

Fleisch & Co

Ausgabe
03/2022

Fachzeitschrift für

- Herstellung
- Veredelung
- Vermarktung

frischer Lebensmittel

Einzelpreis € 5,90

Hannes Hönegger, Bio-Bauer und Metzger, liefert in seinem ersten Buch ein Statement gegen Massentierhaltung und Billigfleisch.

Mehr Bio-Kalb braucht das Land



Bessere Performance.

Nr. 1-Qualität für höhere Produktions-effizienz.

Kennst meist bessere Lösungen.

Christian Hofer / Vertriebsleitung

GRAMILLER

www.gramiller.at

24/7

LEBENSMITTELVERPACKUNGEN
TO-GO-VERPACKUNGEN
HYGIENE & ARBEITSSCHUTZ
VERSANDVERPACKUNGEN

WWW.MEIERVERPACKUNGEN.AT/SHOP

MEIER VERPACKUNGEN

Nachhaltige

Verpackungs-Innovationen



sealpac.at

Forming Innovations

Ihr persönliches Exemplar



MEAT WORK GmbH

WIR HABEN FÜR SIE DAS RICHTIGE PERSONAL

Arbeitskräfteüberlassung
und Personalvermittlung
Tel. +43 (0) 676 451 0077
meatworkgmbh@gmail.com

Ihr kompetenter Partner für Personalangelegenheiten!

Geschäftsführung
Alex Vranics
Webersiedlung 3
8402 Werndorf
www.meat-work.at

Impressum

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.

Redaktionsleitung und Chefredaktion:

Tanja Braune, office@dieschnatterei.com

Mitarbeiter dieser Ausgabe: Dima-Alexander Braune, Barbara Egger, Andrea Fallent, Roland Graf, Martin Kalchhauser, Matthias Mayr, André Michel, Raimund Plautz, Nadina Ruedl, Johannes Rottensteiner

Tirol Redaktion und Social Media Management: Barbara Egger

Online-Redaktion: Julia Reißner BA, online@fleischundco.at

Korrektorat: Katharina Hexel

Coverfoto: Jörg Lehmann

Medienberatung und Anzeigenservice: Die Schnatterei, Tanja Braune, Tel.: +43/(0)676 / 634 27 07, E-Mail: office@dieschnatterei.com
Anzeigentarif: Mediaplan 2022, gültig ab 1. 1. 2022.
 Erscheinungsweise: 10 Mal/Jahr.

Abonnement: Aboservice Österreichischer Wirtschaftsverlag, Tel. +43 1 54664 135, 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

Die Offenlegung gemäß § 25 Mediengesetz ist unter www.fleischundco.at/offenlegung ständig abrufbar.

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

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



Bleiben Sie informiert, diskutieren Sie mit uns – werden Sie Teil der Fleisch & Co-Community:
Mail to: office@dieschnatterei.com
www.facebook.com/fleischerzeitung/
LinkedIn: Fleisch & Co
www.instagram.com/fleischundco

Inhalt

Brüssel, Berliner Gefängnis, Bergbauernhof – Hannes Höneggers steht für keine klassische Fleischerkarriere. Nun hat der Bio-Bauer und Metzger sein erstes Buch vorgelegt.



Branchen-News | Neuigkeiten aus der heimischen Fleischerbranche – von Krems bis Tirol **03**

RollAMA 2021 | Die Trends im Überblick **08**

Must see | Von IFFA bis zum Film Der Bauer und der Bobo **09**

Tiroler Fleischermeister | Peter-Paul Schweighofer im Interview über das Handwerk, Preisspiralen, Fachkräftemangel und den neuen Auftritt der Landesinnung **10**

Zufrieden im Job? | Der Jobreport 2022 verrät's. **13**

Geflügelmast | Der GGÖ-Obmann Markus Lukas im Gespräch mit Matthias Mayr **14**

Tag des Geflügels | Austro-Konsum unter der Lupe **16**

Minus 49 % | Neue Eier-Studie **17**

Modern und doch bodenständig | Die Fleischerei Knauer, ein traditionelles Familienunternehmen in Brixen im Thale, hat ihren Betrieb umbauen lassen. Ein Lokalausgang **18**

Die besten Tipps für Ihre Gesundheit | Was tun, wenn nach einem langen Arbeitstag die Füße und Beine schmerzen? **20**

