sie einerseits gut ausleuchtet und andererseits für den Kunden eine wohlige Atmosphäre schafft.



## NEUERÖFFNUNG: METZGEREI ALBRECHT

Die deutsche Ladenbau-Manufaktur Hanke hat das neue Geschäftslokal der Traditionsfleischerei Albrecht geplant und umgesetzt. Das Ergebnis kann sich sehen lassen.

Juli 2021: Die Stadt Bad Neuenahr-Ahrweiler wurde durch die Hochwasserkatastrophe schwer getroffen. Die Wassermassen verwüsteten große Teile der Stadt im deutschen Bundesland Rheinland-Pfalz. Einige Menschen kamen ums Leben und zahlreiche Gebäude wurden verwüstet. Auch die Traditionsmetzgerei der Albrechts wurde vollkommen vernichtet. Binnen weniger Minuten stand die Familie vor dem Nichts.

### Neues Schmuckstück hat eröffnet

Doch bald wurde ein neues Ladenlokal für die Fleischerei in 1A-Lage gefunden und mit den Experten von Ladenbau Hanke geplant und ausgebaut. Nach 448 Tagen ist der Umbau abgeschlossen gewesen – und die neue Metzgerei Albrecht kann sich wirklich sehen lassen. Der gesamte Laden wurde in Holzönen und dunklen Flächen hinter den Gehängen ausgestattet, um die Ware in besserem Licht scheinen zu lassen. Diese Ausleuchtung wurde mit einem Schienensystem mit Lampen von Bärö realisiert.

Das Prunkstück der Fleischerei ist aber die 17 Meter lange und in den Raum gewinkelte Kühltheke, die mit raumhohen Regalen kombiniert wurde. Im Arbeitsbereich dahinter finden sich ausreichend Inseln, auf denen unter anderem die Aufschnittmaschinen stehen.

### Experten unter sich

Der Bauablauf wurde von Ladenbau Hanke mithilfe des örtlichen Bauleiters koordiniert und umgesetzt. Das Fazit der Familie Albrecht: „Es kommen immer wieder Kunden, die bleiben im Laden stehen und sind begeistert. Das Hanke-Team hat tolle Arbeit geleistet und wir freuen uns jeden Tag auf unseren neuen Laden. Qualität und Preis sind fair – es macht Spaß, in diesem wunderschönen Laden zu arbeiten.“ ■

Die knapp sechs Meter lange Imbissstheke mit heißer Theke, Kühlleinheiten und einer Weinausschank bietet der hungrigen Kundschaft, alles, was das Herz begehrt. Die Bezahlung der Waren wird per Bezahlautomaten der Firma Bizerba abgehandelt.



Für das Dry Aged Beef wurden zwei Reifeschränke im Verkaufsraum positioniert. Diese sorgen für den Wow-Effekt, ermöglichen den Kunden aber auch die Reifung zu beobachten und sich das Fleisch der Wahl aussuchen zu können!



Der Gastrobereich befindet sich im hinteren Bereich des mehr als 200 m<sup>2</sup> großen Ladens – ein Regal sorgt für die optische Abtrennung, sodass die Kundschaft nahezu ungestört ihr Essen genießen kann.





So sieht die Bedientheke während der Öffnungszeiten von 7:00 bis 18:00 Uhr aus.



Der Selbstläuferladen ist dann von 18:00 bis 7:00 Uhr morgens geöffnet.

# FIT FÜR DIE ZUKUNFT - MIT SCHRUTKA-PEUKERT

Nach einem turbulenten und insbesondere für das Lebensmittelhandwerk nicht immer erfreulichen Jahr 2022 startet Schrutka-Peukert mit brandneuen Produkten und starken Ideen für Metzger und Fleischer ins neue Jahr.

