

# F leisch & Co

Ausgabe  
03/2021

Fachzeitschrift für

- Herstellung
- Veredelung
- Vermarktung

frischer Lebensmittel

Einzelpreis € 5,90

**Florian  
Hippesroither,  
Geschäftsführer  
von Gourmetfein  
und Zellinger,  
im Exklusiv-  
Interview**

## Die Zukunft des Metzgerhandwerks

**GRAMILLER**

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

LEBENSMITTELVERPACKUNGEN  
TO-GO-VERPACKUNGEN  
HYGIENE & ARBEITSSCHUTZ  
VERSANDVERPACKUNGEN

[WWW.MEIERVERPACKUNGEN.AT/SHOP](http://WWW.MEIERVERPACKUNGEN.AT/SHOP)

**MEIER  
VERPACKUNGEN**

[sealpac.at](http://sealpac.at)



**Nachhaltige  
Innovationen**

• Jetzt  
umdenken!

**SEALPAC®**

*Forming Innovations*

Ihr persönliches Exemplar

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

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

**HÖCKER**



**PLANUNG – PRODUKTION – LIEFERUNG**



## Inhalt

### Fleisch & Meister

**Fit für die Zukunft** | Neue Wege bei Hochreiter 04

**Kommentar** | Olga Voglauer über Tierwohl 05

**Eröffnung** | Neuer Markt von Berger Schinken 06

**Neuigkeiten** | Von Tirol bis Burgenland 07

**Cover** | Florian Hipperroither im Exklusiv-Interview 10

**Verantwortung** | Die Glückspüte der Krautgartner 12

### Fleisch & Produktion

**Nachhaltig** | Neue Konzepte für die Branche 14

**Ausbildung** | Herausforderungen im Verkauf 16

**Sonderthema** | News rund um Schlachtung & Co 17

**Modern** | Die faserbasierte MAP-Verpackung FlatMap 24

**Recycling** | So spart Berger Schinken Kunststoff ein 26

### Fleisch & Markt

**Termin** | Der Multivac Summit 2021 27

**Erfahren** | Tipps von Verkaufstrainerin Sabine Berger 28

**News** | Von Silberpads bis zu „denkenden“ Tischen 29

**Umfrage** | Wie die Kunden wirklich ticken? 31

#### IMPRESSUM, Offenlegung gemäß § 25 Mediengesetz:

#### Fleisch & Co – Die österreichische Fleischerzeitung

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

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

**Gegenstand des Unternehmens:** Herausgabe, der Verlag, der Druck und Verschleiß von Zeitungen, Zeitschriften und sonstiger periodischer Druckschriften, die Verlags- und Redaktionstätigkeit überhaupt, Betrieb von Verlagsgeschäften aller Art und die Lohnproduktion für fremde Rechnung. Produktion und Vertrieb von Videofilmen und Podcasts. Durchführung von Werbungen aller Art, insbesondere Inseratenwerbung, Plakatwerbung, Ton- und Bildwerbung, Reportagen, Ausarbeitung von Werbeplänen und alle sonstigen zur Förderung der Kundenwerbung dienenden Leistungen.

**Blattlinie:** Fleisch & Co ist ein unabhängiges Fachmagazin zur Vermittlung von anwendbarem Wissen für unternehmerischen Erfolg in der Fleischwirtschaft, im Lebensmittelhandwerk, der Direktvermarktung, Lebensmittelproduktion aller Art, landwirtschaftlicher Betriebe und des LEHs. Es berichtet über fachlich relevante Trends, Technologien, Innovationen, Marktentwicklungen, Neuheiten aus der Standesvertretung, gesetzliche und steuerrechtliche Rahmenbedingungen sowie über am Markt erhältliche Produkte, Lösungen und Dienstleistungen.

**Redaktionsleitung und Chefredaktion:** Tanja Braune, office@dieschnatterei.com.

**Mitarbeiter dieser Ausgabe:** Dima-Alexander Braune, Roland Graf, Matthias Mayr, Andrea Pascher, Harald Plattner, Raimund Plautz. **Coverfoto:** Gourmetfein **Social Media Management:** Barbara Egger

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

**Anzeigentarif:** Mediaplan 2021, gültig ab 1. 1. 2021. Erscheinungsweise: 10 Mal/Jahr.

**Abonnement:** Aboservice Österreichischer Wirtschaftsverlag, Tel. +43 1 54664 135, E-Mail: 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

**Verantwortung:** Die Zeitschrift ist nur dann in (umweltverträgliche) Folie verpackt, wenn der Postversand es aufgrund von Beilagen erfordert.

**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 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

## FLEISCH & CO IM INTERNET

Besuchen Sie uns auf [www.fleischundco.at](http://www.fleischundco.at) und erfahren Sie tagesaktuell alles Wissenswerte.

Ein guter Tipp, um stets informiert zu bleiben, ist auch unser monatlicher **Newsletter**, hier bekommen Sie die wichtigsten Infos direkt ins Mail-Postfach geliefert – einfacher geht's nicht.

Natürlich sind wir auch auf **LinkedIn**, **Instagram** und **Facebook**: Nicht nur mit der hochfrequentierten öffentlichen Gruppe, sondern auch mit einer geschlossenen Branchentreff-Communitys ...



Fleisch & Co

5 Std.



Es braucht noch mehr mutige Landwirte, Direktvermarkter und FleischerInnen. Schon jetzt setzen sich viele von ihnen für das Tierwohl, regionale Fleischqualität, regionale Schlachtung und regionale Verarbeitung ein. Das letzte Glied in der Kette sind immer die Verbraucher. Sie haben die Macht, diese Entwicklung mitzusteuern! 🙌👍👏



Labonca - Biohof

21. März um 19:58

Genau genommen hat sich gesetzlich punkto Weideschlachtung seit etwa 20 Jahren nichts bewegt. Schon damals gab es Querdenker die sich eine Weideschlachtung nicht verbieten lassen wollten und die gegen das Gesetz ankämpften. Auch heute ist es ein Kampf. Nur zu froh bin ich dass wir 2015 das erste EU zertifizierte #Weideschlachthaus für Rinder und Schweine durchgebracht hatten:»



DERSTANDARD.AT

Tod auf der Weide: Wie stressfreies Schlachten ermöglicht werden soll

## ERRATUM ZUM ARTIKEL ...

... „**Gesunde Nutztiere – ein Überblick**“. Leider haben wir in der letzten Ausgabe **Dr. Petra Weiermayer** etwas falsch betitelt. Wir entschuldigen uns für das Versehen. Dr. Weiermayer ist Fachtierärztin und **Präsidentin der österreichischen Gesellschaft für veterinärmedizinische Homöopathie**. In dieser Funktion wird sie eine der Vortragenden beim „Tag der Integrativen Methoden“ sein, der am 15. April 2021 stattfindet und unter dem Motto „Möglichkeiten der integrativmedizinischen Methoden zur Prophylaxe und Therapie in der Nutztierpraxis“ stehen. Alle Infos: [www.oegvh.at](http://www.oegvh.at)



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

**Mail to:** [office@dieschnatterei.com](mailto:office@dieschnatterei.com)

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

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

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



# Editorial

Eine aktuelle und sehr umfassende Studie von Leopold Kirner und Bernhard Stürmer zeigt klar, dass Tierwohl durchaus leistbar ist. Unterm Strich, so rechneten die Wissenschaftler von der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik vor, kostet ein Kilogramm Schwein, das unter Tierwohl-Bedingungen leben durfte, lediglich 35 Cent mehr. Berechnet auf ein Schnitzel von etwa 200 Gramm wären es ganze sieben Cent mehr.

Diese Zahlen sind allerdings für die Maximalvariante „Tierwohlstandard 2“ berechnet. Dabei wird mit doppeltem Platzangebot (1,4 Quadratmeter pro Schwein) mit getrenntem Fress- und Liegebereich ohne Vollspalten, mit Einstreu und Auslauf und dem Verbot von Schwanzkupieren und betäubungsloser Kastration sowie mit gentechnikfreier Fütterung kalkuliert. In der zweithöchsten Stufe, dem „Tierwohlstandard 1“, mit 1,1 Quadratmetern pro Schwein und ohne Vollspalten, mit Einstreu und Auslauf, sind es überhaupt nur noch 8,5 Cent pro Kilo oder weniger als zwei Cent pro Portion Schweinsschnitzel an Mehrkosten.

Der Konsument ist – mit Ausnahmen natürlich – durchaus bereit diese „Mehrkosten“ zu zahlen. Doch dafür braucht es eine transparente Herkunftskennzeichnung, nur diese kann der wesentliche Hebel dafür sein. Deswegen appelliere auch ich an das Wirtschaftsministerium und das Landwirtschaftsministerium konstruktive Gespräche aufzunehmen und an der Entwicklung einer machbaren Herkunftskennzeichnung auch für verarbeitete Produkte zu arbeiten. Und die Gastronomie ist hier selbstverständlich auch einzubinden, denn Tierwohl und transparente Qualität dürfen nicht vor den Türen der Gasthäuser halt machen.

Ihre Tanja Braune  
office@dieschnatterei.com



## GEWINNEN SIE: EIN PAAR MULTISTOPPER PLUS EIN ABO

Die farbenfrohe Weltneuheit für einen sicheren und hygienischen Arbeitsplatz: Wir verlosen 8 Mal ein Paar Multistopper® plus ein Halbjahres-Abo von Fleisch & Co.

Diese handlichen Leisten für die Profiküche sind die ersten rutschfesten Unterlagsleisten, die gleichzeitig zuverlässig fixieren, stabil sind und für hohe Arbeitssicherheit sorgen. Erfunden wurde der Multistopper® von Horst Raffalt, der erkannte, dass Köche immer wieder mit rutschenden Schneidebrettern zu kämpfen haben. Herkömmliche Behelfsmittel wie unterliegende Geschirrtücher oder Gummi sind nicht ideal, vor allem, wenn es hygienisch sein soll. Raffalt: „Ich bin ein Wiener Messerschleifer und bereite Kunststoffschneidebretter auf. Dabei habe ich vor fünf Jahren den Multistopper erfunden, weil in vielen Küchenbetrieben täglich nasse Tücher oder Papier unterm Schneidebrett sind und das vom Kontrollamt natürlich ungern gesehen wird.“

### Must-have für Profiküchen

Der Multistopper, hergestellt in Österreich, besteht aus Silikon, ist fugenfrei und bietet Keimen keine Angriffsfläche. Auch Tausenden Reinigungen

in Gastrospülmaschinen hält der Multistopper stand, so Horst Raffalt. Darüber hinaus ist das Qualitätsprodukt temperaturbeständig bis 180 Grad, ergonomisch geformt und lebensmittelecht. Zur Vermeidung von Kreuzkontamination ist er in verschiedenen Farben erhältlich.

### Mitspielen – und gewinnen!

Wir verlosen **9 Paar Multistopper® plus ein sechsmonatiges Schnupper-Abo von Fleisch & Co** – sollten Sie schon Abonnent sein, dann können Sie das Gewinn-Abo weitergeben. Was Sie dafür tun müssen? Schicken Sie uns eine Mail (mit Name und Adresse) an [office@dieschnatterei.com](mailto:office@dieschnatterei.com) und verraten Sie uns, welche Story Sie in dieser Ausgabe besonders interessiert hat. **Einsendeschluss ist der 7. Mai!** Die Gewinner werden durch Verlosung ermittelt, schriftlich verständigt und in Fleisch & Co veröffentlicht. Die Teams von Multistopper und Fleisch & Co wünschen viel Erfolg. ■



**Teilnahmebedingungen:** Die Gewinner werden durch Verlosung ermittelt und schriftlich verständigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Der Preis kann nicht in Bargeld abgelöst werden. Das Mindestalter für die Teilnahme beträgt 18 Jahre. Die Gewinner erklären sich durch ihre Teilnahme einverstanden, dass deren angegebene Daten zur Gewinnabwicklung an den Sponsor des Preises (Multistopper®, Ing. Horst Raffalt, 1140 Wien) weitergegeben werden. Die Schnatterei e.U. als Veranstalter dieses Gewinnspiels haftet weder für die allfällige Mangelhaftigkeit des Preises noch für sonstige Schäden, die im Zusammenhang mit der Nutzung der gewonnenen Preise entstehen.



## DIE HOCHREITER LEBENSMITTELGRUPPE STELLT SICH MIT HOLDINGSTRUKTUR ZUKUNFTSSICHER AUF

Das oberösterreichische Unternehmen auf neuen Wegen: Geschäftsführer Wolfgang Hochreiter fasst seine Betriebe zu einer Holding-Gruppe zusammen.

Der Bad Leonfeldner Vollblut-Unternehmer Wolfgang Hochreiter führt, mit starkem Rückhalt durch seine Gattin Petra, die mittlerweile mehr als 600 Mitarbeiter große Lebensmittelgruppe nach wie vor als traditionellen Familienbetrieb. Gemeinsam mit seinem langjährigen Finanzchef und Geschäftsführer Peter Weidinger hat er das oberösterreichische Unternehmen, das mittlerweile über 200 Millionen Euro Umsatz erwirtschaftet, zu einer schlagkräftigen und innovativen Holding-Gruppe umgebaut.

### Vier Betriebe

Unter dem Dach der Hochreiter Lebensmittelbetriebe GmbH finden nun vier produzierende Betriebe ihren Platz: Die Hochreiter Fleischwaren GmbH, gleichsam das Herzstück der Gruppe mit Standort in Bad Leonfelden, die Condeli GmbH in Reichenthal, mittlerweile schon die Nummer zwei unter den europäischen Lasagneproduzenten, die Yummy Austria GmbH, der innovative Snack und Pastagerichte-Produzent am Standort Perg, und die Hochreiter Quality Meat Factory, das moderne Fleischzerlege- und Rohstoff-Center in Reichenthal.

### Marketing mit Power

Um die Entwicklung der Gruppe weiter voranzutreiben und die operativen Betriebe noch besser zu unterstützen, holten sich Hochreiter und Weidinger kürzlich weibliche Verstärkung an Bord. Die Marketingexpertin Sigrid Populorum konnte als dritte Geschäftsführerin gewonnen werden. Sie bringt jahrelange Erfahrung bei einer großen Lebensmittelkette in ihr neues Aufgabenfeld ein. Zu diesem gehört auch die Führung des gerade in Bau befindlichen neuen Lehrlingscampus in Bad Leonfelden, mit dem Hochreiter ab dem Sommer 2021 in Sachen Berufsausbildung neue Maßstäbe setzt.

### Weitere Standbeine

Mit diesem Gebäudeneubau bekommt die neue Struktur auch ein Gesicht nach außen: entstehen doch dort auch die neuen Büroräumlichkeiten für die Holdingmitarbeiter. Die Abteilungen (u. a. Finanzen, Personal, Marketing, IT und Technik) servicieren nicht nur den operativen Bereich der Lebensmittelbetriebe, sondern auch die Reha-Gesundheitsbetriebe, das zweite wichtige Standbein der gesamten Hochreiter Gruppe mit weiteren 300 Mitarbeitern. Zu den etablierten Re-

hazentren „Am Kogl“ in St. Georgen i.A. und dem „Vortuna Gesundheitsresort“ in Bad Leonfelden, kam hier jüngst der Lambrechtshof in St. Lambrecht/Stmk. dazu. Diese neue Rehaeinrichtung „Auszeit Sankt Lambrecht“ wird nach dem gerade stattfindenden Umbau im Juni in Betrieb gehen und sich neben der Reha vor allem auf psychische Prävention konzentrieren.

Und wer Wolfgang Hochreiter kennt, weiß, dass die Expansion damit noch lange nicht beendet ist (O-Ton: „Stillstand ist Rückschritt“). In Planung befindet sich u. a. gerade der Neubau für den Convenience-Leitbetrieb Condeli in Reichenthal sowie zahlreiche Investitionen in umweltfreundliche Maßnahmen, wie z. B. den Ausbau der Energieversorgung mittels Photovoltaik. Das geplante Investitionsvolumen der Gruppe beträgt in den nächsten zwei bis drei Jahren alleine mehr als 40 Millionen Euro. Damit werden auch die Arbeitsplätze an den einzelnen Standorten abgesichert: Dem Hochreiter-Führungsteam ist dabei wichtig, ein attraktiver, nachhaltiger und krisensicherer Arbeitgeber zu sein. ■

Hochreiter Fleischwaren GmbH  
A 4190 Bad Leonfelden T 07213/  
6328-0 W www.hochreiter.cc



**Raimund Plautz**

Fleischermeister und Bundesinnungsmeister der Fleischer

### Wie geht es mit Jugendwettbewerben weiter?

Die Lehrlingswettbewerbe in den Ländern sind eine ganz wichtige Motivation für die Jugend, zudem ist der Organisationsaufwand dafür relativ überschaubar. Daher meine große Bitte an alle meine Kollegen: Tragt konsequent diese Landeswettbewerbe weiter aus!

### Der Bundeslehrlingswettbewerb hat sich allerdings

– leider – selbst abgeschafft. Wenn aus neun Ländern nur noch insgesamt sieben Teilnehmer kommen, dann lohnt sich der Aufwand nicht mehr. Früher war es eine Ehre, an einem Bundeslehrlingswettbewerb teilzunehmen, heute sind nur noch wenige bereit dazu.

Daher werden wir auf Bundesebene nun in Richtung Skills gehen, die hoffentlich diesen Herbst stattfinden werden – der Beruf des Fleischers ist hier erstmals vertreten. Wenn wir es schaffen, uns hier zu etablieren, bieten wir unseren jungen Leute die allerbeste Möglichkeit ihr Können zu zeigen – und das vielleicht auch einmal bei Staats-, Europa- oder Weltmeisterschaften.

Dazu kommt natürlich, dass die Veranstaltung Skills von enormem Marketing begleitet wird –, da die Ministerien beteiligt sind, passiert hier eine mediale Kraft, die wir von der Bundesinnung niemals aufbringen könnten.

Und so bieten die Skills nicht nur viel mehr Möglichkeiten und Chancen für unsere Jugend, sondern werden auch dem Image des Fleischer-Berufs sehr guttun.