Das goldene Kalb | Hannes Hönegger, Bio-Bauer und Metzger, plädiert in seinem ersten Buch gegen Massentierhaltung und Billigfleisch. **22**

Schleichende Pandemie | Wie sieht es mit Antibiotika-Resistenzen in der Nutztierhaltung aus? Wir haben bei Tierarzt Fritz Kemetmüller nachgefragt ... **24**

LMAk präsentiert | Ausbildung zum Hygienemanager **25**

Das Fleisch & Co-Sonderthema | Smarte Helfer für Schlachten, Zerlegen, Entfetten und Entvieseln **26**

Der Metzger von morgen ist Kulturgut | Wie sich Fleischereibetriebe zukunftsfähig aufstellen können. **28**

Neue Willys | ... von Raps **33**

Speck und Blutwurst | Die Wieselburger Prämierungen „Speck-Kaiser“ und Goldenes Blunz'nkranz! 2022 **34**

Interview | mit Peter Windhager **37**

Das Rezept des Monats | Chili Cheese Balls **39**





↑ Jedenspeigener gewinnt „Goldenes Stamperl“ der Messe Wieselburg in gleich zwei Kategorien. Roman Kraus brillierte mit seinem regionalen Quittenbrand und Weingartenpfirsichlikör. www.brennerei-kraus.at

FEINE DINGE FÜR DEN (ARBEITS)ALLTAG

Für Sie entdeckt: schmackhafte Neuigkeiten, coole Gimmicks und „leiwande“ Begleiter:innen.

Internationale Studien zeigen, dass mehr als jedes zweite neue Produkt ein nachhaltiges Argument benützt, um sich am Markt zu positionieren. Diese Entwicklung spiegelt auch der neu erschienene CSR Guide 2022, das österreichische Standardwerk für unternehmerische Verantwortung, wider. Das sind nur einige der aktuellen Trends, die aus den 32 vom CSR-Guid-Expertenrat ausgewählten Case-Studies abgelesen werden können. Lesetipp für Unternehmer:innen: www.csr-guide.at



Naturtrüb und leuchtend himbeerfarben vereint sich alkoholfreies Gösser mit der milden Süße von reifen Himbeeren, der sanften Säure von frischem Rhabarber und fruchtiger Zitronenlimo zu einem erfrischenden Geschmackserlebnis. Gösser NaturRadler www.brauunion.at



Kühle Drinks dürfen bei einem Barbecue nicht fehlen und sollten immer griffbereit sein. Mit dem Caso Barbecue-Cooler werden Getränke zwischen 0–10°C gekühlt. Integriert in einen Edelstahl-Rollwagen mit Seitenablagen und Schubladen lässt sich der Barbecue-Cooler einfach an jede beliebige Stelle verschieben, an der er benötigt wird – lediglich ein Stromanschluss muss vorhanden sein. www.caso-design.de



Jedes Lebensmittel soll makellos und rund ums Jahr zu haben sein –, aber bitte nachhaltig, regional und bio. Kann das funktionieren? Natürlich nicht, sagt Timo Küntzle. Der Journalist und Landwirtssohn sieht genau hin, um mit romanisierenden und verteufelnden Vorurteilen aufzuräumen. Welche Rolle spielt Landwirtschaft beim Klimawandel? Ist „bio für alle“ realistisch? War früher wirklich alles besser? Die Antworten sind nicht leicht ... Landverstand, Kremayr & Scheriau, € 24,-



In der Traditionsschmiede von Florian Aberl in Oberbayern werden unverwüstlichen Bratpfannen geschmiedet, die Generationen begleiten. Dank der gleichmäßigen Wärmeverteilung wird Fleisch herrlich kross und Spätzle ein Gedicht. www.servusmarktplatz.com



Unübertroffene Abdeckung mit einer einzigen Kamera in einer kompakten Hardware-Lösung: Cognex präsentiert steuerbaren Hochgeschwindigkeitsspiegel für großflächiges Scannen mit einem einzigen Barcode-Lesegerät. www.cognex.com





BUNTES ANGEBOT FÜR LEHRLINGE

Vorbildlich sind die Bemühungen um die Lehrlinge im Kremser Hofbräu am Steinertor. Neben anderen Benefits wie eigene Veranstaltungen für die Fachkräfte von morgen läuft hier ein besonders interessantes Projekt: Dabei lernen Lehrlinge Partnerbetriebe kennen. Ein Beispiel ist die Fleischerei Höllerschmid in Etsdorf, wo Lehrlinge des Kremser Betriebs erleben, wo der Rohstoff Fleisch herkommt und wie er hergestellt wird.