Die bewährten Fleischereieinrichtungen von Schrutka-Peukert, dem renommierten Ladenbauer aus dem deutschen Klumbach stehen seit 1871 für 100 Prozent Eigenkonstruktion und Eigenfertigung im eigenen Werk und damit für vollständige gestalterische Freiheit ohne jegliche Einschränkungen. Mit perfekt sitzenden individuellen Ladenbaulösungen in bester Handwerksqualität, sauberen Arbeitsabläufen hinter der Theke und cleveren Vermarktungs-Konzepten verschaffen die Experten von Schrutka-Peukert Ihren Kunden Alleinstellungsmerkmale und damit den entscheidenden Vorsprung am Markt.

Auf den nächsten Seiten präsentieren wir drei Parade-Projekte, die die Kulmbacher Experten realisiert haben.



## DER SELBSTLÄUFERLADEN: GERINGERER PERSONALBEDARF, ZUFRIEDENERE KUNDEN, MEHR UMSATZ

In letzter Zeit ging es in den Gesprächen mit den Metzger- und Fleischern häufig um die gleichen Themen beziehungsweise Probleme: Personalmangel und schwindender Umsatz. Schrutka-Peukert hat sich intensiv mit dieser Problematik beschäftigt – und präsentiert jetzt als Lösung den Selbstläuferladen, der in der Splitstore-Ausführung den traditionellen Thekenverkauf und einen abtrennbaren Selbstbedienungs- und Selbstzahlbereich mit modernster Scantechnik in einem Laden kombiniert.

### Die Vorteile

- Handelswaren und Fleisch- und Wurstprodukte ohne Beratungsbedarf können von den Kunden während der Öffnungszeiten selbst ausgewählt und bezahlt werden. Dadurch verringern sich Personal-

bedarf, Wartezeiten für die Kunden und die Arbeitsbelastung für das Personal im Laden.

- Clevere Ladenbaulösungen ermöglichen die Abtrennung von Bedientheken und Selbstbedienungsbereich, dadurch kann der Selbstbedienungsbereich nach Ladenschluss weiter geöffnet bleiben (auch gerne rund um die Uhr).

- Durch den Split-Store reduziert sich nicht nur der Personalbedarf, die Betreuung des Selbstbedienungsbereiches stellt dank einfacher Integration in die Warenwirtschaft auch geringere Anforderungen an das Personal als die Bedientheke.

### Einkaufen ist 24 Stunden möglich

Die Einbindung des Selbstbedienungsreiches in die Warenwirtschaft funktioniert

reibungslos. Zugang zum Laden nach Ladenschluss und Zahlung erfolgen über die Kundenregistrierung via EC-Karte, die zusammen mit dem installierten Kamera-Equipment Diebstahl praktisch ausschließt. Neben dem Splitstore bietet Schrutka-Peukert in ihrem Selbstläufer-Programm auch Stand-alone-Container oder Ministores an, die vollkommen ohne Verkaufspersonal zu betreiben sind.

Während der Ladenöffnungszeiten kann der Kunde an der Bedientheke oder im Selbstbedienungsbereich einkaufen (*die Scanbox zur Selbstbezahlung befindet sich gegenüber und ist auf dem Bild rechts nicht sichtbar*). Nach Ladenschluss wird der Thekenbereich zugriffs- und einbruchssicher abgetrennt und dem Kunden steht nur der Selbstbedienungsbereich zur Verfügung. ■

## PATENTIERTE PERMIUM-MEAT-AGER-SALZREIFE-KAMMER: KEIN TREND, SONDERN EIN STATEMENT FÜR HANDWERKS- UND FLEISCHQUALITÄT

Jeder Anfang ist schwer, diese Erfahrung machten wir auch vor mehr als einem Jahrzehnt, bei der Entwicklung und Etablierung unserer Dry-Aging-Salzreifekammer PremiumMeatAger. Nach über 12 Jahren auf dem Markt, mehr als 100 europaweit verkauften PMAs und noch mehr zufriedenen Kunden, wissen wir, dass Dry Aging viel mehr als ein Trend geworden ist. Für viele Metzger/Fleischer ist es inzwischen unumstößlicher Nachweis ihres handwerklichen Könnens. Dabei ist der PMA weit mehr als ein Dry-Aging-Möbel. Es ist die einzige Dry-Aging-Kammer auf dem Markt, die ausschließlich mit Salz für die Hygiene im Reifeprozess arbeitet. Keine UV-Lampen, keine Tricks, kein Sondermüll. Das einzige Abfallprodukt ist Salzwasser. Der Geschmack von salzgereiftem Fleisch spielt indes in einer völlig anderen Liga als Produkte aus herkömmlichen Dry-Aging-Möbeln. Das findet übrigens auch 2-Sterne-Koch Alexander Herrmann, der inzwi-

schen auch in der Sterne-Küche auf Fleisch aus dem PMA schwört.