**Haben Sie Fragen oder Ideen rund um Themen der Bundesinnung? Schreiben Sie uns an [office@dieschnatterei.com](mailto:office@dieschnatterei.com) – wir leiten Ihre Anfrage gerne an Raimund Plautz weiter.**

# VOGLAUER: „DIE QUALITÄT DES FLEISCHES BEGINNT BEIM TIERWOHL!“

Olga Voglauer, Abgeordnete im Nationalrat und Landwirtschaftssprecherin der Grünen, über Tierwohl und Herkunftskennzeichnung als Chance für die Branche.

Sowohl bei bäuerlichen ProduzentInnen als auch beim weiterverarbeitenden Handwerk wird ein klarer Trend hin zur heimischen Qualität mit regionalem Bezug immer deutlicher. „Die Geschichte eines guten Gerichts beginnt nicht erst am Teller, sie beginnt am Hof. So bekommt der Genuss eine zusätzliche Bedeutung und bezieht die bäuerlichen ProduzentInnen immer mehr ein“, erzählt Olga Voglauer, selbst Bio-Bäuerin und Direktvermarkterin von Milchprodukten in Kärnten.

## Gesellschaftlichen Auftrag innovativ betrachten

Dem gesellschaftlichen Anspruch, unsere Nutztiere so natürlich wie möglich zu halten, wird in Zukunft Rechnung getragen werden müssen. „Ich sehe das als eine Riesenchance sowohl für die bäuerlichen Betrie-

be als auch für das Lebensmittelhandwerk. Wer heute für seine Produkte auch volle Transparenz bieten kann, kommt bei KundInnen einfach besser an. Auf Tierwohl zu setzen und dies entsprechend zu vermarkten ist in vielen Nischen ein Erfolgsrezept“, ist Voglauer überzeugt.

## Haltungsbedingungen von Schweinen nachhaltig verbessern

„Mehr Tierwohl im Schweinestall heißt: weg vom Vollspaltenboden und hin zum eingestreuten Liegebereich, Auslauf und mehr Platz für jedes Tier. Vor allem braucht es den Schulterchluss mit der Agrarmarkt Austria, die endlich eine Weiterentwicklung des AMA-Gütesiegels vorzulegen hat“, so Voglauer. Zwei Drittel der Schweine werden in Österreich auf Vollspalten gehalten. Um den



gesellschaftlichen Ansprüchen gerecht zu werden sind Lenkungsanreize weg von Vollspalten längst überfällig und können nur unter Berücksichtigung von Tierwohlstandards über die entsprechenden Förderungen und Labels erfolgen.

## Absatzmärkte aufbauen, auf Handwerk setzen

Die Herkunftskennzeichnung kann zukünftig ein wesentlicher Hebel sein: „Es ist längst an der Zeit, die Blockaden aufzuheben und konstruktiv an der Entwicklung der Herkunftskennzeichnung zu arbeiten“, sagt Voglauer. Wenn die entsprechenden Qualitätsprogramme und die dazugehörigen Absatzmärkte schon jetzt aufgebaut werden, ist auch die Planungssicherheit für die bäuerlichen Betriebe gewährleistet. ■



**AICHINGER**

## Erfolg lässt sich einrichten.

Als Multispezialist für emotionale Fresh-Food-Erlebniswelten begeistern wir mit zukunftsweisenden Produkt- und Konzeptlösungen.

Mehr Information unter [www.aichinger.de](http://www.aichinger.de)



V.l.n.r.: Pfarrer Mag. Bernd Kolodziejak, Mag. Rudolf Berger, Geschäftsführer Berger Schinken und Bürgermeister Thomas Grießl

## ALLES UNTER EINEM DACH: BERGER SCHINKEN ERÖFFNET EINEN WEITEREN **ABHOLMARKT**

Dass Kunden neben Wurst-, Schinken- und Fleischprodukten auch Beilagen, Gemüse und Fischprodukte in der umfangreichen Tiefkühl-Abteilung unter einem Dach finden, spart viel Zeit – ein kostbares Gut, gerade beim Großeinkauf.

Der heimische Schinken- und Fleischspezialist Berger Schinken eröffnete im März in Poysdorf – direkt im Gewerbepark im Ortsteil Wetzelsdorf – einen weiteren Abholmarkt. Somit betreibt Berger nun fünf eigene Filialen und vier Abholmärkte.

Nun können im niederösterreichischen Poysdorf Privatkunden, Unternehmer und Gastgewerbetriebe nach Herzenslust auf 300 m<sup>2</sup> aus einem 400 Artikel umfassenden Angebot aus Wurst-, Schinken- und Fleischspezialitäten wählen – und dank der Großpackungen zu wirklich attraktiven Preisen einkaufen. Unter der Leitung von Tomas Zumpf steht ein insgesamt vierköpfiges Team den KundInnen beratend zur Seite.

### Made in NÖ

Bereits seit 130 Jahren steht das nunmehr in vierter und fünfter Generation geführte Familienunternehmen Berger Schinken aus Sieghartskirchen im Bezirk Tulln für heimische Fleisch- und Schinkenspezialitäten und setzt sich für die rot-weiß-rote Herkunft des Fleisches ein: Das Schweine- und Rindfleisch stammt bis auf wenige Ausnahmen aus Österreich.

Das Herz der großen Unternehmerfamilie schlägt für nachhaltige und regionale Produkte: So kooperiert Berger für seine Regionalitätsoffensive Regional-Optima mit Schweinemästern aus einem Umkreis von 50 km rund um das Berger-Schinken-Werk,

die ihre Tiere ausschließlich mit Futter aus der Region versorgen. In Wetzelsdorf wird selbstverständlich auch Frischfleisch in dieser besonderen Qualität „made in Niederösterreich“ angeboten.

### Großhandelspreise

Gerade große Familien, Heurigen- und Gasthausbetriebe sowie all jene, die gerne auf Vorrat einkaufen, werden vom neuen Abholmarkt begeistert sein: Dank der größeren Verpackungseinheiten ist der Preis besonders attraktiv. Kurz gesagt: Großhandelspreise auch für Privatkunden. So kommen bei Berger Familien und all jene, die gerne Feste feiern (sobald diese dann wieder möglich sein werden), auf ihre Rechnung, denn auch sie können im Großmarkt einkaufen. Auch für die vielen Gastwirte der Region ist der Berger Abholmarkt perfekt, denn zahlreiche Schinken- und Wurstprodukte werden im Ganzen angeboten, sind also optimal für den portionsweisen Aufschnitt z. B. am Buffet geeignet.

### Zeitsparend

Dass Kunden neben Wurst-, Schinken- und Fleischprodukten auch Beilagen, Gemüse und Fischprodukte in der umfangreichen Tiefkühl-Abteilung unter einem Dach finden, spart viel Zeit – ein kostbares Gut, gerade beim Großeinkauf. ■



Berger Abholmarkt  
**A** 2170 Wetzelsdorf,  
 Baumfeldstr. 4  
**Z** Mo.- Fr. 6.30 bis 18 Uhr &  
 Samstag 6.30 bis 13 Uhr  
**W** <http://berger-schinken.at>

Die „Qualität Tirol“-Almrinder wachsen auf kleinstrukturierten Tiroler Bauernhöfen heran und verbringen mindestens einen Sommer auf der Alm. Die idealen Voraussetzungen für gutes Fleisch. Alle Almrind-Produzenten sind künftig an einer Partnertafel zu erkennen.



## TIROLER ALMRIND-PRODUZENTEN WERDEN VOR DEN VORHANG GEHOLT!

Das Gütesiegel ‚Qualität Tirol‘ steht für regionale, nachhaltig produzierte Lebensmittel von höchster Güte. Es steht außerdem für Transparenz entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Tierwohl und artgerechte Haltung stehen für uns an oberster Stelle. Mit den ‚Qualität Tirol‘-Partnertafeln möchten wir die Landwirte, die genau für diese Werte stehen, nach außen hin ersichtlich machen. Die gemeinsame Übergabe ist ein Zeichen für das Projekt Almrind, denn nur durch das Zusammenspiel aller Beteiligten, können heimische Produkte in bester Qualität im Handel verfügbar sein“, ist Matthias Pöschl, Geschäftsführer der Agrarmarketing Tirol, stolz.

So freut sich etwa auch Almrindproduzent Karl Wett über die Übergabe der Partnertafel durch Clemens Mair und Alexander Walser (AMTirol), Martin Niederkofler (Tann Wörgl) sowie Michael Wurzbauer und Matthias Mair (Rinderzucht Tirol). (siehe Bild)

### Das Tiroler Almrind

„Mit dem Tiroler Almrind haben wir ein regionales Premium-Rindfleischprogramm geschaffen. Es handelt sich um Kalbinnen und Ochsen, die in Tirol geboren, aufgezogen, geschlachtet und verarbeitet werden. Die Tiere müssen mindestens einen Sommer auf der Alm verbracht haben, stehen unter den strengen Kriterien des AMA-Gütesiegel-Programms und müssen zudem die Qualitätsrichtlinien der Agrarmarketing Tirol erfüllen“, so Tann-Frischfleisch-Leiter Martin Niederkofler über das Tiroler Almrind und erzählt weiter: „Das Projekt Almrind wurde in enger Zusammenarbeit mit der Rinderzucht Tirol und der Agrarmarketing Tirol im Jahr 2018 gestartet und ist seither eine absolute Erfolgsstory. Gerade im herausfordernden vergangenen Jahr wurde das Bewusstsein der Zusammenarbeit mit den heimischen Bauern in der Bevölkerung gestärkt. Kurze Transportwege und Schlachtungen in

einem regionalen Betrieb in St. Johann sind wichtige Faktoren für ein absolutes Qualitätsrindfleisch. Die Kundinnen und Kunden schätzen diese Tiroler Qualität!“

### Regionalität & kurze Transportwege

„Durch die gute Zusammenarbeit aller Projektpartner – der Rinderzucht Tirol, dem Tann Frischfleisch-Produktionsbetrieb in Wörgl und der Agrarmarketing Tirol – kann das Almrind mit Tiroler Ursprungsgarantie für Konsumentinnen im Handel angeboten werden. Mit der Abnahme der Almrinder leistet Spar einen wichtigen Beitrag zur Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe und der Erhöhung der Wertschöpfung in unserer Region beziehungsweise unserer Landwirte und setzt damit ein starkes Zeichen für Regionalität und kurze Transportwege“, betont Michael Wurzbauer von der Rinderzucht Tirol abschließend.

[www.qualitaet.tirol](http://www.qualitaet.tirol) ■

## „HARALD, MACH DEN SPEICHER AUF“

Schellhorn: „Die WKO bunkert 1,7 Mrd. Euro, die eigentlich den Unternehmern zustehen, und weigert sich mit diesem Geld sinnvoll zu helfen.“

UNOS-Bundessprecher Sepp Schellhorn (im Bild) fordert die Wirtschaftskammern auf, ihre Rücklagen an die Unternehmer auszahlend. „Viele Unternehmerinnen fühlen sich von ihrer Zwangsinteressenvertretung im Stich gelassen. Ich muss immer wieder feststellen, dass die Wirtschaftskammer unter Harald Mahrer eigentlich nur der verlängerte Arm der Bundesregierung ist.“

Die Wirtschaftskammer, sagt Schellhorn, begründe die Frage, warum sie auf so viel Geld sitzt, damit, dass ja einmal eine Epidemie ausbrechen könne. „Wann, wenn nicht jetzt, ist das der Fall?“, fragt sich der UNOS-Bundessprecher und berichtet, dass er als Unternehmer von allen Seiten aufgefordert wird, seine Rücklagen aufzulösen, um die Liquidität zu wahren. „Die WKO bunkert 1,7 Mrd. Euro, die eigentlich den Unternehmen zustehen, und weigert sich mit diesem Geld sinnvoll zu helfen.“

Er ergänzt, dass sich die Wirtschaftskammern in den letzten Jahren immer wieder auf den Rechnungshof berufen habe, doch der habe die Sache jetzt endgültig klargestellt. Aufgrund einer parlamentarischen Anfrage von Schellhorn steht es jetzt schwarz auf weiß: „Die Rücklagenhöhe leitet sich aus der Haushaltsordnung der Wirtschaftskammer Österreich und nicht aus einer Empfehlung des Rechnungshofes ab.“

### Kammerrücklagen auflösen

Der Industrielle Stephan Zöchling stellt sich als Unternehmer die berechtigte Frage: „Wo ist die Interessenvertretung in den letzten 14 Monaten gewesen? Sie ist weder sichtbar noch hörbar noch existent. Die Wirtschaftskammer kümmert sich nicht um die Industrie, sie unterlässt es, mittelständischen Unternehmen zur Seite zu stehen. Außer Kollektivver-



handlungen sehen und hören wir nichts.“

Zöchling warnt vor dem Wegfall vieler tausender Arbeitsplätze: „Kreditversicherer haben flächendeckend dem Gewerbe und der Österreichischen Industrie die Deckung entzogen. Wir haben bereits vor einem Jahr an oberster Stelle um Unterstützung gebeten, doch bisher ist nichts passiert!“

UNOS fordern Unternehmer auf, sich anzuschließen und Gebrauch von einer Antragstellung zu machen. Alle Infos gibt es hier: <https://gehtnedgibtsned.jetzt/> ■



Eine digitales Meisterwerk für all jene, die mit Fleisch arbeiten: Agrarmarkt Austria Marketing liefert mit der neuen Seite **www.fleisch-teilstuecke.at** umfassende Fleischkunde.

## AMA PRÄSENTIERT: NEUE WEBSEITE BESCHREIBT ALLE FLEISCHTEILSTÜCKE

Die neue Webseite beinhaltet Abbildungen aller Teile und aller Nebenprodukte (Knochen, Knorpel, Sehnen, Organe, Innereien) vom Rind, Kalb, Schwein, Lamm, Huhn und der Pute. Anhand der logischen Zerlege-Hierarchien, also beispielsweise von der Rinderhälfte übers Knöpfel hin zur Schale und den daraus geschnittenen Schnitzeln, findet der User das komplette heimische Sortiment – mehr als 300 Artikel sind gelistet.

### Inhalte in neun Sprachen

Neben den Teilstücken umfasst die neue Webseite auch Basis-Informationen über die landwirtschaftliche Erzeugung, das heimische Qualitätsmanagement und ein Anbie-

terverzeichnis aller relevanten Schlacht- und Zerlegebetriebe mit einfacher Funktion zur direkten Kontaktaufnahme.

Die Inhalte werden in neuen Sprachen angeboten. Neben Deutsch sind das die Sprachen wichtiger Exportmärkte, z. B. Englisch, Französisch, Italienisch, Russisch, Südkoreanisch, Japanisch und Chinesisch.

„Die Teilstücke sind ein wichtiges Instrument für den Experten, aber auch für den Verkauf im Inland. Wir wenden uns mit dieser Information an den Lebensmittelhandel, C&C, Gastrozulieferer, Großküchen und Verarbeiter. Die abgebildeten Zuschnitte entsprechen dem State of the Art und haben Indikatorfunktion für die Märkte. Die Website kön-

nen auch Schulen im Bereich Landwirtschaft, Tourismus und Gastro als didaktisches Instrument für den Unterricht verwenden“, erklärt Rudolf Stückler, Marketing-Manager der AMA, das vielseitige Einsatzgebiet der Seite.

### Kostenlos erhältlich

Neben den Teilstücken bietet die neue Webseite auch umfassendes Basiswissen und ist zudem für jedes Endgerät optimiert, also auch für den schnellen Blick auf das Handy gut geeignet. Skizze und Realbild helfen beim Einordnen und fürs Verständnis. Übrigens: Der gesamte Inhalt ist auch als USB-Card und als Katalog erhältlich. Der Stick kann kostenlos in der AMA angefordert werden. ■

## NEUSTART BEI SAJOVITZ

Die Gläubiger haben dem Insolvenzplan der Wolfsberger Fleischerei und Catering Sajovitz zugestimmt.

Der im Dezember letzten Jahres in die Insolvenz geschlitterte Fleischereibetrieb Sajovitz GmbH wird mit 43 Mitarbeitern fortgeführt. Wie der Kreditschutzverband von 1870 in einer Aussendung mitteilte, wurde Anfang März der Sanierungsplan von den Insolvenzgläubigern mehrheitlich angenommen.

Die Gläubiger erhalten eine Quote von 20 Prozent in vier Raten zu je fünf Prozent – zahlbar bis 31. Oktober 2022. Insgesamt waren Insolvenzforderungen in Höhe von 1,35 Millionen Euro anerkannt worden.

Das Sanierungsverfahren (ohne Eigenverwaltung) war am 14. Dezember eröffnet worden. Die Insolvenz war nach Angaben des KSV1878 auf massive Umsatzausfälle als Folge der Auswirkungen der Covid-19-Pandemie zurückzuführen. Vor allem habe der erste Lockdown dem Fleischer und Caterer aus Wolfsberg massiv zugesetzt.

Wir wünschen Ing. Mag. Karl Sajovitz und seinem Team viel Erfolg beim Neustart! ■

## WERFRING KOOPERIERT MIT WELTKONZERN

Die Firma Werfring aus Marz, Schlosserei und Spezialist für Förderanlagen, geht mit Eagle, einer Tochter der Firma Mettler Toledo im Bereich Inspektionstechnologie für Fremdkörperdetektion, eine Kooperation ein.

Förderanlagen-Schlosserei Werfring GmbH“ ist ein burgenländisches Unternehmen mit über 65 Mitarbeitern und hat sich auf Förderanlagen und Sondermaschinen für die Getränke-, Lebensmittel- und Pharmaindustrie spezialisiert. Als Vorreiter auf dem Gebiet der Röntgeninspektionstechnologie ermöglicht Eagle Product Inspection, ein Teil von Mettler Toledo, Lebensmittel- und Pharmaherstellern weltweit bessere Fremdkörpererkennung und Qualitätsprüfungen. Im Bereich Fleischindustrie sind sie vor allem durch ihre Fettanalyseysteme bekannt.

Die Zusammenarbeit der Unternehmen soll über Verkauf und Wartung von Produkten von Eagle hinausgehen. Beide Firmen wollen ihr Know-how einbringen und durch Syner-



gien den Kunden Gesamtlösungen anbieten.