Mit der Idee dazu stieß Gastronomieleiter Uwe Hausleitner sowohl bei Geschäftsführer Thomas Kalchhauser als auch bei Inhaber Othmar Seidl auf offene Ohren. „Es geht nicht nur darum, dass die Lehrlinge erfahren sollen, wie die Rohstoffe für unsere Küche hergestellt werden und was drinnen ist – diese Erfahrungen bieten auch eine Abrundung der Ausbildung in einem Bereich, den wir nicht bieten können“, erklärt Hausleitner. Neben dem

„Gastspiel“ über mehrere Wochen in einem anderen Betrieb gibt es auch Ausflüge zu Partnern wie dem Obsterzeuger Unfried.

Lehrlinge begeistert

Drei Lehrlinge haben diese Erfahrungen gemacht und zeigen sich begeistert. Tiffany Riegler, 16, aus Gföhl, angehende Köchin im ersten Lehrjahr, durfte bereits im Fleischerei-Fachbetrieb in Etsdorf mitarbeiten. „Es hat mir total getaugt“, freut sie sich, dass sie selbstständig Hand anlegen durfte. So war sie bei der Herstellung von Leberkäse, Leberknödeln und Bratwürsten tätig. „Es ist unglaublich wichtig, jungen Leuten zu zeigen, welche Möglichkeiten es gibt“, ist auch Juniorchef Christoph Höllerschmid-Haslinger vom Brauhof-Projekt angetan. „Das gehört unbedingt gefördert und fortgesetzt.“ Höllerschmid bestätigt, dass die Erfahrungen mit den ersten Lehrlingen höchst positiv waren.

Gastrobetrieb „tauscht“ Auszubildende auf Zeit mit anderen Unternehmen. So durfte Koch-Lehrling Tiffany Riegler bei der Fleischerei Höllerschmid schnuppern – und war begeistert!

Er selbst bildet derzeit zwei Lehrlinge aus. „Aber es sind mehr geplant.“ Und das Projekt werde von seiner Seite aus „auch in die andere Richtung gehen. Die jungen Menschen bekommen da sehr wertvolle Einblicke in die Arbeitswelt in verschiedenen Branchen.“

Großartige Erfahrung

Auch Thomas Kalchhauser setzt entsprechenden Einsatz in das von ihm unterstützte Projekt. So düste er durch Wochen hindurch zweimal täglich als „Taxler“ für einen Lehrling, der anders nicht um 6 Uhr Früh in Etsdorf sein hätte können. „Mir ist die Sache einfach zu wichtig. Ich bin davon überzeugt, dass solche zusätzlichen Angebote den Lehrberuf attraktiv machen“, glaubt er, dass solche Erfahrungen sowohl für die Betroffenen als auch umgekehrt für die Betriebe sehr wertvoll sind.

Martin Kalchhauser ■

Besondere Angebote für Lehrlinge: Hofbräu-Restaurantleiter Uwe Hausleitner, Fleischerei-Juniorchef Christoph Höllerschmid-Haslinger, Lehrling Tiffany Riegler und Hofbräu-Geschäftsführer Thomas Kalchhauser (von links).



Raimund Plautz



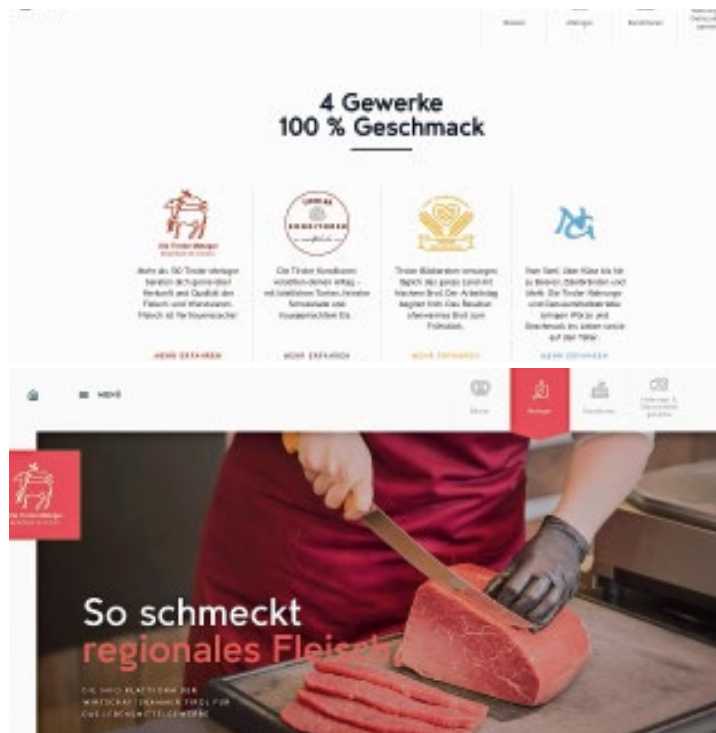
Bundesinnungsmeister der Fleischer & Fleischermeister