### Wow-Effekt für Ihre Kunden

Das eigentliche Highlight für Ihre Kunden ist natürlich die echte Salzwand, die neben der Hygiene und dem Geschmack vor allem auch für den optischen Aha-Effekt im Verkaufsraum sorgt. Immer entsprechend der räumlichen Gegebenheiten auf Maß gefertigt und auf bis zu drei Seiten verglast ist

der PMA mit seiner einmalig hochwertigen Optik und der honiggelben Echtsalzwand das Highlight in jedem Metzgerei-/Fleischereifachgeschäft. Damit Sie das volle Potenzial des PMA ausschöpfen können und Ihr Personal über alle wichtigen Regeln im Umgang mit der Salzreifekammer Bescheid weiß, bieten wir übrigens standardmäßig nach der Inbetriebnahme einen Tagesworkshop bei Ihnen vor Ort mit unserem erfahrenen Metzgermeister und Fleischexperten an. ■



Wenn das Ladengeschäft nach Norden ausgerichtet ist, kann der PMA auch direkt im Schauwindow installiert werden. Die Optik spricht für sich.



Die neue ERGO-Theke ist noch einmal über 10 cm schmaler als die abgebildete für das Vorgängermodell vergleichsweise sehr schlank konstruierte Thekenexemplar der Metzgerei Lotter in Sulzbach-Rosenberg.

## DIE ERGO-KÜHLTHEKE: MEHR SPASS UND WENIGER AUSFALLZEITEN BEI DER ARBEIT. WENIGER ENERGIEVERBRAUCH. GEWOHNT HOHE WARENSCHONUNG

Neben dem Personalmangel sind in der Metzger- und Fleischerbranche häufig hohe Krankenstände bei den Mitarbeiter:innen im Verkauf zu beobachten. Schrutka-Peukert hat sich auch zu diesem Problem Gedanken gemacht, wie das bestehende Personal geschont und neues leichter angeworben werden kann. Herausgekommen ist die ERGO-Kühltheke, deren Korpus dank kompakterer Anordnung der Kühltechnik und neuer platzsparender und dennoch leistungsfähigerer Komponenten deutlich schmaler ist als bisher. Insgesamt ist die neue ERGO-Theke – egal, ob Kipp- oder He-

beglasaufsatz – bis zu 15 cm schlanker als der Vorgänger.

### Keine Rückenschmerzen mehr

Durch die ebenfalls neue konstruktive Erhöhung der Auslagefläche, dank derer das Personal nicht mehr so tief „hinuntergreifen“ muss, ist die Verbesserung in der Praxis noch einmal deutlich beeindruckender, als es Zahlenvergleiche in der Theorie beschreiben können. Die Problematik des „Hineinlegen-Müssens“ insbesondere bei Mitarbeitern mit geringer Körpergröße gehören endgültig der Vergangenheit an. Rückenschmer-

zen und andere orthopädische Probleme wird die neue ERGO-Theke merklich entgegenwirken.

### Weniger Energieverbrauch

Dabei verbraucht sie u. a. dank höherer Einspritztemperatur deutlich weniger Energie als bisher. Verarbeitung und Funktionalität befinden sich dabei unverändert auf dem seit vielen Jahrzehnten gewohnt hohem Schrutka-Peukert-Niveau. Um dies zu untermauern gibt es übrigens ab diesem Jahr zusätzlich 20 Jahre Garantie auf verschiedene Thekenkomponenten. ■

Ein Blick in die Metzgerei Lotter zeigt, wie individuelle Beleuchtungsplanung im Zusammenspiel mit hochwertigen Materialien, gutes Storytelling, ausgewählte Hell-Dunkel-Kontraste und unsere stützenfreie Kühltheke sowie die auf Maß gefertigten Fleischschauschränke für den Kunden ein Metzgereieinkaufserlebnis schaffen, das seinesgleichen sucht.