Manuel Hartmann, Geschäftsführer von Werfring: „Durch meine 15-jährige Erfahrung im Bereich der Fremdkörperdetektion, unter anderem bei Mettler Toledo, freue ich mich sehr über die Zusammenarbeit mit einem so wichtigen Anbieter auf dem Weltmarkt.“

Auch der CEO von Eagle, Hans Janik, ist von dem gemeinsamen Weg überzeugt: „Der Markt verlangt nach Gesamtlösungen sowie zuverlässigen Partnern für die Umsetzung geplanter Projekte. Der Fokus der Partnerschaft liegt auf der Nutzung von Synergien. Firma Werfring sorgt nicht nur für eine kompetente Beratung, sondern plant und fertigt auch alle Eagle Bandkörper und Ausschleusysteme für die gesamte D-A-CH Region.“ ■

# IHR GEWINN: EINE ANLAGE VON SORGO



WIR SIND EIN WELTWEIT TÄTIGES UNTERNEHMEN UND FÜHRENDER HERSTELLER VON MASCHINEN UND ANLAGEN FÜR DIE FLEISCH-, WURST-, FISCH- UND KÄSEVERARBEITENDE INDUSTRIE.

- Heißrauch- und Kochanlagen, Intensivkühlanlagen
- Brat- und Backanlagen
- Kontinuierliche Anlagen mit automatischem Fördersystem
- Multifunktionale Pasteurisierungskammern mit Überdruck
- Klima-Reife- und Kaltrauchanlagen
- Dry-Aging-Kimaräume
- Auftauanlagen zum schonenden Auftauen
- Arbeitsräume und Reinraumanlagen

Sorgo Anlagenbau GmbH, Hirschstraße 39  
9020 Klagenfurt am Wörthersee, Austria  
T +43 463 34242-0, [office@sorgo.at](mailto:office@sorgo.at)

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





Florian HIPPESROITHER, der Geschäftsführer von Gourmetfein und Zellinger, über Vertrauen, Wertschätzung und Transparenz – und warum vor allem das Fleischerhandwerk mit diesen Qualitäten in Zukunft punkten kann.

## „DIE ZUKUNFT LIEGT IM **VERBUND**“

Als Gourmetfein sind sie wegen ihrer besonderen Wertschöpfungskette seit Monaten im Gespräch. Mit Feinkost Zellinger haben sie 2019 eine Traditionsmetzgerei übernommen und kürzlich den Shop in Wels nach dem Umbau neueröffnet. Und es kommt noch mehr. Geschäftsführer Florian HIPPESROITHER im exklusiven Fleisch & Co-Gespräch über das Metzger-Handwerk und wieso er eine leuchtende Zukunft für die Branche sieht –, wenn sie sich wandelt und gemeinsam neue Wege geht.

**Fleisch & Co: Die Freude bei vielen Menschen in Wels war groß, als mit Feinkost Zellinger jüngst der letzte Metzger der Stadt wiedereröffnete. Wieso diese Investition?**

Florian HIPPESROITHER: „Weil wir an das Handwerk glauben und sehen, dass die Konsumenten echte Transparenz und Ehrlichkeit auch zu schätzen wissen. Es macht einfach einen gewaltigen Unterschied, wenn man beim Metzger noch persönlich beraten wird, wenn man den Angaben trauen kann, weil die Herkunft der Rohstoffe komplett offengelegt wird. Ein direkter und guter Kontakt zu den Kunden, der auf Vertrauen und Wertschätzung basiert, wird nie an Bedeutung verlieren.“

Der Name Zellinger steht bereits seit dem Jahr 1940 für herausragende Produkte, das Unternehmen wurde nicht umsonst mehrfach dafür prämiert. Das exzellente Handwerk, das seit Generationen von der Familie dort betrieben wird, verdient aus unserer Sicht den bestmöglichen Rahmen.

Deshalb haben wir den Shop auch sehr ansprechend gestaltet und wir merken an den Reaktionen, dass die Kunden das sehr gut annehmen.“

**Stichwort Herkunft – die Fleischmarke Oberio Hofgenau aus dem Hause Gourmetfein wirbt mit absoluter Transparenz. Was zeichnet sie aus?**

„Mit ‚Hofgenau‘ halten wir genau das, was wir versprechen: garantierte Rückverfolgbarkeit bis zum Hof der Bauernfamilie, bei dem die Tiere aufwachsen. Wir schreiben ihre Namen sogar auf die Etiketten und können damit jederzeit nachprüfbar machen, dass das Fleisch seinen Ursprung ausschließlich innerhalb der Wertschöpfungskette hat.“

**„Es muss  
gelingen, zu  
zeigen, dass  
Tierwohl,  
Ökologie und  
Fleischkonsum  
kein Wider-  
spruch sind“**

**Florian HIPPESROITHER** GF Gourmetfein & Zellinger

Damit einher geht auch der garantierte Verzicht auf Glyphosat, Gentechnik oder Regenwald-Soja. Diese hohen Standards passen aus meiner Sicht ideal zum Metzger-Handwerk der Zukunft an sich. Der Metzger ist ein Fachmann, bei dem man weiß, dass er besondere Produkte hat. Er kann Regionalität garantieren, kann ein Plus an Tierwohl und Naturschutz bieten. Die Kunden sollen beim Metzger die Gewissheit haben können, dass sie dort das beste Fleisch bekommen.

Beim Metzger wird es in diesem Sinne in Zukunft nicht um den niedrigsten Preis gehen, sondern um absolute Transparenz und Verlässlichkeit bei der Herkunft und bei den Inhaltsstoffen. Hier geht’s um Glaubwürdigkeit und die darf nicht verspielt werden. Ich sehe die große Chance, dass damit auch die Sehnsucht der Menschen nach Natürlichkeit und ehrlicher bäuerlicher Arbeit bedient wird. Das beginnt bei den Produkten, geht über die richtige Ansprache in der Werbung und endet bei der Beratung im Geschäft. Die Kunden verdienen die beste Betreuung, damit sie dem Metzger auch langfristig die Treue halten. Und eben auch dann, wenn das Fleisch dort ein paar Cent mehr kostet.“

**Die Branche ist aber mit kontinuierlichen Rückgängen konfrontiert, immer mehr Metzger geben auf. Was macht Sie denn so optimistisch?**

„Im Gegensatz zu anderen bin ich nicht der Meinung, dass Fleisch keine Zukunft hat. Der Konsum wandelt sich zwar, aber er geht hin zu mehr Qualität, zu garantierter Regionalität und zu Waren aus nachhaltiger Erzeu-

gung. Der Konsum der Zukunft wird wohl weniger Fleisch umfassen, aber es wird immer einen Platz haben. In den letzten Jahren wurde Fleisch gezielt als Lockmittel mit extrem niedrigen Preisen verwendet. Dadurch ist die Wertigkeit in den Augen der Konsumenten gesunken. Fleisch muss aus meiner Sicht wieder einen höheren Stellenwert in der Gesellschaft erhalten und dabei sind die Metzger ganz wichtige Partner.

Hier geht's um die Wertschätzung gegenüber den Tieren, den Schweinen und den Rindern, gegenüber der Natur und auch gegenüber den Bauern, die das Fleisch erzeugen. Das darf und muss seinen Preis haben. Und natürlich muss es uns am Ende auch gelingen, zu zeigen, dass Tierwohl, Ökologie und Fleischkonsum kein Widerspruch sind. Wir merken ja bei den Befragungen von Menschen, dass sie nach dieser Natürlichkeit streben. Jetzt ist es an uns, ihnen zu vermitteln, dass sie am eigenen Teller ihren Beitrag dazu leisten können.“

### Wie kann man im Sinne dieser Wertschätzung dazu beitragen, dass Menschen wieder einen Bezug zur kleinbäuerlichen Landwirtschaft haben?

„Das Besondere an unserer Wertschöpfungskette ist ja, dass wir vom Feld bis zur Theke durchgehend unsere hohen Standards garantieren können. Die allermeisten Menschen haben heutzutage keine Chance direkt zum Hof zu gehen und die Bauern kennenzulernen, die hinter den Lebensmitteln stehen. Bei uns bekommt man diesen direkten Bezug wieder. Der Metzger hat hier also wieder die Rolle, die er ursprünglich hatte: Wo man wusste, dass man mit jedem Einkauf auch die kleinbäuerliche Landwirtschaft fördert.“

### Nicht jeder Metzger kann in Ausstattung oder Werbung investieren, wie sollen die das machen?

„Es muss auch nicht jeder alles selbst machen, man kann sich die Aufgaben auch gut sinnvoll aufteilen. In der Kooperation liegt eine enorme Kraft, gerade in schwierigen Zeiten wie diesen. Wir gehen diesen Weg schon und arbeiten mit mehreren Metzgereien auf Produktebene sehr gut zusammen. Wir stellen aber auch verstärkt unser großes Know-how im Bereich Vertrieb, Marketing und Kommunikation zur Verfügung.“

Die Zukunft des Metzgers liegt daher für mich im Verbund. Unsere Vision ist, dass sich die Metzger vor Ort auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können, während sie gleichzeitig in der Gemeinschaft mit anderen bei Einkauf oder Marketing in eine Position der



**Gelungene Präsentation, traditionelles Handwerk und kluge Kooperationen: Die neu gestaltete Zellinger Filiale in der Welscher Ringstraße zeigt wie die Zukunft der Branche aussehen kann.**

Stärke kommen. Als Einzelkämpfer kann man eine Zeit lang überleben. Hier reichen wir jedem die Hand, der sich dem anschließen möchte.“

### Wie kann das konkret aussehen?

„Wir zeigen das bereits in der Zusammenarbeit mit Metzgern, etwa mit der Fleischerei Butz. Dieser Traditionsbetrieb, der bereits seit bald 150 Jahren besteht und in der fünften Generation von der Familie Butz geführt wird, bietet in seinen Geschäften neben seinen eigenen hausgemachten Spezialitäten auch die Oberio Hofgenau-Fleischlinie und die Wurst- und Schinkenspezialitäten von Zellinger an. Und kann mit ihren ganzen Vorzügen punkten.“

Zudem unterstützen wir bei der Werbung, von klassischen Flugblättern über professionelle Food-Fotografie bis hin zu Digital Signage und Kundenbindungs-Apps. All diese Angebote tragen mit dazu bei, dass sich das Unternehmen etwa auf die Erzeugung von Delikatessen aller Art konzentrieren kann. Eine wahre Win-win-Situation.“

### Ist das etwas, das sich nur auf Oberösterreich, Ihre Heimatregion, bezieht?

„Überhaupt nicht. Was bei uns in Wels oder Gmunden funktioniert, kann genauso in Kärnten, Tirol oder der Steiermark zum Einsatz kommen. Auch in Deutschland übrigens. Da wie dort haben wir ja ähnliche Kundenbedürfnisse und auch ähnliche Herausforderungen für die Betriebe. Das individuelle Profil des Metzgers muss ja erhalten bleiben, da stecken teils viele Generationen an Arbeit drin. Das ist mir extrem wichtig.“

Aber es gibt Bereiche, die sind überall gleich. Und wenn man sich da gegenseitig helfen kann, dann gewinnen am Ende alle. Vor allem die Branche und das Handwerk insgesamt, an dem mir persönlich viel liegt. Ich möchte nicht, dass wir die Metzger in Österreich verlieren. Und deswegen investieren wir weiter. Ich glaube an den partnerschaftlichen Verbund sowohl gegenüber unseren Bauern als auch untereinander mit unseren Metzger-Partnern.“

Danke für das interessante Gespräch! ■

**Gourmetfein hält das Versprechen bei Frischfleisch und auch bei verarbeiteten Produkten: Garantierte Rückverfolgbarkeit bis zum Hof der Bauernfamilie, bei dem die Tiere aufwachsen.**





Das Power-Couple und sein Nachwuchs: Bio-Bauer und Natur-Bursch Patrick Krautgartner und seine Frau Theresa kennen einander seit dem „Sandkasten“. 2017 haben sie sich auf die biologische Haltung von Puten spezialisiert. Mit großem Erfolg!

# DIE GLÜCKSPUTE - UND WIE ES DAZU KAM

In der steirischen Gemeinde Rohrbach haben Theresa & Patrick Krautgartner einen innovativen Biohof eröffnet und unter anderem die „Glückspute“ geschaffen.

Der Biohof Krautgartner im Jahre 2016 war, wie so viele landwirtschaftliche Betriebe in Österreich, ein Durchschnittsbetrieb. „Was können wir aus einem kleinen Hof machen?“, stellten sich Theresa und Patrick damals selbst die Frage. Zu wenig Fläche für große Tiere, keine kaufkräftige Kundenschicht vor der Haustür und große Investitionen standen auch an. Der klassische Nebenerwerbsbetrieb eben. Der Betrieb hatte jedoch zum ersten Mal Glück, so wie viele Tiere es jetzt haben. Mit Theresa und

Patrick Krautgartner hat der Hof ein Paar gefunden, das den Traum hatte, ihren Verdienst in der Landwirtschaft zu verdienen. Und so sind es jetzt nicht nur die beiden, sondern bis zu acht MitarbeiterInnen und die Schwiegereltern, die einen festen Arbeitsplatz gefunden haben. Und mittlerweile sind es auch Partnerbetriebe in der Region, die nach den Produktionsvorgaben der beiden arbeiten und so auch für Wertschöpfung in der Region sorgen und ihre Höfe weiterentwickeln können.

## Alle Anfang ist schwer: 2017

Die Idee reifte und es wurden mehrere richtungsweisende Entscheidungen getroffen. „Das Tier im Vordergrund!“, stellte Patrick, von Anfang ihrer Betriebsentwicklung an als oberste Prämisse voran. So wurde die erste Entscheidung für die Biohaltung getroffen. Die Ausweitung der Lämmerproduktion wurde aufgrund fehlender Flächen bald aufgegeben. Es mussten aber Tiere sein. Die Bioputenhaltung schien die passende Lösung zu sein. Der Josephinum-Absolvent verfolgt von Beginn an eine integrierte Strategie und wollte möglichst viel in den eigenen Händen belassen. Die Entscheidung für die eigene Schlachtung, Zerlegung und Verarbeitung wurde getroffen – und bis heute nie bereut. Die Idee war geboren und wie so oft werden die engsten Verwandten und Freunde befragt und um Rat gebeten. Patrick erinnert sich: „Wir erzählten von unserem Vorhaben und neun von zehn Leute gaben uns keine Empfehlung, das zu machen.“ Aller Anfang ist schwer und trotzdem startete die innovative Familie mit zwei Stalleinheiten



ten mit rund 400 Putenmastplätzen und der eigenen Fleischerei.

### Die Glückspute entsteht

Die biozertifizierte Rasse hat in ihrem Stall mit 21 kg/m<sup>2</sup> eine geringere Besatzdichte als viele Artgenossen, der Auslauf ist mit mehr als 10m<sup>2</sup>/Tier großzügig und speziell das Tageslicht war in der Planung der Stalleinheiten wichtig. Ein griffiger Name war den beiden von Anfang an wichtig und sie stellten sich die Frage: „Wie kann man ein Tier benennen, das glücklich ist?“ Oft ist es die Einfachheit einer Idee und so war die Glückspute geboren.

Die Glückspute ist mittlerweile zur kleinen Marke geworden und wer über die verschiedenen Plattformen wie nahgenuss.at, markta.at oder myproduct.at fliegt, wird Produkte vom Biohof Krautgartner finden. Diese Partner sind wichtig und der eigene Shop ist das Herzstück der Vermarktung.

„Wir machen rund 70 Prozent unseres Umsatzes online“, stellt Patrick stolz fest. Die Strategie der digitalen Vermarktung und der Aufbau einer Kühlversandlogistik war von Beginn an eine Erfolgsgeschichte. Bereits 2017 wurden Kühlpakete der ersten Schlachttiere versendet. Mittlerweile wurden die Styroporkisten gegen Strohverpackung getauscht und wöchentlich wird aus der Produktion versendet. Zu den rund 60 Produkten der Glückspute gesellen sich mittlerweile auch Produkte der vielen Partnerbetriebe wie Geflügel-, Schweine- und Lammfleisch.

### Die Fleischerei

Der Quereinsteiger in die Schlachtung und Verarbeitung hat viele Dinge umgedreht, verändert und viel Lehrgeld gezahlt. An seiner Seite stand mit dem Schwiegervater, ein erfahrener Fleischhacker und gemeinsam haben sie speziell die Wurstherstellung an ihre Vorstellungen angepasst. Kein Pökelsalz, Aromensaft und rote Rüben zum Färben sind Vor-

aussetzungen. „... das Räuchern und Brühen bleibt natürlich Betriebsgeheimnis!“, lacht der junge, erfolgreiche Bauer. Die Fleischerei ist auch der Ort, wo die Glückspute ihr Lebensende findet, und speziell dieser Vorgang wird sehr ernst genommen. „Die Produktion und Haltung passt oft, aber der Tiertransport und die Schlachtung nicht“, ist sich das Paar einig. Genau hier setzten sie von Anfang an und bis heute die Prämisse ihrer Philosophie. Die bestehenden Räumlichkeiten sind in den wenigen Jahren allerdings bereits zu klein geworden und eine Erweiterung steht an – auch eine mobile Lösung steht im Raum und soll speziell auch für die Partnerbetriebe eine Verbesserung bringen.

### Viele Pläne, viele Baustellen

Die Pläne sind vielseitig und betreffen so ziemlich jeden Bereich im Betrieb. Das schnelle Wachstum haben die beiden in keiner Weise erwartet. Die Nachfrage will bedient werden, aber sie stürzen sich trotzdem nicht unvorbereitet in diese Fluten. Besonders Augenmerk liegt auf der Partnerschaft mit anderen Höfen. So soll zu den bestehenden Partnerbetrieben für Pute, Schwein, Lamm und Geflügel noch ein eigenes Siegel kreiert werden und die Produktionsrichtlinien in einem Katalog zusammengefasst werden. Kleine, benachbarte Nebenerwerbsbetriebe können so auch mit dem Zugpferd Biohof Krautgartner ihre Höfe entwickeln. Ein positives und wichtiges Signal für die Region mit gesteigerter Wertschöpfung und regionalen Arbeitsplätzen.