Erst letztes hat mir mein langjähriger Lieferant „Kärntenfleisch Bauerngenossenschaft“ eröffnet: „Raimund, ich kann Dir nicht versprechen, dass Du in drei Wochen alles bekommen kannst, was Du brauchst!“ Die Unsicherheit in der Branche ist brutal. Da kommen gleich mehrere Faktoren zusammen: Im Moment wissen wir nicht, ob wir in zehn Tagen noch genug Futtermittel haben. Wir haben keine Lagerhaltung, es ist bisher alles „Just in Time“ gelaufen – und jetzt bekommen wir da ordentlich eine am Deckel. Nach den enormen Preissteigerungen beim Rindfleisch, explodiert nun auch das Schweinefleisch. Pandemie, Verlust des asiatischen Marktes, Krieg in der Ukraine ... jetzt bekommen wir da auch die dicke Rechnung serviert. Dazu kommen auch noch all die anderen Preissteigerungen – von Energie bis Benzin. All das zwingt uns natürlich dazu, auch unsere Preise etwas anzupassen. Wir werden zwischen 7% und 10% erhöhen müssen –, das ist an sich aber nur der reine Ausgleich aus heutiger Sicht. Wie wird es weitergehen mit der Preisspirale? Und wie wird hier der Kunde auf die höheren Preise reagieren? Womit wir wieder bei der Unsicherheit wären ...

Keine Panik! Dennoch jammern wir alle nach wie vor auf hohem Niveau. Bei uns wird niemand verhungern, es wird sicher auch heiß gekocht als schließlich gegessen. Und daher will ich Euch noch einen kleinen positiven Gedanken mitgeben: Auch diese Krise kann durchaus auch Chance sein. So denke ich, dass wir jetzt alle (noch) bewusster mit dem Produkt Fleisch umgehen müssen – und sollten.

Schreiben Sie uns Ihre Meinung an online@fleischundco.at

DAS TIROLER LEBENSMITTELGEWERBE SETZT AUF STORYTELLING



Einmal mehr setzt die Tiroler Innung auf moderne Innovation und präsentiert das Fleischerhandwerk auf einer neu geschaffenen Online-Plattform. Bravo!

Seit 2021 tritt das Tiroler Lebensmittelgewerbe – Metzger, Bäcker, Konditoren, Nahrungs- und Genussmittelbetriebe – im Verbund auf. Die Tiroler Kommunikationsagentur Polak wurde von der Innung deshalb mit der Erarbeitung einer gemeinsamen Online-Plattform samt Social-Media-Kanälen beauftragt. Das Ergebnis ist top: www.tirol-schmeckt.at

Einsatz für die Branche

Auf der neuen Website werden Storys über Tirols Metzger:innen, Bäcker:innen, Konditor:innen und Nahrungs- und Genussmittler:innen präsentiert. Über Social-Media-Plattformen wie Facebook und Instagram werden diese Inhalte transportiert.

Die Storytelling-Initiative soll nachhaltig wirken und die vier

Berufsgruppen in der Kommunikation nachhaltig stärken. Immerhin geht es um 600 Tiroler Betriebe des Lebensmittelgewerbes, die als Metzgereien, Bäckereien, Konditoreien und Lebens- und Genussmittelbetriebe fixe Säulen des gesellschaftlichen Zusammenlebens und Treffpunkt in jeder Gemeinde. Innungsmeister Peter-Paul Schweighofer: „Das Ziel der neuen Plattform ist, der breiten Tiroler Öffentlichkeit das Bewusstsein zu vermitteln, dass Tiroler Produzentinnen und Produzenten und deren Produktqualität entscheidende sozioökonomische Faktoren für das Land bilden.“ Erfreulich: Laut Schweighofer sind die erzielten Reichweiten auf den Social-Media-Plattformen bereits jetzt beeindruckend (s. Story ab Seite 10)

Barbara Egger ■

HERMANN FLEISCHLOS WURDE STILLGELEGT

Hermann und Thomas Neuburger sind gezwungen, den Geschäftsbetrieb einzuschränken, die Marke Hermann wird daher vorübergehend stillgelegt. Gründe dafür sind die Auswirkungen von Corona und der Krieg in der Ukraine. Wie die Zukunft der vegetarischen Produktlinie aussieht, ist zum jetzigen Zeitpunkt noch ungewiss.