In der Fleischerei Kothgasser in Pischelsdorf ist der Gastrobereich beispielgebend gelöst: Ausgabe von warmen Speisen, gekühlten Getränken und Salaten, danach der Check-out mit Backwarenverkauf, Getränkeausgabe, Kaffeeautomat und Kasse.

Ernst Sommerauer von Aichinger im Interview über die Anforderungen der Metzgergastro.

## „PRÄSENTATION MACHT APPETIT“

Die Gastronomieumsätze sind in der Corona-Zeit eingebrochen, die Konkurrenz ist groß. Wie Imbiss und Metzgergastro zu betreiben sind, die Umsatz und Ertrag bringen, erklärt im Interview Ernst Sommerauer. Er leitet den Vertrieb von Aichinger in Österreich.

**Fleisch & Co: Standorte mit einem hohen gastronomischen Umsatzanteil haben eine schwere Zeit hinter sich – und eine bessere vor sich?**

**Ernst Sommerauer:** „Der Standort und die Kundenstruktur sind die Kriterien, ob und in welcher Größe Gastronomie betrieben wird. Wenn die passen, Fläche für Zubereitung, Ausgabe, Verzehr und Mitarbeiter bereitstehen, dann ist ein gastronomisches Angebot zu empfehlen.“

Außerhalb innerstädtischer Standorte sind zudem ausreichend und gut anfahrbare Parkplätze sehr wichtig. Das gastronomische Angebot erhöht die Frequenz, Umsatz und Ertrag in frequenzschwachen Zeiten, zudem werden die Produktionskapazitäten besser genutzt.“

**Döner, Falafel, Noodle-Box, Pizza und Pasta: Die Verzehrsgewohnheiten ändern sich. Ist die Heißecke noch zeitgemäß?**

„Natürlich, denn die große Vielfalt, vor allem im urbanen Umfeld, ermöglicht eine Differenzierung für den Fleischer. In der Produktqualität, aber auch in der Präsentation. Der Fleischer muss sich von der Würstelbude und der Systemgastronomie unterscheiden. Die Präsentation muss Appetit machen. GN-Behälter in der Ausgabe sind deshalb ein No-Go. Gusseiserne Bräter, Kasserolen und Schüsseln sind Ausdruck



eines handwerklichen und hausgemachten Angebots.“

**Ein Klassiker ist die Leberkäse-Semmel. Wie ist die am besten zu präsentieren?**

„Viele Kunden leiten aus der Qualität der Leberkäse-Semmel die Qualität des gesamten Sortiments ab. Ein frisch gebackener Leberkäse in einer frischen Semmel ist der Ausdruck von handwerklicher Qualität. Dafür darf der aber nicht in einer Auslage vor sich hin schwitzen, sondern wir empfehlen die Präsentation in

einem rustikalen Bräter auf unserer Platte 64 mit einer Infrarot-Oberhitze. Damit trocknet der Laib nicht aus, bleibt saftig und lange verkaufsfähig.“

**Was ist bei der Planung von Standorten mit gastronomischem Angebot zu berücksichtigen?**

„Wenn räumlich möglich, ist zu empfehlen, dass der Food Counter oder die Heißecke direkt und schnell vom Eingang zu erreichen sind und die Abläufe an der Bedientheke nicht stören. Die Ausgabe von Snacks, warmen Speisen, Getränken, Kaffee und das Bezahlen ist so zu gestalten, dass dies von einem Mitarbeitenden geleistet werden kann. Neben der schnellen Ausgabe ist auch die Geschirrrückgabe in den Ablauf einzuplanen.“ ■

 <b>PENIAS</b> Lebensmittelfabrik GmbH		<b>AB HOF</b> MESSE WIESELBURG	03.03. – 06.03.2023	<a href="http://WWW.PENIAS.AT">WWW.PENIAS.AT</a>
				
				
Aufschnittmaschinen   Belüftunggeräte   Brüh-Entsaarungs-Anlagen   Clipsysteme   Eiszerzeuger   Feinstzerkleinerer   Fleischerbandsägen Füller   Injektoren   Kochkessel   Kutter   Mischer   Rauch-Koch-Reifsysteme   Verpackungsmaschinen   Waschanlagen   Wölle				



Der Service-Roboter BellaBot von Sebotics sorgt in der neuen Stoos-Lodge „New Generation“, auf 1.300 Metern inmitten der Schweizer Bergwelt, für digitalen Service.