Und trotzdem muss natürlich gebaut werden. Im April dieses Jahres soll der neue Putenstall mit insgesamt 2.400 Mastplätzen eingeweiht werden. Das ist nur das erste Projekt in diesem Jahr. Die Produktion muss erweitert werden und stößt nach nur vier Jahren bereits an ihre Grenzen. Im letzten Jahr hat man auch mit einem kleinen Maststall für 60 Schweine begonnen und weitere Produkte im



Sortiment ergänzt und erweitert. Mit dem schnellen Wachstum sind auch viele Herausforderungen einhergegangen. Viele Prozesse müssen neu durchdacht werden, strenger gesetzt und klarer kommuniziert werden. Mit mehr als zehn involvierten Personen in der Landwirtschaft, Produktion und Versand braucht es viel Information und Schulung. Bei allem Erfolg hält aber Patrick nochmals fest, „Härte zur Preiskalkulation“ und meint damit die Produkte zu hinterfragen, neu zu berechnen und im Falle auch wieder auszuschneiden.

Der Freitag ist bereits halbtägig ein Verkaufstag am Hof. Die Kunden mittlerweile weit verstreut und die Anfragen nach Hofbesuchen und Exkursionen nehmen zu. „Für uns steht das Tier im Vordergrund und das wollen wir zeigen“, gibt Theresa die Marschrichtung in der Transparenz vor. Der Freitag soll ein Tag der offenen Stalltür werden. „Hier dürfen unsere Kunden sich ihr eigenes Bild machen und wir wollen es ihnen zeigen – Fleischgenuss auf echt g'sund“, stellt Theresa die Philosophie nochmals in den Vordergrund und lädt direkt zum Hof.

### Nie den roten Faden verlieren

Angesprochen auf die wichtigsten Dinge in dieser turbulenten Entwicklungszeit, meint Patrick sehr gefestigt: „Nie den Faden verlieren, für was man steht.“ Zu jedem Erfolg gehört ein Misserfolg, Neid und viele Hürden im Weg. Theresa und Patrick haben viele davon gemeistert und viele weitere sind noch vor ihnen. Die Glückspute, der Biohof Krautgartner und die junge Familie können stolz sein. *Matthias Mayr* ■



Biohof Krautgartner

▲ 8250 Rohrbach an der Lafnitz, Kleinschlag 19  
T 0664/167 26 05 W <https://biohof-krautgartner.at>



V.l.n.r.: LH-Stv.  
Stephan Pernkopf,  
Wirtschaftslandesrat  
Jochen Danninger,  
Peter Stallberger,  
Geschäftsführer  
GoodMills Öster-  
reich GmbH,  
ecoplus Geschäfts-  
führer Helmut  
Miernicki

## FORSCHUNG VON HEUTE FÜR REGIONALE LEBENSMITTEL VON MORGEN

Die Backbranche sucht neue Ansätze, um dem Klimawandel entgegenzuwirken. Gerade rechtzeitig kommt da der ecoplus Lebensmittel-Cluster NÖ mit dem Projekt „Klimatech – Einsatz von alternativen Körnerfrüchten in (Fein)Backwaren“ ins Spiel.

Mitte Februar 2021 stellten LH-Stv. Stephan Pernkopf und Wirtschafts- und Technologielandesrat Jochen Danninger das Forschungsprojekt „Klimatech“ in einer Pressekonferenz vor. Der Einsatz alternativer Getreidesorten wie Buchweizen, Amaranth und Sorghum wird derzeit in verschiedenen Mühlen und Bäckereien erprobt. Wichtigstes Ziel ist es, dem Klimawandel entgegenzuwirken. Die damit einhergehende Trockenheit führt zu einer höheren Stickstoffkonzentration im Boden, Weizen bindet deshalb zu viel Eiweiß und stört die weitere Verarbeitung in gewerblicher und industrieller Produktion. In Hinkunft sollen, so die laufende Forschung des Projekts, Buchweizen, Amaranth und Sorghum unter den Weizen gemischt werden, um so die gewohnte Qualität der Backwaren aus regionalen Rohstoffen anbieten zu können.

Ein Vorteil, der sich schon jetzt zeigt, bei Sorghum kann der Zuckergehalt in Feinbackwaren gesenkt werden, ohne dass diese an Geschmack verlieren.

### Die Konsumenten abholen

Vorrangig ist das Bestreben, regionale Rohstoffe zu produzieren, „die ohne CO<sub>2</sub>-Rucksack von weither zu uns kommen“, so GF Peter Stallberger von GoodMills Österreich, ein „Klimatech“-Mitstreiter. „Wenn Weizen, der eine Wachstumstemperatur von 25–28° C bevorzugt, für Bäckerei, Waffeln usw. nur noch schwer zu verarbeiten ist, dann ist diese Zusammenarbeit ein enormer Vorteil, da die wichtigsten Forschungseinrichtungen mit an Bord sind. Und dann muss man natürlich auch den Konsumenten abholen, denn spielt dieser nicht mit, ist jede Forschung wirkungslos.“

### Kooperation für die Zukunft

Mittlerweile gehören neben GoodMills noch weitere sieben Unternehmen diesem Projekt an: Ankerbrot, CSM Austria GmbH, Hans Frauenlob Hochmühle, Haubis, Josef Manner AG, Pfahnl Backmittel und Strobl Naturmühle. Und auch auf Forschungsseite haben hochkarätige Experten ihre Unterstützung zugesagt: Die Abteilung Lebensmitteltechnologie der Uni für Bodenkultur, die HTL für Lebensmitteltechnologie, Getreide und Biotechnologie Wels sind dabei sowie die Landwirtschaftskammern NÖ, OÖ und Burgenland. Langfristiges Ziel dieses „Collective Research Projektes“, in das € 300.000,- investiert werden, ist „die heimische Wirtschaft nachhaltig zu stärken und fit für die Zukunft zu machen“, so ecoplus Geschäftsführer Helmut Miernicki.

Andrea Pascher ■

## MEHR ABWECHSLUNG IN DER SANDWICH-THEKE GEFÄLLIG?



### OMG Sandwich – auffallend & lecker

Die ideale Wahl für alle, die mehr Abwechslung in ihr Sandwich-Angebot bringen wollen. Ednas OMG-Sandwich überzeugt nicht nur geschmacklich, sondern auch optisch: Eine spezielle Veredelung der Oberfläche verleiht eine Tiger-Optik, die den Kunden in Erinnerung bleiben wird. [www.edna.at](http://www.edna.at) ■



### Flaguelines – Genuss der Extraklasse

Mediterraner Genuss für die Sandwichtheke: Die fertig gebackenen Brote erinnern dank ihres rustikalen Aussehens an Focaccia. Doch sie überzeugen mit mehr: hochwertige Zutaten, ausgewogene Aromen und eine Kruste, die zum Reinbeißen einlädt. [www.edna.at](http://www.edna.at) ■



### BB – das Trendfood von morgen

Hier trifft herzhafter Brezel-Style auf französische Backkunst: Probieren Sie die extra großen 4-Inch-Laugen-Burger mit Sesamdekor. Die dezent buttrige Note sowie die herzhaft Laugenkruste machen diese bereits vorgeschnittenen Burger-Buns zu etwas ganz Besonderem. [www.edna.at](http://www.edna.at) ■



Durch den Einsatz von Tierfutter aus europäischem Soja können rund 42 % der CO<sub>2</sub>-Belastung aus der österreichischen Schweinefleischproduktion vermieden werden.

## MINUS 42 PROZENT: DONAU SOJA-TIERFUTTER REDUZIERT CO<sub>2</sub>-BELASTUNG

Durch den Einsatz von Donau Soja-zertifiziertem Tierfutter können rund 42 Prozent der CO<sub>2</sub>-Belastung aus der österreichischen Schweinefleischproduktion vermieden werden. Das zeigt eine aktuelle Studie des Forschungsinstituts für biologischen Landbau (FiBL) Österreich, die Donau Soja gemeinsam mit Gustino-Geschäftsführer Dr. Johann Schlederer und dem Geschäftsführer für Beschaffung und Sortimentspolitik von Transgourmet Österreich, Manuel Hofer, präsentiert hat. „Es macht einen wesentlichen Unterschied, wie wir unsere Nutztiere halten und füttern“, sagt Donau Soja-Geschäftsleiterin Susanne Fromwald. „Wenn regionales, gentechnikfreies Donau Soja zum Einsatz kommt, profitieren regionale Betriebe, Umwelt und Klima.“

So verursacht etwa das Schweinefleisch der Marke „Gustino Strohschwein „Klimafit““ mit Donau Soja-Fütterung rund 2,5 kg CO<sub>2</sub> pro kg Schweinefleisch, während eine ver-

gleichbare Produktion mit Soja aus Übersee 4,3 kg CO<sub>2</sub> pro kg Fleisch verursacht. Das bedeutet eine Reduktion von 1,8 kg CO<sub>2</sub> pro kg Schweinefleisch, ein Minus von 42% der Emissionen.

### Enormes Einsparungspotenzial.

Hochgerechnet auf die rund 20.000 Schweine sind das beachtliche 4.000 Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Jahr. Auf ganz Österreich gerechnet könnte durch die Umstellung der gesamten Schweinefütterung auf Donau Soja insgesamt rund eine Million Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr vermieden werden. Das entspricht etwa dem CO<sub>2</sub>-Fußabdruck der BewohnerInnen von Innsbruck oder dem Footprint aller MitarbeiterInnen der Top 4 des österreichischen Lebensmitteleinzelhandels (REWE, Spar, LIDL und Hofer). Insgesamt könnten wir die Emissionen von ca. 122.000 Personen vermeiden. Bei der Herstellung tierischer Lebensmittel sind bereits die Futtermittel CO<sub>2</sub>-rele-

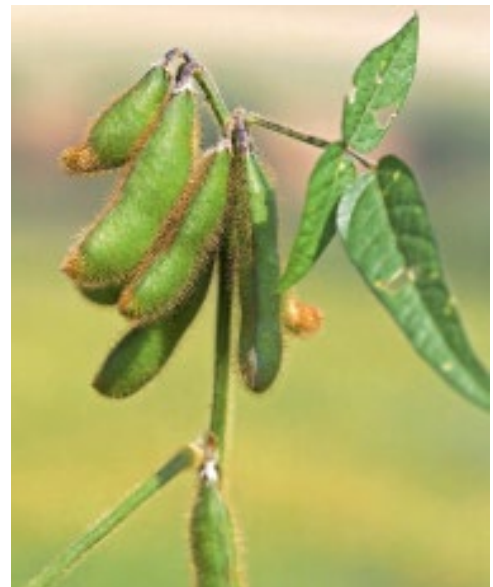
vant. Global betrachtet, verursacht vor allem die Änderung der Landnutzung, also die Schlägerung von Waldflächen oder die Umwandlung von Grünland in Ackerland, große Mengen Treibhausgase. Zwischen 2000 und 2016 sind im Amazonasgebiet und im Cerrado geschätzte 5,3 Millionen Hektar Naturflächen für den Soja-Anbau abgeholzt worden.

„Diese Zahlen bestätigen das enorme Potenzial im Schweinebereich“, sagt Susanne Fromwald von Donau Soja und plädiert an die österreichische Schweinebranche hier Verantwortung zu übernehmen, denn „dann können heimische KonsumentInnen leichter ihren persönlichen Beitrag zum Klimaschutz beim täglichen Einkauf leisten.“

Für die heimischen Schweinefleisch-Produzenten entstehen dadurch zwar Mehrkosten, aber die sind – so Schlederer – mir rund acht bis zehn Euro pro Schwein überschaubar. [www.donausoja.eu](http://www.donausoja.eu) ■

### Über Donau Soja

Donau Soja ist ein gemeinnütziger, unabhängiger Verein, der Zivilgesellschaft, Politik und relevante Wirtschaftsunternehmen aus allen Bereichen der Wertschöpfungskette vereint – von der gentechnikfreien Saatgutproduktion bis hin zu tierischen und pflanzlichen Lebensmitteln. Donau Soja und Europe Soya, die beiden Donau Soja-Standards, stehen für Transparenz und Gentechnikfreiheit, für qualitäts- und herkunftsgesichertes Soja aus dem Donaunraum und Europa. Hauptaufgabe der Organisation ist die Verbesserung der Bedingungen für einen nachhaltigen und unabhängigen Sojaanbau in Europa. Donau Soja wird von der Austrian Development Agency (ADA) unterstützt.



... präsentiert von

## Termine

### 21. 4., online

#### LMIV-Quickie

„Was gehört auf das Etikett und was ist neu seit 01. April 2020?“

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

### 22. 4., online

#### Zusatzstoffe in Lebensmitteln

Grundwissen zur europäischen Zusatzstoffverordnung und deren Anwendung sowie zur Kennzeichnung von Lebensmittelzusatzstoffen.

Fachliche Leitung:

Dr. Sigrid Amann,  
Dipl.-Ing. Bernhard Kuhn  
Alle Infos und Anmeldung unter [www.ages.at](http://www.ages.at)

### 6. 5., online

#### Behördliche Kontrollen & Hygiene

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

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

### 18. 5., online

#### Finanz- und Rechnungswesen-Quickie

Kurz & knackig kümmern wir uns um Ihre Finanzen.  
Alle Infos und Anmeldung unter [www.LMAkademie.at](http://www.LMAkademie.at)

### 7. & 14. 10., online

#### „Tierische Lebensmittel im Fokus: Fleisch und Fleischerzeugnisse – begehrt und umstritten“

AGES-Experten diskutieren mit dem Lebensmittelthema „Fleisch“ ein wohl höchst brisantes. Wie steht es um die Fleischqualität und darf man in Zukunft ruhigen Gewissens Fleisch essen?

Fachliche Leitung:

Dr. Christine Hassan-Hauser  
Alle Infos und Anmeldung unter [www.ages.at](http://www.ages.at)



Die Lebensmittelakademie über die Kunst, hinter der Theke richtig erfolgreich zu sein.

## „WIE BITTE?“ - NEUE HERAUSFORDERUNGEN IM VERKAUF

Auf das „Wie bitte?“ sind die meisten von uns beim Verkaufen oder Einkaufen bestimmt schon häufig gestoßen, da es vor allem aufgrund des Tragens der Maske leicht zu Verständnisproblemen kommen kann. Das Ein- und Verkaufen von Lebensmitteln hat sich in den letzten Monaten völlig verändert. Das gesamte Verkaufsgeschehen ist ein Neues geworden. Dinge des alltäglichen Lebens, die zuvor selbstverständlich waren, sind es plötzlich nicht mehr. Durch das Tragen der Maske wird der Kundenkontakt erschwert. Die Mimik aller Beteiligten ist auf einmal – so scheint es zumindest – „unsichtbar“. Für viele ist das Tragen der Maske auch zu einer Belastungsprobe geworden und es gilt, möglichst sensibel damit umzugehen. Auf was ist also besonders zu achten beim Verkauf mit der Maske? Was muss ich tun, damit ich so wahrgenommen werde, wie ich möchte?

#### Pandemische Verkaufsstrategien

Dieses neue Verkaufsgeschehen bringt auch mögliche Konflikte mit sich. Nicht nur für die Verkäuferinnen und Verkäufer, sondern auch für die Führungskräfte ist diese neue Situation eine Herausforderung. Es gilt, das Team auch in diesen Zeiten bestmöglich zu unterstützen und auf das allgemeine Wohlbefinden achtzugeben. Was ist zu tun, damit möglichst alle Bedürfnisse erfüllt werden? Was brauchen wir als Team, um gut durch schwierige Zeiten zu kommen?

Auch die Konsumentinnen und Konsumenten spielen eine entscheidende Schlüsselrolle. Es geht vor allem darum, sie abzuholen.

Gerade in Zeiten der Unsicherheit gilt es, durch das echte Handwerk, welches unsere Handwerksbetriebe liefern, Vertrauen aufzubauen. Die Konsumentinnen und Konsumenten sehnen sich nach Sicherheit, Qualität und den Gesichtern hinter den Produkten. Und genau hier liegt auch die Chance Ihrer wundervollen Betriebe! Mit unserem Kurs im April „Verkaufen in Zeiten der Pandemie“ wollen wir Ihnen auf all die Fragen Antworten geben und entstandene Probleme bestmöglich gemeinsam lösen. Aber nicht nur unser Kurs, sondern auch unsere Coachings und Inhouse-Schulungen für Ihren gesamten Betrieb können Ihnen in solchen Anliegen weiterhelfen.

Nähere Informationen darüber und zu all unseren anderen 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 Mail unter [LM-Akademie@wko.at](mailto:LM-Akademie@wko.at) ■

### Die nächsten LMAk-Termine

#### 14. 4. 2021 – online

##### Verkaufen in Zeiten der Pandemie

„Das Ein- und Verkaufen hat sich durch Corona massiv verändert ...“

#### 29. 4. 2021 – online

##### Etikettenelchtest: Ein Kennzeichnungs-Crashkurs

„Denn gut gemeint ist leider oft nicht genug im Sinne der Kennzeichnungsverordnung!“

#### 29. 4. 2021 – online

##### Hygiene- & HACCP-Bestimmungen – Vertiefendes Verständnis und praktische Anwendung

„Ohne geht's nicht: Das 1x1 der Risikobewertung und -beherrschung!“

# MAJA: SCHNELLER UND NOCH EFFIZIENTER ENTVLIESEN

Die Entsehn- und Entvliesmaschine EVMsplit 5006 der Maschinenfabrik Maja ist eine Kombi-Maschine, mit der entseht, entfettet und entvlied werden kann. Um das Entvliesen insbesondere größerer Teilstücke vom Rind und Kalb, aber auch vom Schwein und Lamm zu optimieren, verfügt sie über eine Transportwalze mit zwei unterschiedlichen Zahnmustern: Auf dem linken grobverzahnten Drittel können erst anhaftendes Fett und Sehnen entfernt werden. Über den rechten Bereich, der zwei Drittel der Transportwalzenoberfläche ausmacht, wird über die Feilverzahnung das Vlies entnommen.

## Verbesserte Produkthygiene

Da sich die vorbereitende manuelle Entfernung von Sehnen und Fett nun mit dem Entvliesvorgang kombinieren lässt, geht die Bearbeitung schneller vonstatten. Dies spart nicht nur Zeit und Personal, da die gesamte Bearbeitung von einer einzigen Person durchgeführt werden kann, sondern der optimierte Ablauf verbessert auch die Produkthygiene.