Es ist eine Entscheidung, die sich das Vater-Sohn-Duo nicht leicht gemacht hat: „Um unsere Produkte weiter zu einem leistbaren Preis anbieten zu können, müssten wir nicht vertretbare Abstriche bei der Qualität machen. Die Zutaten zu strecken, auf Bio zu verzichten oder Zusatzstoffe hinzuzufügen – das kommt nicht infrage“, sind sich Hermann und Thomas Neuburger einig. Die aktuell immensen und für die Zukunft nicht prognostizierbaren Kostensteigerungen in den Bereichen Rohstoffe, Energie und Transport machen es jedoch unmöglich, den Geschäftsbetrieb in der aktuellen Form aufrechtzuerhalten. „Wir

können diese Kosten nicht an unsere Kunden weitergeben und müssen gleichzeitig mit vorausschauender unternehmerischer Sorgfalt handeln. Das lässt uns keine andere Wahl, als schweren Herzens diesen Schritt zu gehen“, so Hermann Neuburger, „wir bitten dabei um Verständnis, dass wir zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht mehr dazu sagen können.“

Thomas Neuburger ergänzt: „Für uns gilt es nun, die Lage zu evaluieren und einen Überblick zu bekommen. Sobald sich die Situation stabilisiert hat und berechenbar geworden ist, werden wir an Lösungen arbeiten, wie es weitergehen kann.“



Ungewisse Zukunft

Von der Stilllegung betroffen sind 50 Beschäftigte, die in anderen Positionen zum Einsatz kommen sollen. Die Produktion von Neuburger Leberkäse läuft weiter, diese Fleischsparte finanzierte mit 70 Mitarbeitern und 80 Prozent Anteil am Gruppenumsatz die Fleischlos-Sparte. Auch die Pilzzucht soll weiterbetrieben werden.

Erst kürzlich hatte das Unternehmen bekannt gegeben, 50 Millionen Euro zu investieren (Fleisch & Co hat berichtet). Unklar sind allerdings die weiteren Pläne, wie

der Einstieg in den Fischmarkt, Gewinnerwartung ab 2025, erneuter Ausbau des Werks ab 2026 ...

Zum Schluss richten die beiden noch einen Appell an alle: „Es ist jetzt wichtiger denn je, beim Einkauf auf österreichische und regionale Produkte zu achten, um damit die heimischen Produzenten zu unterstützen. Lassen Sie uns gemeinsam dafür sorgen, dass unser Schicksal nicht auch noch andere trifft. Denn der Konsument kann mit seinem Einkauf bestimmen, wo die Wertschöpfung hingeht.“ ■



Ab sofort serviert XXXLutz Tierwohl-Schnitzel mit Fleisch aus dem Hause Hütthaler.

Ein voller Erfolg: nicht nur für die Kooperationspartner –, sondern auch für die Konsument:innen, die nun endlich beste Gerichte aus ebensolchem Fleisch essen können.

VOLLER ERFOLG: TIERWOHL HAT NUN ENDLICH AUCH DIE **XXXLUTZ-GASTRONOMIE ERREICHT**

Mit dem XXXLutz-Schnitzel um 2,40 Euro ist es Schluss! Der Möbelhaus-Riese erkennt – endlich – auch seine Verantwortung und setzt statt auf Lockangebote auf Qualität. Und diese Qualität soll künftig aus dem Hause Hütthaler kommen.

„Hütthalers Hofkultur“

In Zeiten von Klimaschutz und Ressourcenschonung bewegt sich der Trend bei Fleischliebhabern unaufhaltbar in Richtung Tierwohl und Regionalität. Diese Ernährungseinstellung hat nun mittlerweile nicht nur viele Kon-

sument:innen, sondern auch die Gastronomie erreicht.