## MIT TECHNIK UND GASTLICHKEIT DAS HEUTE MIT DEM MORGEN VERBINDEN

Das Herz der Stoos Lodge „New Generation“ schlägt ganz sicher in der Bar mit ihrem großzügigen Lounge- und Co-Working-Bereich. Hier lässt es sich chillen, meeten, flirten, arbeiten, Pläne schmieden, Start-ups gründen oder ganz einfach die Beine ausstrecken nach einem schwungvollen Tag auf der Piste. Die Gastronomie bietet mit dem Marktstand-Restaurant für jeden Geschmack und jedes Budget reichlich Auswahl. Zünftig, schmackhaft-knusprig direkt vom Holzkohlegrill für Fleischliebhaber und Pasta- und Pizzastationen runden das Angebot ab. Denn was wäre ein Tag auf den Skiern ohne die „Spaghetti danach“?

### Helfer auf leisen Sohlen

Nicht nur bei der durchgängig digitalen Kundenbetreuung geben sich Gegenwart und Zukunft, Technik und Mensch die Hand, sondern auch im Restaurant der Stoos Lodge. Mit einem leisen Summen sowie dem charakteristischen, gewinnenden Lächeln „surft“ Serviceroboter „BellaBot“ zuvorkommend durch das Restaurant. Der sympathische Roboter mit den niedlichen Katzen-Kulleraugen zeigt die schlanke Silhouette eines agilen dienstbaren Geistes, der nicht nur sicher und zuverlässig wie ein gelernter Kellner seinen Weg findet, sondern auch noch vier Tablettts auf einmal tragen kann.

Damit erleichtert er den Servicekräften unserer eigenen Spezies spürbar die Arbeit, serviert für diese Gerichte und Getränke aller Art, nimmt Geschirr entgegen, um es zurück in die Küche zu befördern und schenkt sowohl gute Laune als auch Zeit. Denn so entlastet kann sich das Servicepersonal umso mehr auf das konzentrieren, was zählt: den Gast.

Dieser Serviceroboter kann auch in der Metzgergastronomie eingesetzt werden und so dem Personalmangel entgegenhalten. ■

### BellaBot – der Serviceroboter

Sie möchten **bessere Arbeitsbedingungen für Ihre Mitarbeitenden** schaffen? Mit dem BellaBot erreichen Sie das mühelos. Der Roboter **übernimmt die langen Wege und das schwere Schleppen** und schenkt den Mitarbeitenden damit mehr Zeit für das, was ihnen wirklich Freude bereitet – die Gästebetreuung.

Dies kann er dank des austauschbaren Akkus für 365 Tage im Jahr während **24 Stunden** ohne jeglichen Kräfteverlust. Der BellaBot dient allerdings nicht nur zur Förderung der Servicequalität, sondern auch ausgezeichnet als Magnet, um neue Gäste in Ihren Betrieb zu locken.

**Masse:** 565 x 537 x 1.290 mm

**Gewicht:** 57 kg

**Werkstoffe:** ABS, Aluminiumlegierung

**Aufladezeit:** 4,5 Stunden, manuelle Aufladung

**Akkulaufzeit, -kapazität:** 12–24 Stunden, 25,2 V/25,6 Ah

**Geschwindigkeit:** 0,5,1,2 m/s, einstellbar

**Traglast:** 10 kg/Ablage, bis 40 kg

**Ablageanzahl:** 4 Ebenen bei Höhen von 230, 200, 200 und 180 mm über dem Boden

**Infos:** [www.sebotics.com/bellabot](http://www.sebotics.com/bellabot)





Apps kennt mittlerweile jeder und hat mehr als eine davon auf dem Handy. Die kleinen Dinger sind aber auch zu nützlich: für die Wettervorhersage, den Staubericht, den schnellen Austausch mit der Familie oder für alle erdenklichen anderen Hilfestellungen. Die Winweb Informationstechnologie GmbH, die branchenspezifische ERP-Software für die Lebensmittelbranche entwickelt, konzipiert nun verschiedene Apps, mit denen das Arbeitsleben leichter wird.