Außerdem ermöglicht der Einsatz dieser Maschine ein extrem wirtschaftliches und ausbeuteorientiertes Arbeiten. Es wird vermieden, dass durch wiederholte Entfettungs- und Entsehnungsversuche mit einer ausschließlich feinverzahnten Entvliesmaschine auch wertvolles Magerfleisch entnommen wird. Denn Fleischreste am Vlies bringen in der Weiterverarbeitung sehr viel weniger Geld als am Teilstück, wo jedes Gramm zählt.

## Es zahlt sich aus ...

Wie alle Entvliesmaschinen der EVM-Baureihe bietet auch die EVMsplit 5006 einen hohen Bedienkomfort dank ihres ergonomischen Maschinendesigns. Besonders praktisch ist die Tatsache, dass die Maschine keine seitlich angebrachten Einstellhebel hat. So kann sie beliebig und seitenunabhängig in Zerlegelinien integriert werden.

Auch das Handling des Messers ist auf die Bedürfnisse des Anwenders zugeschnitten. Zum Messerwechsel ist kein Servicepersonal erforderlich, denn es wird über einen Schnellspanverschluss fixiert. Der Messerhalter muss für Reinigungszwecke auch nicht ausgebaut werden, sondern bleibt in der Maschine und wird lediglich in Reinigungsstellung gebracht. Dies verhindert Verletzungen durch unsachgemäßes Handling. ■

Seit Maja 1977 die erste Entvliesmaschine als Serienprodukt auf den Markt brachte, hat sich viel verändert. Heute sind die Maschinen Hightech-Wunder, die ergonomisches und einfaches Arbeiten bieten.



Johann Laska u. Söhne A 4021 Linz,  
Holzstraße 4, T 0732/77 32 11  
W www.laska.co.at

## Kleiner Anzeiger

### Nachfolge gesucht

**Sehr gepflegte Fleischhauerei in Wien zu vermieten.** Gute Lage, direkt an Hauptstraße. Ausstattung: Verkaufsraum, Produktionsraum, Küche plus zweite Küche für Catering, Büro, WC, zwei Kühlhäuser, ein Tiefkühlhaus – alles vom Verkaufsraum begehbar. Lüftung übers Dach vorhanden. Neue Betriebsanlagengenehmigung plus Gas- und Strombefund neu. Ablöse. Finanzierung möglich, Laufzeit 8 Jahre zinsenlos, 20 % Anzahlung. Info: 0676/522 39 70.



## Mehr

## Kutter- und Cliptechnik




**TIPPER TIE**  
**ALPINA**



**PENIAS Lebensmitteltechnik GmbH**  
Gaismannslohen 15, A-5261 Uttendorf  
Tel/Fax: +43(0)7724/2864  
Email: office@penias.at

**Inserieren Sie im Kleinanzeiger und bewerben Sie z. B. Verkauf von Maschinen, Kfz, Verpachtung und Vermietung u. v. m. für wenig Geld.**

**Gerne stehe ich Ihnen für Rückfragen zur Verfügung.**

**Tanja Braune • T +43 676 634 27 07 • E office@dieschnatterei.com**

## HAKENZÄHLEN LEICHT GEMACHT

Mit dem praktischen Checkmaster der deutschen Höcker Gruppe behalten Betriebe aus der Fleischindustrie die volle Kontrolle und Sicherheit über ihre Fleischhaken.

Viele Schlachthofbetreiber kennen das Problem. Eine manuelle Leerhaken-Eingangskontrolle durch Wiegen der eingehenden Haken führt zu keinem zufriedenstellenden Ergebnis: Defekte Haken werden nicht erkannt und behindern den innerbetrieblichen Hakettransport. Haken mit Verschleiß oder Fettresten sowie normfremde Haken verfälschen die Zählung. Die Folge kann eine permanente Ersatzbeschaffung und damit ein zusätzlicher Kostenaufwand sein. „Unser Checkmaster bietet eine einfache und schnell zu installierende Lösung“, erklärt Benjamin Höcker, Geschäftsführer der Höcker Gruppe, die den Euro-Normhaken 1982 mitentwickelte und den Grundstein für die heute üblichen Abläufe legte. Der Checkmaster ist ein weiterer großer Schritt auf dem Weg der Vereinfachung von Prozessen in der Fleischindustrie. Weltweit aktive Fleischproduzenten vertrauen auf diese spezielle Höcker-Lösung zur Hakenzählung.

### Probleme durch ungenaue Zählung

Als Höcker vor fast vier Jahrzehnten den Euro-Normhaken einführte, begann der Siegeszug des genormten Fleischhakens. Die Vorteile liegen auf der Hand: Lieferanten bringen bei der Abholung der Ware die gleiche Anzahl an leeren Fleischhaken mit, durch die Normierung können sie einfach ausgetauscht werden. Während der Lieferung kann der Mitarbeiter, der die Haken entgegennimmt, jedoch aus Zeitgründen oftmals nicht die Entladung beaufsichtigen. Eine Kontrolle der Anzahl findet in der Regel durch das Wiegen in Palettenboxen statt. „Eine sehr ungenaue Methode, da sie auf Schätzwerten basiert und die Haken aufgrund von Verschleiß und Fettresten Gewichtsunterschiede aufweisen können“, erläutert Jens Burlage, Betriebsleiter beim Spezialisten für die Fleisch- und Lebensmittelindustrie sowie Pharmazie. Abhilfe schafft eine einfache Lösung aus dem Hause Höcker: das Hakenzählsystem Checkmaster, von dem immer mehr Schlachtbetriebe profitieren.

### Die volle Kontrolle

Wie mit dem Checkmaster alle Fleischhaken sorgfältig erfasst werden können und der Betreiber die volle Kontrolle behält, zeigen die Beispiele vieler Schlachthöfe in ganz Deutschland. Auch ein internationales Un-

ternehmen, das weltweit zu den größten seiner Art gehört, stattete einen seiner Betriebe mit der Hakenzählung aus. „Der Checkmaster prüft dort jetzt alle eingehenden Haken elektronisch und liefert das exakte Eingangs- und Ausgangsergebnis“, fasst Burlage zusammen. In der Regel wird das Checkmastersystem direkt an den Anlieferungsrampen als Teil der vorhandenen Rohrbahn verbaut. Da Höcker dafür bekannt ist, stets individuell auf Kundenwünsche einzugehen, wurde für den internationalen Betreiber eine Stand-Alone-Lösung samt aufgeständertem Hakettransport entwickelt, die eingezäunt am Rand des Geländes steht. Der Vorteil: Eine Manipulation während der Zählung ist ausgeschlossen. Bei Lieferung gibt der Fahrer oder ein Mitarbeiter des Betriebs die Fleischhaken auf den Förderer, der sie durch die Hakenzählung schleust. Hiernach werden sie in einem Behälter gesammelt. Das Ergebnis wird nach Bestätigung des beendeten Zählvorgangs als Datei mit allen Daten wie Hakenmenge, Kennzeichen des Fahrzeugs und Firmenname des Lieferanten an einen Computer ausgegeben. Eine mögli-

che Differenz zwischen angelieferten und abzuholenden Haken fällt somit direkt auf: Hakenzählen leicht gemacht.

### Transparenz und Sicherheit

Deutlich wird: Im Gegensatz zum vorherigen Verfahren, bei dem durch Wiegen die Anzahl geschätzt wurde, sind die Abläufe hier wesentlich transparenter – für den Schlachthof wie auch für den Lieferanten der Fleischhaken. Falsche Zahlenangaben bei der Anlieferung, die zum Nachkauf führen würden, gehören mit dem Checkmaster der Vergangenheit an. Zudem bietet der Checkmaster zwei weitere wichtige Vorteile. Höcker hat zusätzlich eine optionale Vorrichtung entwickelt, die aufgebogene und damit defekte Haken vor der Zählung erkennt und mittels einer Weiche aussortiert. Außerdem kann durch die Feststellung der vorhandenen Haken im Schlachthof eine passgenaue Ermittlung der möglichen Schlachtkapazitäten und Schlachtzeiten stattfinden. „Dadurch rentiert sich der Checkmaster für unsere Kunden sehr schnell!“, bekräftigt Geschäftsführer Höcker. [www.hoecker.de](http://www.hoecker.de) ■





Hubert Haas fertigt Brüh- und Enthaarungsmaschinen ganz nach den Vorstellungen und individuellen Bedürfnissen der Kunden.

## INDIVIDUELL BRÜHEN

Das Familienunternehmen Hubert Haas mit Sitz im deutschen Neuler ist Hersteller von automatischen Brüh- und Enthaarungsmaschinen sowie Betäubungsanlagen. Die Firma wurde 1996 von Hubert Haas gegründet und wird in zweiter Generation von seinem Sohn Dietmar Haas weitergeführt.

### Individuelle Maschinen.

Bei den Brüh- und Enthaarungsmaschinen stehen die Bedürfnisse des Kunden im Vordergrund. Je nach Wunsch werden diese komplett aus Edelstahl oder in feuerverzinkter Ausführung hergestellt. Jede Maschine wird individuell nach Bedarf gefertigt; so werden z. B. die elektrische Steuerung, der Auslauf oder Sonderausführungen wie z. B. Borstensammler oder Borstenschnecke, Pneumatischer Auswurf und Wandsteuerung nach Rücksprache mit dem Kunden festgelegt. Großes Interesse findet das System mit der automatischen Borstenschnecke. Die integrierte Borstenschnecke dreht sich während des Brüh- und Enthaarungsvorganges und somit werden die Borsten während des Arbeitsprozesses automatisch aus der Maschine befördert. Das Brühwasser ist da-

durch stets sauber und es kann eine optimale Enthaarungsqualität erzielt werden. Die Borsten werden in einem separaten Behälter außerhalb der Maschine aufgefangen und können einfach entsorgt werden.

**Aktuell.** Aufgrund der neuesten Fassung der Tierschutzschlachtverordnung wird vom Anwender gefordert, dass Betäubungszeit, Strom (A), Spannung (V), Frequenz (Hz) von betäubten Schweinen und Schafen vom Betäubungsgerät aufgezeichnet werden und anhand einer Software in Form einer Statistik mit Datum, Uhrzeit und Fehler ausgewertet werden können.

Speziell dafür wurde von Haas das Betäubungsgerät TBG 200 entwickelt. Dieses Gerät zeichnet sich durch eine hohe Fleischqualität und eine einfache Handhabung aus! ■

Dipl.-Ing. Peter Schön Ges.m.b.H  
**A** 1030 Wien **T** 01/718 53 55  
**W** www.schoen-gmbh.at



**Das Tierschutzbetäubungsgerät TBG 96/N von der Firma Hubert Haas wurde speziell für die Notötung von Sauen, Schweinen und Ferkeln entwickelt.**

# LASKA

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

## Durch Wirtschaftlichkeit zu mehr Ertrag!

MAJA Entschwartungsmaschinen.

Sie optimieren den Arbeitsprozess beim **Entvliesen und Entschwarten.**

- zum manuellen Entschwarten runder Teilstücke wie Schinken, Schulter und Eisbein
- sekundenschnelles Umrüsten ohne Werkzeug
- individuelle Klingeneinstellung
- umklappbare und abnehmbare Haube
- stabiles Gehäuse aus Edelstahl - leicht zu reinigen



LASKA,  
 der führende Anbieter  
 von Fleischereimaschinen  
 und Artikeln zur Fleischwaren-  
 und Würsterzeugung.

# FÜR PERFEKTE ERGEBNISSE

Höchste Hygienestandards und ein breites Skinner-Portfolio lassen Fleischbetriebe von den Weber Skinners profitieren.

Seit 1981 setzt Weber Maschinenbau mit Innovationskraft und Know-how immer neue Maßstäbe im Bereich der Lebensmittelverarbeitung – mit leistungsstarken und effizienten Lösungen, die sich durch präzise Ergebnisse bei hoher Produktausbeute und minimalem Give-away auszeichnen. Heute kennt man den Systemanbieter insbesondere für herausragende Linielösungen für die Aufschnittproduktion. Seinen Ursprung hat das Unternehmen jedoch in der Herstellung von Entschwartungs- und Entvliesmaschinen, sogenannten Skinners, welche immer noch fester Bestandteil des Produktportfolios sind.

## Breites Portfolio

Der Erfolg seit rund 40 Jahren liegt vor allem darin begründet, dass Weber Maschinenbau seit jeher mit Innovationen begeistert, die Kunden einen echten Mehrwert bieten. Zwar waren Entschwartungs- und Entvliesmaschinen im Jahr 1981 keine Produktneuheit, sondern im Markt etabliert. Jedoch war es Günther Weber, der den ersten Skinner aus Edelstahl herstellte und damit die Branche in Sachen Hygiene revolutionierte. Aufgrund des durchdachten und konsequent umgesetzten Hygienesdesigns sind alle Weber Skinner spielend leicht zu reinigen. Fleischverarbeitende Betriebe profitieren daher durch einfache und ergonomische Bedienbarkeit, kurze Reinigungszeiten sowie höchste Hygienestandards gleich mehrfach – was letztlich Produktivität und Wirtschaftlichkeit deutlich steigert.

Ob für Handwerk, Mittelstand oder Industrie – das breite Portfolio an Entschwartungs-, Entvlies- und Entfettungsmaschinen ist hinsichtlich Leistung und Funktionalität exakt auf den jeweiligen Anwendungsbereich zugeschnitten und bietet damit stets die passende Lösung für professionelle und sichere Zerlegeabläufe.

## Entschwarten ohne Rückstände

Mit einer Schnittbreite von 400 mm überzeugt die Band-Entschwartungsmaschine ASB 600 als flexible Kombinationsmaschine. Sie ermöglicht sowohl vollautomatisches als auch manuelles Entschwarten aller Teilstü-

cke wie Backe, Bauch- und Rückenspeck sowie Deckelfett von Schulter und Schinken. Die ASB 600 ist neben dem Zuführband serienmäßig mit zwei Bearbeitungsgeschwindigkeiten ausgestattet; optional kann außerdem ein Abführband die Arbeit erleichtern. Um den perfekten Einzug der Schwarte sicherzustellen, verfügt dieser Skinner über eine Zugwalzentechnik mit höhenverstellbaren Andruckwalzen. Höchste Produktausbeute und Wirtschaftlichkeit sind das Ergebnis. Der Entschwartungsprozess ist so präzise abgestimmt, dass sich die Schwarten fast ohne Rückstände abnehmen lassen.

Entschwartungsmaschinen wie die ASB 600 sind parallel zu Funktionalität auch auf maximale Ergonomie ausgelegt. Dieser Anspruch mündet beispielsweise in der integrierten Kistenaufgabe oder der Mobilität der Maschine durch Lenk- und Bockrollen. Damit lässt sich die ASB 600 auch dank ihrer kompakten Maße dorthin schieben, wo die zu verarbeitenden Fleischstücke gerade bearbeitet werden. Wer auf das manuelle Entschwarten verzichten kann, findet in den Industriebandmaschinen ASB 460, 560 und 770 die perfekte Lösung zum Entschwarten aller flachen Teilstücke – standardmäßig ausgestattet mit der Weber Anschchnittautomatik und einem halbautomatischen Reinigungsprogramm. Diese ASB Baureihe ist je nach Bedarf mit Messerbreiten von 460, 560 oder 770 Millimetern erhältlich und hat sich in der verarbeitenden Industrie als zuverlässige Maschine selbst bei höchster Beanspruchung etabliert.

## Präzise Entvliestechnik

Die äußere Veredelung von Edelteilstücken oder Verarbeitungsfleisch von Rind, Kalb und Schwein sowie Pute, Pferd, Wild und Strauß gelingt mit dem Weber Skinner AMS 533. Dank der produktspezifischen Feineinstellung der Klinge werden Sehnen und Vlies präzise und sicher vom wertvollen Muskelfleisch getrennt – weil jedes Gramm zählt. Ein weiteres Ausstattungshighlight ist der patentierte SmartLock Schnellspanverschluss für Messerhalter. Nie war das Handling des Messerhalters einfacher, schneller und sicherer. Anders als bei klassischen Messerhaltern lässt sich das innovative System

einfach über einen äußerst stabilen Bügel aus Edelstahl öffnen. Der Messerwechsel kann bequem ohne Werkzeug oder Servicepersonal durchgeführt werden – und zwar in Sekundenschnelle. Zum Klängenwechsel oder zur Reinigung ist dank Weber SmartLock kein Ausbau des Messerhalters mehr nötig: Dieser wird lediglich umgeklappt und so in die Reinigungs- und Pausenstellung gebracht. Durch die besonders leichte Handhabung werden unsachgemäße Bedienung und versehentliche Beschädigungen vermieden, woraus nicht nur minimierte Instandhaltungskosten resultieren, sondern auch höchste Sicherheit für Bediener und Reinigungspersonal.

Aufgrund der kompakten, ergonomischen Bauweise der AMS 533 ist nicht nur die Handhabung besonders leicht, Rüst- und Reinigungszeiten sind zudem auf ein Minimum reduziert. Damit wird das Beste vom Fleisch perfekt in Szene gesetzt und gleichzeitig die Produktivität fleischverarbeitender Betriebe maximiert.

## Kompakt und hocheffizient

Kompakt und hocheffizient sind Begriffe, welche die halbautomatische Bandentfettungsmaschine ASD 460 C am besten beschreiben. Die exakte Bestimmung der gewünschten Fettstärke ist über ein manuelles Panel möglich. Nach einem durch den Bediener eingestellten Programm, wird der Rückenspeck oder das Deckelfett beim Entfettungsvorgang über einen speziell geformten Messerhalter vom Produkt getrennt. Hierbei verfährt der Messerhalter entweder gerade oder über eine Konturfahrt nach einem vorher definierten Programm. Bis zu 700 Produkte schafft die ASD 460 C in der Stunde. Es können Produkte mit einer Höhe von bis zu 300 mm bearbeitet werden, was auch die Bearbeitung von Sauen- und Eber-Produkten erlaubt. Die Speckschichten werden präzise und gleichmäßig abgetragen, sodass auch hier nur geringe Nacharbeit notwendig ist. Auch diese Maschine zeichnet sich durch Bedienungs- und Wartungsfreundlichkeit sowie ein Hygienesdesign aus. ■

Franz Gramiller & Sohn GmbH  
 A 5021 Salzburg, Haunspergstr. 32  
 T 0662/875 13 20 W [www.gramiller.at](http://www.gramiller.at)



# HOFSCHLACHTUNG: MÖGLICHKEITEN & RECHT

Die Hofschlachtung stellt mittlerweile eine Ausnahme dar. Die Gründe sind vielfältig und die rechtliche Situation eng.