„Hütthalers Hofkultur“ – so nennt sich Österreichs erfolgreiches Tierwohl-Programm der Hütthaler KG mit Sitz in Schwabenstadt, ein ganzheitlicher Ansatz, eine Vielzahl besonderer Eigenschaften, ein visionärer Glanzpunkt in der heimischen Nutztierwirtschaft, ein Aushängeschild in der Fleischverarbeitung. Mittlerweile zählen 39 Landwirte zu den Hofkultur-Partnerbetrieben von Hütthaler. Das seit 2014 laufende Tierwohl-Projekt wird nicht nur bei der Auf-

zucht der Tiere, sondern auch beim Transport sowie bei der Schlachtung im „gläsernen Schlachthof“ beachtet. Dort sorgen geräuscharme und gezielt temperierte Räumlichkeiten für eine ruhige Umgebung. Das verhindert Stress-Situationen und ermöglicht einen würdevollen Umgang mit den Tieren.

Neue Partnerschaft

Entlang der gesamten Wertschöpfungskette steht das Wohl der Tiere als auch die Qualität der Produkte im Mittelpunkt. Und das können nun auch die Kunden

der XXXLutz-Restaurants schmecken. Wurden früher die Schnitzel des Möbelhändlers noch zum Niedrigpreis angeboten, gibt es sein Kurzem ein Umdenken: Qualität, nachvollziehbare Herkunft und vor allem das Tierwohl stehen nun im Mittelpunkt – den Anfang macht dabei das Schweinefleisch. Rohstofflieferant der Gerichte in Tierwohlqualität ist Hütthaler. Das Fleisch dafür stammt aus dem „Hütthalers Hofkultur“-Programm, bei dem die gesetzlichen Mindeststandards weit übertroffen werden. ■



Kein Billigfleisch bei XXXLutz mehr: Geschäftsführer Florian Hütthaler und Partnerlandwirt August Gasperlmaier vom Kleinhathnergut freuen sich gemeinsam mit Andreas Haderer, dem Leiter aller 47 XXXLutz-Restaurants. (v. l. n. r.)



BIO-PIONIER FEIERT 25 JAHRE JUBILÄUM

Gourmet ist erfahrener Partner für zertifiziert biologisches Essen in der Gemeinschaftsverpflegung.

Gourmet hat vor 25 Jahren als Erster in der Gemeinschaftsverpflegung auf eine BIO-Zertifizierung gesetzt und ist seitdem BIONier in der Branche. Heute landen jährlich bereits mehr als 3.000 Tonnen biologische Lebensmittel im Kochtopf des österreichischen Marktführers. In der Schulverpflegung liegt der BIO-Anteil bei 50%.

„Vor einem Vierteljahrhundert stand die BIO-Idee beim Essen für Kindergärten, Schulen

und Unternehmen noch in den Kinderschuhen. Gemeinsam mit heimischen BIO-Lieferanten und Kunden haben wir das Thema erkannt und weiterentwickelt. BIO ist uns als nachhaltiges Unternehmen seitdem besonders wichtig. Unsere Vision als Qualitätsführer ist es, den BIO-Anteil stetig zu steigern und sicherzustellen, dass unsere nachhaltigen Menüs für alle leistbar bleiben“, betont Geschäftsführer Herbert Fuchs. ■

AMMONIAK-EMISSION WIRD GESENKT

Woerle & Pinzgau Milch fördern nachhaltige Landwirtschaft: neues Projekt zur Senkung umweltschädlicher Emissionen

Nachhaltigkeit ist bei der Henndorfer Privatkäserei Woerle und bei Pinzgau Milch ein zentraler Aspekt der Unternehmens-Philosophie. Gemeinsam haben die Unternehmen ein Forschungsprojekt präsentiert, das dem umweltschädlichen Ammoniak den Kampf ansagt. „Bei diesem Projekt geht es um die sinnvolle Wiederverwertung von Reststoffen wie Sauermolke oder Spülmilch. Durch Beimi-

schung zur Gülle kommt es zu einer nachhaltigen und messbaren Senkung der Ammoniak-Emissionen“, erklärt Gerrit Woerle. „Neben der Reduktion der Ammoniak-Abgasungen kommt es zugleich zu einer verbesserten Düngewirkung – also eine Win-win-Situation und ein Paradebeispiel für gelungene Kreislaufwirtschaft“, ergänzt dazu Pinzgau Milch-Geschäftsführer Hannes Wilhelmstätter. ■



LASKA

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

Im Blickpunkt

Einladung zur internationalen Leitmesse
der Fleischwirtschaft - IFFA Frankfurt/Main
14.-19. Mai 2022/Halle 8,
Stand A40

LASKA, stellt Ihre Vorteile in den Blickpunkt!