# WINWEB-APPS MACHEN DAS LEBEN LEICHTER

Winweb ist mit seinen Anwendungen immer am Puls der Zeit. So werden gerade verschiedene Apps als mobile Unterstützer für die Software winweb-food entwickelt. Die erste App, die in Kürze an den Start geht, ist die Winweb-Leergut-App. „Sie wird die Leergutrückgabe vereinfachen“, sagt Martin Schummers, Leiter Product Management bei Winweb. Bislang wird diese Funktionalität, die besonders für Unternehmen mit einem eigenen Fuhrpark interessant ist, von einer externen Software übernommen.

## Überall verfügbar

Alle Winweb-Apps werden in jedem modernen Browser und auf jedem Gerät funktionieren – egal, ob iPad, iPhone, Android oder PC. Die Apps werden über eine URL aufgerufen, landläufig kennt man das als Link oder Adresse einer Webseite. Und jede App kann dann auf dem Gerät installiert werden. „Muss aber nicht“, betont Schummers. Die Benutzer und Berechtigungen werden über die Winweb-Benutzerverwaltung

gesteuert, eine Registrierung bei Apple, Google und Co. ist nicht nötig.

## App statt Lieferscheine

Mit der neuen Leergut-App kann der Fahrer, der beispielsweise E2-Kisten abgibt, den Lieferschein per Handy scannen und der entsprechende Beleg öffnet sich. Sehr bequem können hier die Kisten als „geliefert“ markiert und die Lieferung vom Kunden auf der App unterschrieben werden. Zurückgenommenes Leergut wird im Gegenzug ebenfalls in der App ausgewählt und im System vermerkt. Nach der Tour werden die Daten automatisch in winweb-food übernommen und die in der App niedergeschriebene Unterschrift im System an den Beleg angehängt. „Lieferscheine aus Papier, die nach der Fahrt noch manuell eingescannt werden müssen, werden auf diese Weise überflüssig“, erklärt Schummers.

## Flotte Kommunikation

Die Leergut-App wird auch die Kommunikation schneller machen: Der Fahrer erhält

Nachrichten aus dem Betrieb nicht nur auf dem Rechner, sondern unterwegs direkt aufs Handy. Ist einmal kein Internet zur Stelle, lässt die App den Fahrer trotzdem nicht im Stich. Die Belege können vor der Tour bequem für die Offline-Nutzung heruntergeladen werden. Unterschriften und Leergut werden nach der Lieferung dann an Winweb zurückgeschickt, sobald wieder Kontakt mit dem Internet besteht.

## QS-App in der Entwicklung

„Besonders für Winweb-Kunden, die heute schon ihre Verkaufslieferscheine über Barcodes im Dokumenten-Management-System einscannen, wird die Leergut-App das Ganze noch einmal sehr viel einfacher machen“, so Schummers, der auch gleich das nächste Ziel skizziert: „Wir wollen unseren Kunden immer weitere Apps zur Verfügung stellen, um ein papierloses und bequemes Arbeiten zu ermöglichen.“ So wird zurzeit eine QS-App entwickelt, mit der betriebsinterne QS-Prüfungen schnell und einfach dokumentiert werden können. *Isabel Melahn* ■



## Partnerwahl – welcher Wein passt zu ...

**Dorli Muhr** leitet die Kommunikationsagentur Wine+Partners und macht selbst Wein am Spitzerberg in Carnuntum. Ihre Leidenschaft ist es, Gerichte und Getränke perfekt abzustimmen.