Die Hofschlachtung war vor Jahrzehnten eine übliche Praxis. Jetzt erlebt diese Form der Produktion wieder ein Revival und vor allem Direktvermarkter investieren in eigene Räumlichkeiten. Der Grund liegt auf der Hand: Tiertransporte sollen vermieden werden und die Möglichkeiten der Lohnschlachtung werden weniger. Ein Teufelskreislauf, den es zu durchbrechen gilt und so entstehen wieder kleine Hofschlachtstätten für die verschiedenen Tiergattungen.

## Größenordnung & Behörden

Bei der Schlachtung unterscheidet man zwischen Einzelbetrieb und Gemeinschaftsanlage. Das Maximum ist so bei 30 GVE (Gemeinschaftsanlage) und 20 GVE beim Einzelbetrieb festgelegt. Die Jahresmenge darf so auch nicht 1.500 GVE und 1.000 GVE beim Einzelbetrieb überschreiten. In der Verarbeitung sind mit fünf Tonnen pro Woche bzw. 250 Tonnen im Jahr die Grenzen gesetzt worden. Die Schlachtung der Tiere wie Schweine, Rinder, Schafe, Ziegen, Pfer-

de und Farmwild benötigt immer eine Zulassung im Sinne des Hygienerechts.

Ausnahme Geflügel: Unter den Bedingungen der Direktvermarktung eigener Tiere und keiner Großhandelsvermarktung können maximal 10.000 Stück pro Jahr im Rahmen einer Registrierungspflicht geschlachtet werden!

## Planen, ansehen und verändern

Jedes Projekt zur Schlachtung und Verarbeitung am Hof braucht neben der Baubehörde auch die/den zuständige/-n Amtstierarzt/-ärztin. Es ist in der Praxis überaus wichtig, hier bereits früh das Gespräch zu suchen und auf den Erfahrungsschatz zurückzugreifen und gemeinsam Lösungen zu suchen.

Es ist deshalb überaus wichtig mit einem Plan zu beginnen. Zudem ist es sinnvoll, andere Betriebe zu besuchen und andere Lösungen anzuschauen. Meist baut man in Bestandsgebäuden und so sind die Anordnung und Größe der Räume oft nicht den Wünschen entsprechend und andere

Lösungen müssen dienen.

Praxistipp: Wartebereich für die Tiere unbedingt vorsehen und entsprechend gestalten!

## Hof- oder Weidetötung und die mobile Schlachtung

Mittlerweile sind mehrere Initiativen und Projekte rund um die Hof- oder Weidetötung bei Großtieren und der mobilen Schlachtung z. B. bei Geflügel entstanden. Diese Anlagen sind meist als Gemeinschaft geführt und ermöglichen Kleinbetrieben eine Schlachtmöglichkeit vor Ort. Diese Maßnahmen sind fachlich bereits sehr weit entwickelt, jedoch steckt die Gesetzeslage dazu noch in den Kinderschuhen. Eine Zusammenarbeit verschiedener politischer Parteien wurde geschlossen und erste Anträge wurden eingebracht. **Matthias Mayr** ■

*Literaturhinweis: ÖKL-Merkblatt, Nr. 53, Direktvermarktung – Schlacht- und Verarbeitungsräume für die Vermarktung von Fleisch und Fleischwaren*

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

**Schon**

IHR ERFOLG – UNSERE KOMPETENZ

DIPL.-ING. PETER SCHÖN GES.M.B.H.  
FLEISCHEREIMASCHINEN UND GERÄTE

SCHLACHTHAUSGASSE 22, A-1030 WIEN  
FON (01) 718 53 55, 712 26 53, FAX (01) 712 26 53  
E: office@schoen-gmbh.at  
www.schoen-gmbh.at



Das junge AgroStartUp [www.mobile-schlachtung.at](http://www.mobile-schlachtung.at) hat mit der Anerkennung des Tierschutz-Kennzeichens einen weiteren Schritt in der Professionalisierung getan.

## MOBILE SCHLACHTUNG VON GEFLÜGEL: VERLEIHUNG TIERSCHUTZ-KENNZEICHEN!

Gute Nachrichten für die Mobile Schlachtung: Die Fachstelle für tiergerechte Tierhaltung und Tierschutz hat im Rahmen des Gutachtens nicht nur den kompletten Satz an Managementunterlagen durchgearbeitet, sondern auch die Schlachtung vor Ort und in der Praxis begutachtet. Die knapp sechs Monate der Begutachtung und Austausch zwischen dem AgroStartUp und den wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen hat jetzt ein positives Ende gefunden. „Ein Meilenstein für unsere professionelle und fachliche Arbeit mit unseren Schlachtmobilen“, freut sich Geschäftsführer Matthias

Mayr über diese Anerkennung der Fachwelt.

### Schwerpunkt Wartebereich und Betäubung

Die mobile Schlachtung von Geflügel am Hof scheint eine sehr stressarme Produktion zu sein. „Einzig eine Hofschlachtung ist zu wenig ... es braucht auch den Wartebereich, die Betäubung und vor allem das richtige Management und Ausbildung“, weiß Mastermind Matthias Mayr, der, neben seiner Tätigkeit im Unternehmen, auch selbst passionierter Direktvermarkter von Geflügel ist. Deshalb wurde von Beginn an

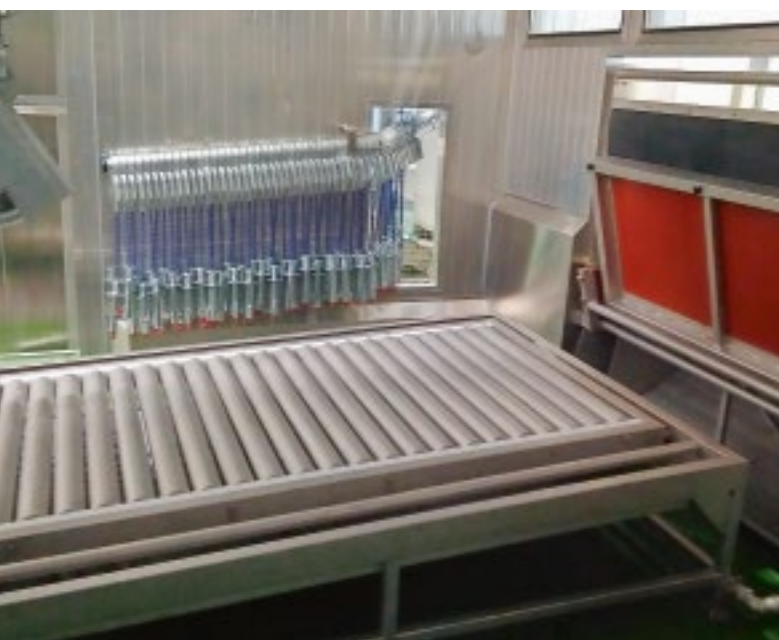
auf die abgestimmten Zeiten von Fangen und Wartebereich beziehungsweise der Einsatz einer elektrischen Betäubung gesetzt.

### EU-Projekte & Forschung

Mittlerweile ist das junge Start-up an drei verschiedenen EU-Projekten selbst oder mit Kunden beteiligt. Neben Machbarkeitsstudien, der Möglichkeit einer EU-Zulassung werden auch die Stresslevel bei der Schlachtung gemessen und fachlich begleitet. So werden weitere Erkenntnisse und Wissen gesammelt, um eine noch schonendere Schlachtung zu gewährleisten. ■

## KLUGE KOMBINATION: HIGHTECH-BETÄUBUNG IM SCHLACHTHOF

Die Welser Alce Anlagentechnik und Fuhrmann Elektrotechnik gibt's im Schlachthof gemeinsam.



Jahrelange Erfahrungen im Bereich der Tierbetäubung in Kombination mit einer ausgereiften Mikroprozessorsteuerung bieten ihnen optimierte Qualitätsergebnisse und minimieren Schlachtkörperschäden. Das Schweinebetäubungsgerät FBT2010 von Fuhrmann Elektrotechnik GmbH ist mit der neuesten Technik ausgestattet, TÜV-geprüft und zertifiziert. Das Gerät bietet einige Vorteile: Die höhere Spannung ermöglicht einen Stromanstieg auf 1,3 A bereits in der ersten halben Sekunde, es gibt eine sogenannte Selbsttest-Funktion, ein zusätzliches Konstantstromgerät und es sind höhere Stromstärken möglich. Selbstverständlich ist das Gerät mit verschiedenen Fixiereinrichtungen kombinierbar.

Ganz neu ist die Kombination mit der Schweinekippvorrichtung, welche von Alce Anlagentechnik GesmbH speziell entwickelt wurde und für kleine und mittlere Schlachtleistungen ideal ist. Die Schweine werden am Ende des Treibgangs bereits auf der Kippvorrichtung elektrisch betäubt. Dabei wird die Kopf-Herz-Betäubung praktiziert, um eine optimale Fleischqualität und ein optimales Betäubungsergebnis zu erzielen. Anschließend wird das Schwein auf das Entblutrollenband gekippt, wo die liegende Entblutung erfolgt. ■



## HÜTTHALER BAUT NEUE ZERLEGUNG

Der oberösterreichische Familienbetrieb Hütthaler baut in Redlham eine neue Zerlegung, die der verstärkten Nachfrage nach Tierwohl-Produkten gerecht werden soll. Das voraussichtliche Investitionsvolumen sind rund 12 Millionen Euro und 2022 soll der neue Betrieb bereits fertig gestellt sein.

ge Herausforderungen gestellt, trotzdem konnten wir das Jahr positiv abschließen. Die Themen Regionalität und Tierwohl wurden speziell in Zeiten von Corona nochmals hervorgehoben und werden auch künftig eine große Rolle spielen. Wir werden uns dadurch auch 2021 intensiv mit unserem Tierwohl-Programm Hütthalers Hofkultur beschäftigen.“

### Neue Pläne für mehr Tierwohl

So wurden trotz – oder gerade wegen – der Pandemie die Anzahl der Tierwohl-Landwirte um knapp 20 Prozent aufgestockt. Mittlerweile arbeiten 37 Landwirte nach den Grundsätzen der Hofkultur – Tendenz steigend. Hütthaler ist überzeugt, dass „die Nachfrage nach solchen Produkten auch in Zukunft mehr an Bedeutung gewinnt“ und dadurch ganz klar regionale Qualitätsprogramme, wie die Hofkultur, fokussieren.

Vor mittlerweile zwei Jahren wurde der Gläserne Schlachthof eröffnet, nun fehlen Kapazitäten in der Zerlegung. Hütthaler erzählt: „Nach der Investition in unseren Schlachthof nach Tierwohl-Grundsätzen, fehlen uns in der aktuellen Zerlegung die

Kapazitäten, um diesen voll auszulasten. Eine positive Erweiterung unserer Tierwohl-Produkte hinsichtlich Gastronomie ist außerdem geplant. Zudem schlachten wir derzeit vorwiegend für die eigene Produktion, um unsere Rohstoff-Qualität selbst zu bestimmen und wollen dies noch ausweiten.“

Dementsprechend liegen bereits neue Ausbaupläne auf dem Tisch der Hütthalers. Um rund 12 Millionen Euro soll in Redlham eine neue Zerlegung entstehen. Der Spatenstich erfolgte bereits Ende März 2021 – bis 2022 soll alles fertig sein. Hütthaler: „Unsere Zerlegekapazität wird verdoppelt und mit dem Schlachthof abgestimmt. Dadurch wird in weiterer Folge auch die Schlachthofkapazität erhöht!“

Und auf die Frage, wie denn die neue Zerlegung aussehen wird, merkt man bereits jetzt die Freude und den Stolz des Geschäftsführers: „Hygienisch, modern, rational, innovativ und wie von unseren Investitionen gewohnt, der Zeit voraus!“ ■

Die Nachfrage nach Tierwohl-Linie steigt immer mehr. Dazu kommt der Trend zur Regionalität, der wohl durch die Corona-Krise nochmals einen Aufwind erfahren hat. Das spielt natürlich jenen Unternehmen in die Karten, die schon früh darauf gesetzt haben. So wie etwa dem Familienbetrieb Hütthaler. Seit Jahren fehlen die Oberösterreicher an ihrem Tierwohl-Konzept und sind damit einer der Pioniere in Österreich. Geschäftsführer Dr. Florian Hütthaler: „Das vergangene Jahr hat uns durch die Covid-19-Pandemie vor eini-



### Räuchern-Garen-Reifen ist unsere Passion

Auf unserer Homepage finden Sie ständig eine große Auswahl an überh. Anlagen aller Fabrikate für Handwerk u. Industrie.

#### Aktuelles Angebot:



MAURER ASR 3617 RONDAIR  
TITAN II, gepflegter Zustand  
3 Stück vorhanden

### REICH FoodSystems GmbH

D-73660 Urbach T +49 7181 990953

[info@reich-foodsystems.com](mailto:info@reich-foodsystems.com)

[www.reich-foodsystems.com](http://www.reich-foodsystems.com)



Ressourcenschonender, aufmerksamkeitsstärker und anwenderfreundlicher: Schweizer Fleischproduzent Bigler setzt auf die völlig neue faserbasierte MAP-Verpackung FlatMap für aufgeschnittene Fleisch- und Wurstwaren!

# GUT GERÜSTET IN DIE ZUKUNFT

In die Handelsregale kommt Bewegung: Die Ankündigung der neuen EU-Kunststoffstrategie, die bis zum Jahr 2030 nur noch recyclingfähige Verpackungen erlaubt, lässt Hersteller nach Lösungen suchen. Um Produktschutz und Hygiene zu gewährleisten, sind Kunststoffe, oft ausgestattet mit notwendigen Barriereigenschaften, u. a. zur Verpackung vieler Lebensmittel unerlässlich. Produzenten arbeiten an Lösungen, um mehr Ressourcenschonung zu erreichen, ohne an Produktschutz einzubüßen. In einem Projekt über europäische Ländergrenzen hinweg ist nun ein Durchbruch gelungen: Die Schweizer Bigler AG Fleischwaren und die deutschen Unternehmen, der Maschinenbauer Sealpac GmbH, die belgische Firma Van Genechten Packaging mit deutschem Standort und der Folienhersteller Buergofol GmbH, haben FlatMap zur Marktreife gebracht. Diese neue MAP-Verpackung für aufgeschnittene Produkte, die zu einem hohen Anteil aus Faserstoffen besteht, ist komplett recyclingfähig – und setzt Maßstäbe am POS.

## „Ä Portion Tradition“

In dem Familienunternehmen Bigler rund um Gérard Bigler (*Bild*) fanden das Maschinenbauunternehmen und die beiden Verpackungsanbieter den geeigneten Partner für ihre innovative Idee. Der Fleischproduzent mit mehr als 700 Mitarbeitern, Stammsitz in Büren an der Aare und sechs Werken an drei Standorten, steht seit 75 Jahren für engagiertes Metzgerhandwerk. Unter dem Motto „Ä Portion Tradition“ beliefert der Fleischproduzent den Detailhandel und Metzgereien in der Schweiz mit Eigenmarken und der Marke Bigler. Die Aufgeschlossenheit für Innovationen bewies das Unternehmen u. a. im Jahr 2017, als es als Vorreiter mit einer FlatSkin-Verpackung erstmals geskinnte Produkte auf einem Kartonträger auf den Markt brachte. Damit gab Bigler dem Schweizer Markt die nötigen Impulse und be-

reitete den Weg für Skinlösungen, die seither vielfacher Marktstandard sind.

## Innovation im Kühlregal

Nun sorgt der Geschäftsbereich Charcuterie mit einer weiteren Innovation für Aufsehen am Kühlregal: FlatMap ist eine wiederverschließbare, zu einem großen Teil faserbasierte, recyclingfähige Verpackung für aufgeschnittene Fleischprodukte. Am POS sorgt FlatMap für höchst attraktive Warenpräsentation: Die vollkommen flache Verpackung besteht aus einem attraktiv gestalteten FSC-Produktträger, laminiert mit einer hauchdünnen Kunststoffschicht, auf dem die Aufschnittware ohne Entnahme einladend serviert werden kann. Der Träger ist mit einer hochtransparenten Oberfolie versiegelt, die den Blick auf das Produkt freigibt. Vor Verzehr lässt sich die Oberfolie vollständig von der Verpackung abziehen. Später wird die Folie wieder glatt über das Produkt gestrichen und verschließt die Verpackung zur weiteren Aufbewahrung zuverlässig. Die eng anliegende Folie lässt weniger Sauerstoff in die Verpackung als eine herkömmliche, wiederverschließbare Tiefziehverpackung. Dadurch verfärbt sich das Produkt weniger und der Inhalt bleibt während der gesamten Restlagerdauer frisch und appetitlich. Das Besondere dieser MAP-Verpackung, neben der einzigartigen Wiederverschlussqualität: Nach der Entleerung lassen sich Kunststoff und Karton sauber voneinander trennen und in den entsprechenden Wertstoffsammlungen entsorgen.

## Engagiertes Gemeinschaftsprojekt

Die Idee zu FlatMap stammte von der Sealpac GmbH. Unter dem Unternehmensmotto „Forming Innovations“ entwickelt und produziert das familiengeführte mittelständische Maschinenbauunternehmen nicht nur

Hightech-Traysealer und -Thermoformer, sondern ist an der Kreation vieler zeitgemäßer Verpackungsinnovationen beteiligt, jeweils perfekt abgestimmt auf die Sealpac Anlagentechnik. In seiner Entwicklungsarbeit orientiert sich der Maschinenbauer vorausschauend am Bedarf seiner Kunden. Im Zuge der neuen EU-Verpackungsverordnung, die bis 2030 eine komplette Recyclingfähigkeit von Verpackungen innerhalb der EU fordert, kam die von Sealpac mitentwickelte FlatSkin-Lösung für Skinprodukte auf den Markt. Aus Projektgesprächen und im Austausch mit Kunden wurde klar, dass auch für unter MAP-verpackte Produkte nach derartigen Lösungen gesucht wurde. Zusammen mit dem Partner Van Genechten Packaging entstand die Grundidee zu FlatMap. Buergofol stieß als passender Folienpartner dazu.