Überzeugen Sie sich selbst
- informieren Sie sich über die Zukunft des Fleischergewerbes.

Auf der IFFA Frankfurt/Main

Als internationale Leitmesse der Fleischwirtschaft ist die IFFA Ihre Informationsplattform Nr.1. Und als ein international erfolgreicher Ausstatter für den Fleischereibedarf ist LASKA Ihr erster Ansprechpartner in Sachen produktiver und profitabler Fleischverarbeitung.

Aussteller	Halle	Stand
LASKA	8	A40
Handtmann	12	A80
Boss	11	B60
Freund	8	F92
Graef	12	A41
Itec/Frontmatec	9	E16
Kolbe/Scott	8	E55
Loma	12	A51
Mainca	8	H16
Maja/Marel	12	D51
MHS	8	A84
Poly-clip	12	D81
Rühle	8	G62

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



ROLLAMA 2021: TRENDS IM ÜBERBLICK

Die RollAMA-Charts 2021 zeigen einmal mehr die Trends zu Bio und Online –, aber auch, dass vor allem Fleisch und Wurstwaren die Leidtragenden der Rabattschlachten sind.

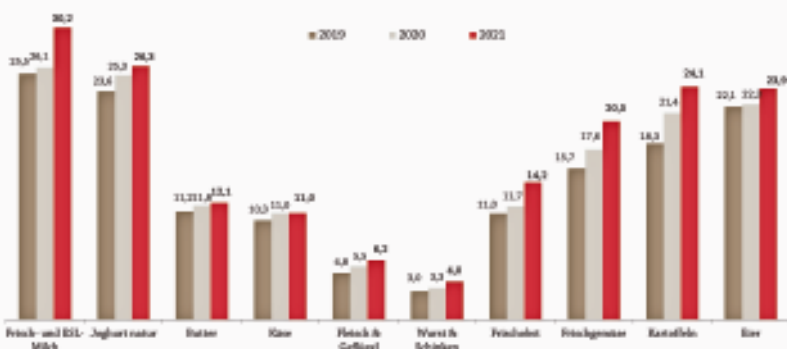
Entwicklung RollAMA-Warengruppen

im Lebensmitteleinzelhandel 2021

	Ver. Menge zur Vorjahresperiode	Ver. Wert zur Vorjahresperiode
RollAMA Total	-1,0 %	-1,0 %
Weißer Palette (Chipsen, Joghurt, Obst, Topfen)	-1,9 %	-3,4 %
Bunte Palette (Fruchtjoghurt, Milchschnitten, Desserts)	5,3 %	2,8 %
Käse	0,1 %	-0,4 %
Gelbe Palette (Butter und Margarine)	-4,6 %	-5,4 %
Fleisch inkl. Geflügel	-0,6 %	-1,9 %
Wurst und Schinken	-2,5 %	-4,0 %
Frishobot	0,3 %	0,2 %
Frishgemüse	-1,4 %	2,5 %
Kartoffeln	-5,7 %	-7,6 %
Obst- und Gemüsekonserven	-4,6 %	-1,3 %
Tiefkühl Obst und Gemüse	0,8 %	0,4 %
Eier	-6,1 %	-5,5 %
Fertiggerichte	3,8 %	4,1 %