**Ich liebe ausgedehnte Mittagessen**, bei denen sich Familie und Freunde um eine lange Tafel scharen und stundenlang essen, trinken und diskutieren. Um möglichst viel Zeit mit den Gästen am Tisch verbringen zu können, empfiehlt sich ein Schmorgericht. Mein Lieblingsrezept habe ich aus Portugal mitgebracht, wo Familienmittagessen grundsätzlich bis zum Sonnenuntergang dauern.

### Hendl mit Zwiebeln

Man plant dafür pro Person jeweils eine Portion vom Hendl und wiegt dann gleich schwer (mehlige) Erdäpfel und (weiße) Zwiebel ab. Das Fleisch mit Salz und Pfeffer einreiben, die Erdäpfel schälen und der Länge nach vierteln, die Zwiebel grob in Ringe schneiden. In einem großen Schmortopf alles schichtenweise einlegen, dazwischen ein paar Zweige Rosmarin und Thymian platzieren und zwei, drei klein geschnittene Knoblauchzehen verteilen. Alles kräftig mit Olivenöl übergießen, Deckel drauf und für ca. 1 ½ Stunden bei 200 Grad im Rohr schmoren.

Dann Sorge ich dafür, dass die ganze Gesellschaft kurz still und andächtig darauf achtet, welch wunderbarer Duft beim Abnehmen des Deckels entströmt. Das Anrichten ist zwar eine Herausforderung, denn das Fleisch löst sich von den Knochen, die Zwiebeln sind superweich und auch die Erdäpfel zerfallen schon. Aber genau dieses weiche Mundgefühl macht dieses Gericht zu einem wunderbaren Erlebnis. Soul Food der schönsten Art!

### Mein Wein-Tipp

Als Kontrapunkt zur molligen Textur der Zwiebeln serviere ich einen Wein mit pfeffriger Würze. Um die Zartheit des Hendlfleisches zu unterstreichen, wähle ich einen Weißwein aus einer möglichst kühlen Region –, denn dort können die Trauben bis spät in den Herbst reifen und tolle Aromen ausbilden, ohne aber mächtigen Alkohol zu produzieren. Mein Lieblingswein zu diesem Gericht ist der Grüne Veltliner von Doktor Wunderer, aus der kühlest Ecke des Weinviertels.

### Grüner Veltliner, Weinviertel DAC 2021

€ 9,29 bei Doktor Wunderer, Straning 62, 3722 Straning, Tel: 02984 49 901  
<https://doktorwunderer.at/shop/straning/>



Ist es gelungen? Hat er geschmeckt?  
 Schreiben Sie mir an  
[d.muhr@wine-partners.at](mailto:d.muhr@wine-partners.at)



## VALENTINSTAGSWEIN VON WILLI OPITZ

Der burgenländische Kult-Winzer präsentiert seinen Valentins-Dessertwein.

Willi Opitz, der international renommierte Winzer aus dem burgenländischen Illmitz, wartet auch heuer mit seinem Valentins-Dessertwein auf. Die Herstellung dieser Wein-Rarität ist einzigartig, denn bevor die bereits im September geernteten Trauben gepresst werden, dürfen sie bis zu sieben Monate auf Schilf vom Neusiedler See in der Sonne reifen.

### Wein der Liebenden

Erst rund um den 14. Februar werden sie schließlich zum Valentinstagswein weiterverarbeitet. „Durch die lange Reifezeit auf unseren dazu eigens

gebauten Schilfbetten konzentriert sich der Geschmack und der Wein schmeckt dadurch besonders fruchtig, exotisch und edelsüß“, erklärt Willi Opitz.

Wie in einer guten Beziehung brauchen auch die Trauben des Valentinstagsweins viel Liebe und Zuwendung, um am Ende perfekt zu harmonieren. Damit rundet der „Wein der Liebenden“ nicht nur geschmacklich, sondern auch symbolisch, jedes Valentinsmenü ideal ab.