Bigler, langjähriger Kunde von Sealpac und leidenschaftlicher Betreiber des Metzgerhandwerks in vierter Generation, führt sein Geschäft unter den Kernwerten „familiär, engagiert und kompetent“. Diese beweist Bigler auch in Verpackungsfragen rund um Nachhaltigkeit und zeigt sich aufgeschlossen für Innovationen. So erreichte der FlatMap-Gedanke die Schweizer genau zum richtigen Zeitpunkt. Das gemeinsame Ziel lautete: Faktoren wie Produktschutz und Barriere- und Recyclingeigenschaften, Verpackungsgewicht und den gewünschten Wiederverschluss in einer der nachhaltigsten Verpackungen am Markt zu vereinen. Gemeinsam stürzten sich die Partner in die finale Entwicklungsarbeit und brachten das Konzept zur Marktreife.

## Besondere Herausforderungen

Mit dem Produktträger aus FSC-Karton bringt FlatMap eine echte Novität ins Kühlregal der unter MAP-verpackten Aufschnittware. Die große Herausforderung besteht darin, das Board aus Faserstoffen für die ge-

kühlten Produkte in Form zu halten, denn das Material reagiert besonders empfindlich auf Feuchtigkeit. Kartonspezialist Van Genechten Packaging konnte hier seine umfassende Expertise einbringen, die unter anderem aus dem vorangegangenen FlatSkin-Projekt stammt. Das für FlatMap gewählte Material zeichnet sich durch Stabilität und Beständigkeit während der gesamten Prozesskette aus. Um mikrobielle Risiken auszuschließen, wurde nur unbedenkliches, frischfaserbasiertes Material eingesetzt. Der Karton wird im qualitativ hochwertigen Offsetdruck mit Low-Migration-Farben und -Lacken bedruckt. Das lässt Anwendern wie Bigler großen gestalterischen Spielraum für eine attraktive Präsentation, um das zu verpackende Produkt ansprechend zur Geltung zu bringen. Da für den Verpackungsprozess und die Präsentation im Handel ein absolut planes Board erforderlich ist, entwickelte Van Genechten Packaging für seine Partner Guidelines zum optimalen Umgang mit dem Kartonsträger.

## Die Folie auf Minimum reduziert

Nach der Bedruckung wird das Kartonboard mit einer dünnen Barrierefolie überzogen. Folien-Partner Buergefol stand hier vor der Aufgabe, einen Liner zu entwickeln, der einerseits gut am Karton haftet, sich aber später zu Recyclingzwecken auch leicht davon trennen lässt. Gewählt wurde ein Polyolefin-basiertes und recycelbares Material. Für den Fleischproduzenten Bigler war eine zuverlässige Reclose-Funktion der Verpackung ein Muss. Die Entwicklungsarbeit des Folienprofis Buergefol brachte eine Oberfolie hervor, die sich durch ein verbraucherfreundliches Öffnungsverhalten auszeichnet und gleichzeitig eine perfekte Wiederverschlusskraft aufweist. Außerdem musste sichergestellt werden, dass sich der Liner des Kartonboards beim Öffnen der Verpackung nicht mit der Oberfolie vom Trägermaterial löst, sondern erst, wenn er mit der Recycling-Lasche abgezogen wird. Für diese vielseitigen Folieneigenschaften waren ebenfalls eine Reihe von Verpackungstests nötig. Schließlich wurde für einen nachhaltigen Materialeinsatz die Stärke der beiden Folien auf ein Minimum reduziert. Seitens des Kartonlieferanten Van Genechten Packaging bestand der Knackpunkt der Aufgabenstellung darin, eine Balance zu finden zwischen guter Haftung der Folie und gleichzeitig guter späterer Recyclingeigenschaften des Kartons. Da die Reclose-Folie punktuell höhere Abzugskräfte erzeugt, waren hierzu einige Versuche in Labor und Praxis sowie die Anpassung der Stanntechnik notwendig. In umfangreichen

Versuchen gelangten die Partner zu einer optimalen Lösung, welche die konkurrierenden Ziele erfüllt und darüber hinaus einen Wiederverschluss der Oberfolie ermöglicht, welcher diesen Namen verdient.

## Prozesssichere Herstellung

Versiegelt werden die FlatMap-Verpackungen für die feine Aufschnittware von Bigler auf einem Sealpac Traysealer A7 in doppelbahniger Verpackungsauslegung. Insgesamt lässt sich die Verpackung prozesssicher auf sämtlichen Sealpac Anlagen der Reihe A6 bis A10 herstellen, sofern die Anlage für die Verarbeitung von FlatMap-Boards vorbereitet ist. Das bedeutet, sie muss über das einzigartige, von Sealpac für die Beförderung der extrem flachen Träger entwickelte Transportsystem verfügen und auf einen veränderten Be- gasungs- und Versiegelungsablauf ausgerichtet sein. Dank des Einsatzes von hochwertigen Servomotoren und Antriebsabstimmung arbeiten die Anlagen, wie auch die von Bigler eingesetzte Sealpac A7, energieeffizient und leisten damit einen weiteren Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit im Herstellungsprozess.

## Recyclingfähige Verpackungen

Bei der Entwicklung von FlatMap war nicht nur eine höchst funktionelle und attraktive Verpackung das Ziel, am Ende sollte vor allem eine nachhaltige Lösung stehen. Nach Design-for-Recycling-Aspekten entwickelt, überzeugt das Ergebnis dieses Gemeinschaftsprojekts: Bei dieser neuartigen faserbasierten Verpackung konnte der Kunststoffanteil im Vergleich zu herkömmlichen MAP-Verpackungen um ca. 70 % reduziert werden. Der Liner für den Kartonsträger ist ein zertifiziertes Produkt auf Polyolefin-Basis und damit gut recycelbar. Er lässt sich nach Gebrauch leicht vom Kartonboard trennen. Alle Verpackungskomponenten werden dann separat in den entsprechenden Wertstoffsammlungen entsorgt. Die Verpackungsfolien lassen sich zur Wiederverwertung mit Nah-Infrarot-Technik im Recyclingprozess zuverlässig herausfiltern.

Mit diesen Eigenschaften erfüllt FlatMap schon heute die EU-Vorgaben bezüglich der Recyclingfähigkeit von Verpackungen für 2030. Im Hause Bigler ist man davon überzeugt, dass die verbesserten ökologischen Eigenschaften für Verbraucher, vor allem jüngere, umweltbewusste Zielgruppen, ein echtes Kaufargument ist. Dies hat sich der Fleischproduzent in einer professionellen Studie bestätigen lassen: FlatMap wurde in einer unabhängigen Analyse mit den besten am Schweizer Markt verfügbaren Mitbewerber-Produkten

verglichen. Die Studie belegt, dass die neue Verpackung im Hinblick auf den CO<sub>2</sub>-Footprint signifikant besser abschneidet als die Referenzprodukte –, obwohl die Untersuchung noch nicht einmal die Aspekte Recyclingfähigkeit und Foodwaste mit einbezieht. Denn der energieintensivste Part überhaupt ist die Produktherstellung selbst. Daher beginnt Nachhaltigkeit aus Sicht der Beteiligten mit umfassendem Produktschutz, der einen wichtigen Beitrag zu weniger Foodwaste leistet. Diesen erfüllt FlatMap durch die guten Wiederverschlusseigenschaften, die den Verpackungsinhalt bis zur letzten Scheibe frisch hält.

## Eyecatcher im Kühlregal

Für einen starken Auftritt am POS, welcher die Aufmerksamkeit der Verbraucher auf das Produkt und die vorteilhaften ressourcenschonenderen Merkmale der Verpackung lenkt, sorgt FlatMap durch Eigenschaften, die das Branding unterstützen: Im Gegensatz zu herkömmlichen Tiefziehverpackungen bietet FlatMap Markeninhabern wie Bigler viel Raum für Kommunikation und Markenbildung, denn das Kartonboard lässt sich beidseitig attraktiv bedrucken und für Informationen nutzen. Stehend, hängend oder auch liegend präsentiert, ist es durch seinen neuartigen Look und die komplette Sichtbarkeit des Produkts ein echter Eyecatcher. Da die Verpackung extrem flach ist, lässt sie sich in höheren Stückzahlen im Kühlregal unterbringen – und sorgt damit für effiziente Produktbeschickung am POS. Der Verbraucher hingegen profitiert von mehr Funktionalität und einem vereinfachten Handling: Die vom Kartonsträger vor dem Verzehr komplett abgezogene Oberfolie lässt sich später für einen sicheren Wiederverschluss ganz leicht wieder auf die vollkommen flache Verpackung streichen, sodass das Umpacken des nicht verbrauchten Inhalts entfällt und das nicht verzehrte Produkt sicher und bequem in der Verpackung kann aufbewahrt werden. ■





## BERGER SCHINKEN SETZT AUF NEUE VERPACKUNGEN

Recyclingfähiges Material für die 100-Gramm-Schinken-Packungen: Mit den neuen, leichteren Verpackungen will der niederösterreichische Schinken- und Fleischproduzent 24 Tonnen Kunststoff pro Jahr einsparen.

Berger Schinken, der traditionsreiche Schinken- und Fleischspezialist, geht in Sachen Nachhaltigkeit den „nächsten wichtigen Schritt“: Ergänzend zu dem Regionalitätsprogramm und der gestarteten Tierwohl-Offensive widmet sich das niederösterreichische Familienunternehmen nun dem Thema Verpackung. Gerade durch die Corona-Krise boomen die verpackten Schinkenprodukte im Lebensmittelhandel. Nun bekommen die beliebten 100-Gramm-Schinken-Packungen ein neues „Outfit“, das nicht nur attraktiv, sondern auch besonders umweltschonend ist, denn es besteht aus wiederverwertbarer Folie, die dem Recycling-Kreislauf zugeführt werden kann. Darüber hinaus ist die Folie leichter – alleine dadurch werden Jahr für Jahr 24 Tonnen Kunststoff eingespart.

„Der Trend geht zu vorverpackten Produkten –, auch weil diese länger haltbar sind. Dem können wir nur mit größter Anstrengung, die Verpackung umweltgerechter zu machen, begegnen“, so Verkaufschefin Mag. Gaby Kritsch. Die Verpackungen von Berger Schinken zählten schon bisher zu den „kleinsten ihrer Art“, da dank der einzigartigen Legefalttechnik die Außenhülle viel kleiner als die der Mitbewerber ist.

### „Da schmeckt mehr dahinter“

Die Verpackungsinnovation wird von einer Werbeoffensive begleitet: Das Herzstück der Kampagne ist der neue Slogan „Da schmeckt mehr dahinter“, den Rudolf Berger, der das Unternehmen in vierter Generation führt, auch als Teil des Selbstver-

ständnisses und als Arbeitsprogramm verstanden wissen will. „Wir befinden uns in einem stetigen Veränderungsprozess – ich sehe es als meine Aufgabe als Unternehmer, aber auch als Familienvater, der nächsten Generation nicht nur einen florierenden, sondern einen zukunftsorientierten Betrieb zu übergeben.“ Dafür müssen die Weichen jetzt gestellt werden – in Richtung Ökologisierung, Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung.

### Macht liegt (auch) beim Kunden

Dazu gehört auch mehr Transparenz: Die Landwirtschaft war viele Jahre lang eine Art Blackbox. Berger Schinken will nun für mehr Wissen und damit auch Verständnis sorgen. Nur wenn Endkonsumenten die Unterschiede in der Tierhaltung und der Fütterung bewusst wahrnehmen, werden sie bereit sein, den Aufpreis für Regionalität und Tierwohl zu zahlen, sind die Schinkenmacher überzeugt. Berger Schinken will den Konsumenten bewusst machen, welche Macht sie durch ihre täglichen Kaufentscheidungen haben. Denn letztlich hätten sie es in der Hand, ob die Zukunft eine ökologischere wird. Dabei ist sich der traditionsreiche Schinkenmacher bewusst, dass auch das eigene Unternehmen „erst am Anfang der Reise ist, aber der erste Schritt ist getan“.

### Mehr als die Summe seiner Teile

„Wir dürfen nie aufhören, besser zu werden“, so das Credo des Vorzeige-Betriebs. Die Kernwerte Tradition gepaart mit Inno-

vation, Umweltschutz, Handarbeit und der Einsatz von heimischen Rohstoffen sind gesetzt – nun macht sich Berger Schinken auf, das Unternehmen noch nachhaltiger zu gestalten.

„Den größten Hebel haben wir naturgemäß bei den Rohstoffen, die wir bereits seit mehr als einem Jahrzehnt für unser Regional-Programm Regional-Optimal ausschließlich von Landwirten aus der unmittelbaren Umgebung beziehen. Das schafft Wertschöpfung und gibt den Konsumenten die Sicherheit, gentechnikfreie Produkte zu konsumieren und regionale Landwirte zu unterstützen.“

Mit den bereits im Vorjahr lancierten ersten Tierwohl-Produkten setzt Berger „oben auf“, denn die Schweine können ihre natürlichen Instinkte – von der Bewegung bis hin zu Sozialkontakten – ausleben und werden ausschließlich mit garantiert gentechnikfreiem Futter aus dem Donauraum gemästet.

### „Tue Gutes und sprich darüber“

Parallel zu der neuen Verpackung und rechtzeitig vor Ostern – was ja DIE Schinkenzeit schlechthin ist – startet Berger Schinken eine breit angelegte Kommunikationsoffensive. Die Schinken-Spezialitäten werden dabei in Hörfunk-Spots im Hitradio Ö3, in Image-Inseraten in Fach- und Publikumsmedien sowie in Banner-Werbung, auf Social Media und Kochportalen inszeniert. Die neuen, noch umweltfreundlicheren SB-Packungen sind ab Ende März im Handel erhältlich. <http://berger-schinken.at> ■

# MULTIVAC SUMMIT 2021



Im April startet die Veranstaltungsreihe Multivac Summit 2021 rund um das Verarbeiten und Verpacken von Lebensmitteln. Die beiden Themenkomplexe: „Linien- und Automatisierungskompetenz im Bereich Proteine“ und „Verpackungslösungen für Fresh Produce und Convenience“

Die Fachvorträge, Expertengespräche und Live-Demonstrationen finden zunächst als virtuelle Livesessions, statt. Beide Themenblöcke sind miteinander kombinierbar. Interessierte Kunden und Vertreter der Lebensmittelindustrie können sich ab 12. April zunächst virtuell, ab 26. April auch in coronage-rechten Präsenzveranstaltungen umfassend über aktuelle Entwicklungen und Zukunftstrends informieren. Ab Mai sind die Inhalte auch auf der Plattform Multivac City abrufbar.

## Die Linien- und Automatisierungskompetenz: Proteine

Bei dieser Veranstaltung steht vor allem das effiziente Verarbeiten und Verpacken von Proteinen im Vordergrund. Seine Automatisierungskompetenz demonstriert Multivac unter anderem am Beispiel einer Slicerlinie für das vollautomatische Schneiden und Verpacken von Aufschnittkäse, die im Live-Betrieb gezeigt wird. Ein effizienter Baustein der Linie ist der Hochleistungs-Slicer S 1600, der vor allem durch seine innovative Schneidtechnologie und seine hohe Präzision Maßstäbe im Markt setzt.

Für das automatische Beladen von Würst-

chen wird der Multivac Centrifuge Feeder präsentiert. Er sorgt für die optimale Ausrichtung von geraden oder auch leicht gekrümmten Würstchen, sodass diese einfach von einem Roboter aufgenommen und in die Packungskavitäten können abgelegt werden.

## Innovative Lösungen für Fresh Produce und Convenience

Bei der zweiten Veranstaltung dreht sich alles um das Verpacken von Obst, Gemüse und Convenience-Produkten. Wie lässt sich die Haltbarkeit der empfindlichen Produkte verlängern? Wie kann der Packstoffverbrauch verringert werden? Welche nachhaltigen Verpackungskonzepte bietet Multivac speziell für diese Produkte an? Und wie können Becher, zylindrische Flaschen und Formflaschen flexibel und effizient etikettiert werden? Diese und weitere Fragen werden in Vorträgen und Live-Demonstrationen im Training und Innovation Center beantwortet.

Die erfolgreiche Veranstaltungsreihe wird in den kommenden Monaten fortgesetzt: Das nächste interessante Thema wird „Lösungen für die fleischverarbeitende Industrie“ (TVI) sein. [www.multivac.com](http://www.multivac.com) ■

## Kalender

### 24. 4., Dutch-Oven-Seminar

**Raffinierte Ideen für den Trendofen.** Hier bekommen Sie eine grandiose Anleitung von Doppel-Grillweltmeister Adi Matzek persönlich, zur Handhabung der schwarzen Gusstöpfe. Wo: Burgerwiesen 8, 3591 Altenburg [www.grillschule.at](http://www.grillschule.at)

### 28. & 29. 4., Grundlagen Lebensmittelrecht

**Welche rechtlichen Anforderungen gelten für Lebensmittel?** Das Seminar vermittelt Ihnen die Grundlagen des österreichischen und europäischen Lebensmittelrechts.

Wo: Hotel Ritz-Carlton, Wien [www.lva.at/seminare](http://www.lva.at/seminare)

### 6. & 7. 8., Biofeldtage

**Die Biofeldtage** sind Treffpunkt für Fachleute der biologischen und konventionellen Landwirtschaft sowie für interessierte Konsumenten. Wo: Bio-Landgut Esterhazy. [www.biofeldtage.at](http://www.biofeldtage.at)

### 15. & 16. 6., Die Zukunft der Ernährung

#### Online-Forum

Alternative Proteinquellen sowie die nachhaltige und innovative Produktentwicklung durch Enzymtechnologie stehen dieses Jahr im Fokus der DLG-Think Food, dem Zukunftsforum der DLG (Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft). Am Dienstag und Mittwoch, dem 15. und 16. Juni 2021, wird jeweils in der Zeit von 14:00 bis 15:30 Uhr im Rahmen der beiden Online-Sessions kompakt über aktuelle Entwicklungen informiert. Anmeldung unter [www.dlg.org/de/lebensmittel/veranstaltungen/dlg-think-food-2021](http://www.dlg.org/de/lebensmittel/veranstaltungen/dlg-think-food-2021)

Sabine Berger ist  
Fachberaterin und  
Verkaufstrainerin.  
In ihren Schulungen  
und Seminaren kann  
sich der Nachwuchs  
eine Scheibe von  
ihrem Wissen  
abschneiden.



# VERKAUFEN IST KEIN JOB, SONDERN EINE LEIDENSCHAFT

Gute Verkäuferinnen und Verkäufer wissen um die Kraft eines freundlichen Lächelns. Was sie sonst noch auszeichnet, hat Sabine Berger, erfahrene Verkaufstrainer der deutschen Wurst- und Schinkenmanufaktur Bedford, hier für uns in sechs knackigen Punkten zusammengefasst!

## **Verkaufen ist gut, überzeugen ist besser**

Eine gute Verkäuferin und ein guter Verkäufer müssen wissen, wovon sie reden. Dabei verstehen wir unter Kompetenz vor allem, die Produkteigenschaften und wichtigsten Qualitätsmerkmale überzeugend kommunizieren zu können. Das hilft dem Kunden, die richtige Kaufentscheidung zu treffen.

## **Die Theke wird zum Magnet**

Eine unserer wichtigsten Erkenntnisse ist: Auch das Auge kauft immer mit ein. Deshalb ist eine attraktive Warenpräsentation von sehr hoher Bedeutung. Die Kunden kommen gerne wieder, wenn sie Klasse statt Masse geboten bekommen. Die Produkte sollen einladender, übersichtlicher, raffinierter, hochwertiger und natürlich leckerer präsentiert werden. Der Konsument findet dadurch schneller, worauf er Appetit hat.

## **Mehr ist nicht immer besser**

Statt Auslagen zu überladen und somit den Kunden zu überfordern, ist es wichtiger, dass das Verkaufsteam mit ihrem Thekendesign auf Jahreszeiten oder besondere Anlässe wie etwa die Spargelsaison oder Halloween Bezug nimmt.

## **Lernen, Produkte mit Geschmack geschmackvoll zu präsentieren**

Designer-Boutiquen sind faszinierender als trostlose Discounter. Unser Erfolgsrezept funktioniert nach der Gleichung: mehr Ästhetik, mehr Wertigkeit, mehr Klasse = mehr Umsatz. Weil aber keiner in unserem Verkaufsteam als Designer oder Dekorateur geboren wird, bringen wir jedem Einzelnen in unseren Schulungen bei, wie man die Ware ästhetisch präsentiert.

## **Wer gut ist, hat auf alles eine Antwort: auch auf den Preis**

Auch bei der schönsten Warenauslage wird irgendwann die Frage nach dem Preis gestellt. Jetzt entscheidet die Persönlichkeit über den Verkaufserfolg. Das heißt, wie begründet die Verkäuferin oder der Verkäufer zum Beispiel einen etwas höheren Preis, wie erfolgreich gelingt der Transfer vom Preis zu höherer Qualität?

## **Wer sich selbst gut verkauft, kann besser verkaufen**

Deshalb erfahren die Teams in unseren Schulungen auch, wie sie diese Situationen meistern. Jeder lernt durch die Biostruktur-Analyse die Nutzung der persönlichen Stärken, verkaufpsychologische Grundlagen und innovative Verkaufstechniken kennen. ■

## SILBER FÜR DIE GESUNDHEIT

Einfache Klebepads mit innovativer Silberionentechnologie sorgen für 99,9%igen Schutz vor Bakterien und Viren.



Mit antimikrobiell wirkendem Oberflächenschutz trägt SafePad dazu bei, die Ausbreitung der Coronaviren einzudämmen und stark frequentierte Berührungspunkte sicherer zu machen. Die auf Silberionentechnologie beruhenden SafePads bewirken einen 99,9-prozentigen Schutz gegen Bakterien und Viren. In zahlreichen Ländern sind sie bereits erfolgreich in Verwendung. Die SafePad-Produkte sind in der Biozidprodukte-Verordnung ECHA gelistet, ISO 22196-zertifiziert und gemäß BS ISO 21702-2019 auf die Wirkung gegen Coronaviren getestet. Die Produkte werden in Großbritannien gefertigt und von der FAE AG, mit Sitz in Liechtenstein, nun für den deutschsprachigen Raum vertrieben.

„Die Idee ist einfach und gleichzeitig hocheffizient: Die selbstklebenden SafePads, die es unter anderem für Türgriffe, Handläufe oder Lichtschalter gibt, wirken antiviral und antibakteriell. Das bedeutet, dass nachweislich 99,9 % der Bakterien und Viren wie beispielsweise Salmonellen, Listerien, Kolibakterien und vor allem auch Coronaviren abgetötet werden – und das gänzlich ohne Chemie“, fasst René Jauk, Geschäftsführer der FAE AG, zusammen. Das Unternehmen vertreibt die SafePad-Produkte für die Region Deutschland, Österreich, Schweiz und Liechtenstein.

Die Wirkungsweise der Produkte beruht auf der Beschichtung mit der Silberionen(AG+)-Technologie, die das mikrobielle Wachstum hemmt bzw. Keime abtötet.

### Hygienekritische Punkte

Entdeckt hat der Unternehmer René Jauk die SafePad-Technologie auf Geschäftsreise in Dubai: „Als ich im Dezember 2020 in Dubai war, wo das öffentliche Leben ohne größere Einschränkungen stattfinden kann bzw. weitestgehend alles geöffnet ist, habe ich mich mit den dort vorherrschenden Hygiene- und Sicherheitsstandards auseinandergesetzt. Dabei habe ich festgestellt, dass unter anderem der Einsatz der SafePad-Produkte öffentliche Berührungspunkte und -flächen wesentlich sicherer machen.“ Die selbstklebenden SafePadTM-Produkte sind beispielsweise für Einkaufswagen, Geländer, Lichtschalter, Türgriffe, Touchscreens oder Nutzeroberflächen wie Tische oder Bar-Theken erhältlich. Sie kommen bereits in mehreren Ländern in Krankenhäusern, Universitäten,

Schulen, Supermärkten, Restaurants oder Fabriken zum Einsatz, um die Ausbreitung gefährlicher Krankheitserreger zu unterbinden.

### Belegte Wirksamkeit

SafePad ist ISO 22196- und ISO 21702-zertifiziert: Die wissenschaftlichen Tests belegen die Wirksamkeit gegen Bakterien und Viren, unter anderem gegen Salmonellen, Listerien sowie auch Coronaviren. Die Produkte sind laut der Biozidprodukte-Verordnung ECHA unter CAS Nr. 308069-39-8 gelistet. SafePad-Produkte bestehen aus Polypropylen-Platten mit einer antimikrobiellen Silberionentechnologie(AG+)-Beschichtung und einer 3M-selbstklebenden Rückseite. Sie behalten ihre antimikrobiellen Eigenschaften für bis zu zwei Jahre. Alle SafePad-Produkte sind recycelbar und die Klebefolie von 3M ist biologisch abbaubar.

Gefertigt werden die SafePad-Produkte in Großbritannien, Vertrieb und Versand erfolgen für den DACH-Raum von Österreich und Liechtenstein aus. [www.safepad.eu](http://www.safepad.eu) ■



# OK PANEELE

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](http://www.OK-PANEELE.at)**



Der Steuerexperte  
Mag. Rudolf Waidhofer

### Ende der Stundungsfristen – und wie geht's weiter?

**Finanzbehörde.** Auf Basis des Covid-19-Steuermaßnahmengesetzes wird die Stundung von Abgaben, die (üblicherweise) bereits bis 15.01. 2021 veranlasst wurde, automatisch und antragslos bis 31.03.2021 verlängert. Stundungen, die zwischen 01.10.20 und 28.02.2021 beantragt wurden/ werden, sind automatisch auch bis 31.03.2021 zu gewähren. Zwischen 15.03.2020 und 31.03.2021 werden keine Stundungszinsen vorgeschrieben, ab 01.04.2021 jeweils 2 % über dem geltenden Basiszinssatz (= derzeit 1,38 %).

Zur Abstattung der Rückstände ab 01.04.2021 wurde ein Ratenmodell entwickelt – Sinn dieses Modells ist es, ohne Überprüfung durch die Finanzbehörde, rasch und unbürokratisch eine Zahlungserleichterung zu bekommen.

**Phase 1 des Covid-19 Ratenmodells**  
Ein Antrag ist nur für Abgabenschuldsigkeiten zulässig, die überwiegend (d. h. mehr als 50 %) zwischen 15.03.20 und 31.03.21 fällig geworden sind zuzüglich der Einkommen-/Körperschaftsteuervorauszahlungen, die in dem Zeitraum der Ratenbewilligung fällig werden; der Antrag ist zwischen 04.03.2021 und 31.03.2021 einzubringen. Innerhalb des Ratenzahlungszeitraums von 15 Monaten, also bis 30.06.2022, sind flexible Raten möglich, deren Höhe auch 1 x verändert werden kann.

**Phase 2 des Covid-19-Ratenmodells**  
Kann man den Rückstand in der Phase 1 zumindest zu 40 % tilgen und hat alle Raten fristgerecht gezahlt, kann man den Ratenplan zuzüglich der in Phase 2 anfallenden Vorauszahlungen um weitere 21 Monate, also bis 31.03.2024 ausdehnen. Dieser Antrag muss bis 31.05.2022 eingebracht werden. Auch hier sind die Raten in der Höhe flexibel und man kann den Plan 1 x verändern.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Ihr Rat & Tat-Steuerberater, Kanzlei Kowarik & Waidhofer, gern zur Verfügung:  
**T** (01) 892 00 55, **E** info@kowarik.at  
**W** www.kowarik-waidhofer.at



## EIN TISCH, DER MITDENKT

Smart Table von i-factory: Digitale und interaktive Tische, die dank spezieller Software mitdenken, verkaufen, kassieren – und so den Umsatz steigern.

Die Pandemie stellt uns alle vor große Herausforderungen. Unternehmen müssen Umsätze generieren; „und zwar üppig, denn schließlich gilt es, nach dem gefühlt 10. Lockdown wieder Boden gutzumachen“, weiß Michael D. Garrigosa, Geschäftsführer von i-factory. „Und dabei müssen sie quasi garantieren, dass ihre Kunden nicht mit dem Coronavirus infiziert werden. Keine leichte Übung. Doch Vertriebsprofi Garrigosa hat eine Lösung parat: der Smart Table. Diese digitalen und interaktiven Tische sind in unterschiedlichen Größen (24 Zoll 60,96cm bis 55 Zoll 139,7 cm) verfügbar (Kauf oder Leasing) und können an die individuellen Anforderungen des Geschäftslokals oder Restaurants angepasst werden. Das betrifft nicht nur die Hardware, sondern auch die Software.

### Geeignet für viele Branchen

Das funktioniert über kluge Applikationen, die je nach Kundenwunsch programmiert werden und so den smarten Tisch befähigen, Bestellungen aufzunehmen und zu verarbeiten sowie Zusatzangebote zu machen. Der Smart Table kann Empfehlungen abgeben und aktiv kommunizieren. „Wenn etwa ein Gast einen Kaffee bestellt, fragt der Tisch automatisch nach, ob es eine Mehlspeise dazu sein darf; oder ein Grappa – wer weiß“, so Garrigosa. „Der Smart Table kann sich zwischendurch auch erkundigen, ob die Gäste noch eine Run-

de wünschen und hilft dabei, mehr Umsatz zu erwirtschaften!“ Dazu kommt, dass der Bildschirm für jeden Gast gesplittet werden kann. Auf diese Weise kann zeitgleich mit jedem Gast ein „Verkaufsgespräch“ geführt werden.

Der Tisch kann mit unterschiedlichen Modulen zum Designen von Küchen oder anderen Räumen ausgestattet werden, sodass die Nutzer konkrete Einkaufslisten erstellen und sich Zeit beim Shoppen sparen können. Die interaktive Oberfläche besteht aus gehärtetem Sicherheits- oder Diamondglas.

### Zusätzliche Werbefläche.

Und das ist noch lange nicht alles: „Die Tische bieten sich auch als Werbefläche an. Auf diese Weise bringen sie zusätzliche Einnahmen“, so Garrigosa, der bereits im Gespräch mit zahlreichen Interessenten ist.

Der Clou an der Sache ist für Garrigosa, dass die Tische auch den Gästen einen absoluten Mehrwert bringen. Neben dem Unterhaltungsaspekt geht es dem i-factory-Chef aktuell dabei aber vor allem um die Sicherheit. Denn durch den Smart Table können Kontakte zwischen Gästen und Service- oder Verkaufspersonal deutlich reduziert und das Risiko einer Infektion mit Corona gesenkt werden!“ Zudem gibt es coole Features wie z. B. Spiele, die Kindern am Tisch den Aufenthalt unterhaltsamer gestalten.

[www.i-factory.at/#multitouch](http://www.i-factory.at/#multitouch) ■

Wo informieren wir uns über Produkte, die wir kaufen, und über Aktionen? Im Internet, Flugblatt, Newsletter oder auf Social Media? Offerista Group Austria hat sich zwei für die Handelskommunikation sehr interessante Zielgruppen angesehen.



# HANDELSKOMMUNIKATION: WIE TICKEN DIE JUNGEN UND WIE DIE OLDIES?

reichen Händler die 60- bis 69-Jährigen auf anderen Kanälen als die 19- bis 29-Jährigen? Sind die Jungen nur noch über das Internet und Social Media erreichbar? Und die ältere Zielgruppe nur über Prospekte? In der Studie „Informationsverhalten bei der Suche nach Aktionen und Angeboten“ zeigt sich, wie die beiden Gruppen sich in ihrer Angebotssuche unterscheiden und in welchen Bereichen sie das nicht tun. Die Studie wurde von Offerista Group Austria in Auftrag gegeben. Das sind Experten für Handelsmarketing, die dem stationären Handel zu mehr Geschäftsbesuchen durch digitale Angebotskommunikation verhelfen wollen.

## Internet & E-Mail

Die meisten Befragten nutzen das Internet bzw. das Handy mehrmals pro Woche zur Suche nach Angeboten und Aktionen. Und hier haben nicht die Jungen die Nase vorn: Denn 38 % der 19- bis 29-Jährigen, aber gleich 40 % der 60- bis 69-Jährigen machen das. Und in beiden Gruppen ist ein klarer Trend erkennbar: Im Vergleich zu den letzten Jahren wird das Internet immer häufiger zur Aktionssuche verwendet. Klar zeigt sich, dass vermutete Zuschreibungen, wie jung = digital und alt = Print so nicht mehr stimmen. Denn fast jeder Zweite (46,3 %) in der Gruppe der 60- bis 69-Jährigen nutzt Newsletter, bei den unter 30-Jährigen tun dies jedoch nur 27,7 Prozent.

## Social Media versus Flugblatt

Eine ganz klare Unterscheidung zeigt sich in der Nutzung von Social-Media-Kanälen zur Angebotssuche. Fast jeder Zweite der 19- bis 29-Jährigen (45,7 %) nutzt diese, während sie in der Gruppe der 60- bis 69-Jährigen mit 5 % nicht wirklich relevant sind.

Die Nutzung von klassischen Postwurfsendungen ist in der Gruppe der Älteren am stärksten. In der Generation 60+ werden traditionell Flugblätter beim Postkasten aussortiert. Der Rest wird völlig ignoriert. Am beliebtesten sind dabei Prospekte von Diskontern, Supermärkten oder Bau & Gartenmärkten. Aber wie die Umfragen von Offerista Group Austria zeigen, geht die Nutzung von Flugblättern immer mehr zurück – und das in allen Altersgruppen.

## Die Zukunft ist digital

Für 54 % der jungen Österreicherinnen hat die Digitalisierung der Handelskommunikation bereits das Flugblatt ersetzt, während dies nur 24 % der älteren Teilnehmer meinen. Jüngere Menschen – nämlich 71 % – würden auch eher auf gedruckte Flugblätter verzichten, wenn Händler diese einstellen würden. Aber auch 53 % der älteren Befragten wäre dieser Printverzicht egal.

Auf die Frage, aus welchen Gründen man künftig auf Print-Flugblätter verzichten und sich diese digital ansehen würde, ergibt sich in den beiden Altersgruppen ein ähnliches

Bild. Hauptmotivation ist die Vermeidung von Papiermüll. (19–29: 69,7 % und 60–69: 60,6 %). In beiden Gruppen ist auch der „Bitte keine Werbung“-Aufkleber stärker vertreten als in allen anderen Altersgruppen. Jeder Vierte der jungen und jeder Fünfte der älteren Befragten hat bereits einen solchen auf seinem Briefkasten angebracht.

## Wandel durch Corona

In der Studie „Kaufverhalten im Wandel“ wurden die Veränderungen des Kaufverhaltens im Zuge der Covid-19-Pandemie untersucht. Hier zeigte sich, je jünger die Befragten, desto genervter waren sie von den Maßnahmen beim Einkaufen. 37 % der jungen, jedoch nur 19 % der älteren Befragten gaben an, genervt zu sein.

Mit 24. Juli 2020 wurde die Maskenpflicht im Lebensmittelhandel wieder eingeführt. Insbesondere die Personen in der älteren Zielgruppe zeigten sich darüber begeistert (78 %).

Ein weiteres Ergebnis: Je älter, desto wichtiger ist Regionalität und Qualität beim Einkauf. Je jünger, desto mehr Teilnehmer gaben an, ihr Kaufverhalten durch Corona nicht verändert zu haben. 55 % der älteren Zielgruppe achten nun vermehrt auf Regionalität und 41 % mehr auf Qualität. Bei den Jüngeren achten 32 % vermehrt auf Regionalität und 18 % mehr auf Qualität.

Mehr unter [www.offerista.com/at](http://www.offerista.com/at)



**hütthaler**

QUALITÄT DIE BEGEISTERT



# *a t t e r s e e l i e b e*

Leichter Genuss aus artgemäßer Tierhaltung