Der limitierte Willi Opitz Valentinswein gilt unter den Weinkennern als „feinfruchtig, exotisch & animierend“ und ist ab sofort direkt am Weingut erhältlich. ■

**Eventtipp:**  
 Von 10.–12. Februar lädt der Winzer zur offenen Kellertür in sein Weingut. Da gibt es nicht nur die Weine, sondern auch passende Häppchen des C.I.A Catering von Angela und Iain, Tochter und Schwiegersohn von Willi Opitz, zu verkosten.





**REZEPT DES MONATS** powered by  
**WIBERG** GEWÜRZMÜHLE NESSE *Gewürzmüller*

# PUTENSCHINKEN MIT DECO QUICK® BUNTE MISCHUNG

Putenschinken ist einer der beliebtesten Schinken der Konsumenten und sollte in keiner Wurst-Theke fehlen.

Geflügel ist beliebt und kann mit seinem Image als fettarmes, bekömmliches sowie proteinreiches Nahrungsmittel punkten. In der Verarbeitung gilt es, mit innovativen Zutaten Convenience-Produkte, Fleisch- und Wurstwaren herzustellen, die auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind. Egal, ob kalte Platte oder warme Küche – zarter Schinken darf nicht fehlen. Meisterliche Kochpökelwaren mit perfekter Konsistenz und Optik sowie hervorragendem Geschmack, können mit Putenfleisch hergestellt werden. Auch an der passenden Hülle fehlt es nicht: Mit den Deco Quick® Gewürzfolien lassen sich feinste Geflügelspezialitäten schnell und einfach mit dekorativen Kräutern und Gewürzen sowie Mischungen beschichten.

## Verarbeitung

- Fleisch zuschneiden und noch einmal gut durchkühlen.
- Schinken Top CP und Nitritpökelsalz im kalten Wasser auflösen.
- 10 % des Wassers zurücklassen, am Schluss in Form von Eis zugeben; Lake-Endtemperatur -2-0 °C.
- Putenfleisch mit obiger Lake spritzen; Einspritzmenge 20%.
- Ca. 12 Stunden (je nach Anlage) unter Vakuum im Intervall tumbeln (z. B.: Arbeitszeit: 4 Min.; Pausezeit: 11 Min.; Drehzahl: 10 Umd./Min.)
- Die Formen mit der Schinkenfolie und Deco Quick® Bunte Mischung auslegen.
- Den Schinken in die Form geben (ohne Deckel zweimal in der Vakuummaschine oder in der Poltermaschine abziehen).
- Ca. 1 Stunde bei 60 °C brühen; 1 Stunde bei 68 °C; restliche Zeit bei 78 °C kochen, bis die Kerntemperatur von 72 °C erreicht ist.
- Nach dem Abkühlen Schinken aus der Form nehmen, Deco Quick® Folie entfernen und bei Bedarf räuchern.

## Material

Putenbrust

## Zusammensetzung Lake

81 kg Wasser/Eis  
 11 kg Nitritpökelsalz  
 5 kg Schinken Top CP,  
 Art.-Nr.: 235283

## Deco Quick®

Deco Quick®  
 Flachbreite 42 x 50 cm,  
 Zuschnitte Bunte Mischung,  
 Art.-Nr.: 546950

## Folien

Einlegefolie für Kochpökelware  
 55 x 60 cm, transparent,  
 Art.-Nr.: 540602

# LASKA

Johann Laska u. Söhne  
Linz/Wien/Graz, Tel.: +43 (0)732/77 32 11  
info@laska.co.at, www.laska.co.at

Die sicherste Bandsäge der Welt!

# SCOTT-Blade Stop

überwacht die Position des Bediener  
im unmittelbaren Gefahrenbereich

macht Ihre Produktion sicherer

reduziert Arbeitsunfälle

verringert die Schwere der Verletzung

ist eine HIGH END Bandsäge  
für HIGH END Produkte

Qualität, Hygiene und Sicherheit

hat als einzige Bandsäge  
Body-Sensing in Kombination mit  
GloveCheck™

bietet Ihnen die  
schnellste Stop-Zeit am Markt



LASKA

der führende Anbieter  
von Fleischermaschinen  
und Artikeln zur Fleischwaren-  
und Würstherzeugung.