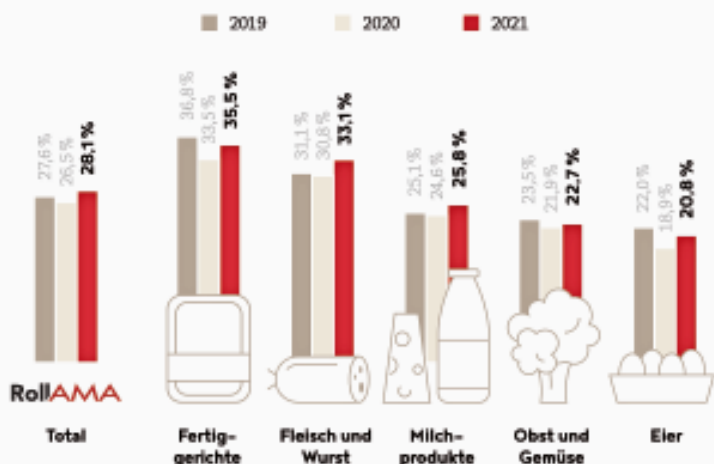
Bioanteile nach Warengruppen

wertmäßige Bio-Anteile der Einkäufe im LEH in Prozent



Aktionsanteile nach Warengruppen

wertmäßiger Anteil im Lebensmitteleinzelhandel



Auch das zweite Jahr der Pandemie war von mehreren Lockdowns und Unsicherheiten geprägt. So lag der Haushaltskonsum im Jahr 2021 immer noch über dem Vorkrisenniveau, ging aber im Vergleich zum Krisenbeginn nach und nach zurück. Bio erreichte neue Höchstwerte, so auch die Aktionsanteile. Von Preissteigerungen war bis Jahresende im Lebensmittelhandel noch nicht viel zu merken – alles in allem ein recht ruhiges Jahr. Der Ausblick auf die aktuellen Entwicklungen lässt größere Umbrüche im Agrarsektor und damit auch dem Einkaufsverhalten erwarten.

Ausgaben im LEH um 13% über 2019

Die Haushaltsausgaben für die RollAMA-Warengruppen im Lebensmitteleinzelhandel fielen 2021 um ein Prozent gegenüber dem Vorjahr. Im Vergleich zu 2019 waren sie aber noch um knapp 13 % höher. An der Entwicklung der Warengruppen ist abzulesen, dass wieder weniger gekocht bzw. gebacken wurde. So verzeichnen Milch, Butter und Eier die stärksten Rückgänge. Auch Obst- und Gemüsekonserven waren nicht mehr so stark nachgefragt, weil Hamsterkäufe ausblieben.

Zu den Gewinnern zählen Fertiggerichte, Milchschnitten und Milchdesserts. Ein Grund dafür könnte sein, dass sich das Arbeiten mehr ins Homeoffice verlagert(e).

Aktionen im Alltime High

Bei den durchschnittlichen Preisen für Frischeinkäufe gab es 2021 wenig Bewegung, in manchen Warengruppen fielen sie sogar deutlich. Das lag auch am hohen Aktionsanteil, der nach einem Rückgang in der Anfangszeit der Pandemie nun erstmals mehr als 28 % wertmäßig erreichte. Fleisch, Wurst und Fertiggerichte gehören zu den Spitzenreitern bei der Rabattierung, aber auch vergünstigte Milchprodukte.

Bio auf über 11 Prozent

Die einen greifen gerne zu Aktionen, die anderen vermehrt zu Bio, viele zu beidem. Die Ausgaben für Bioprodukte stiegen 2021 um elf Prozent auf fast 800 Mio. EUR, was einem Anteil von elf Prozent am Gesamtmarkt entspricht. Die höchsten Bioanteile mit mehr als 30 % werden bei Milch gemessen, knapp ein Viertel der Ausgaben für Eier entfallen auf Bio sowie ein Fünftel der Gemüseaussgaben. Von einem niedrigen Niveau aus kommt Fleisch 2021 auf nun sechs Prozent Bioanteil.

Trend zur Selbstbedienung hält an

„Darf’s ein bisserl mehr sein?“ Diese Frage wird weniger oft gestellt, da die Kunden ins Selbstbedienungsregal greifen, anstatt zur Theke zu gehen. Das betrifft sowohl Wurst als auch Fleisch und insbesondere Käse, den man sich kaum mehr an der Theke aufschneiden lässt.

Bei Hart- und Schnittkäse setzt sich der Trend zum vorverpackten Scheibenkäse fort, der bereits über 40 % dieses Marktes ausmacht. Auch Reibkäse ist ein Gewinner in dieser Kategorie.

Online-Einkauf bei 2%

Rund 15 % der Haushalte haben 2021 RollAMA-Produkte um rund 150 Mio. EUR online eingekauft. Der Online-Anteil an den Gesamtausgaben liegt bei zwei Prozent. Am geringsten sind die Anteile bei Fleisch und Wurst, am höchsten bei Fertiggerichten und Tiefkühlprodukten. Auch bei Bioprodukten wird mehr online eingekauft als im Schnitt, da hier die Online-Direktvermarkter eine Rolle spielen.

Einige Kennzahlen sprechen dafür, dass die Online-Einkäufe weiter steigen werden, jedoch vorrangig bei der Bevorratung von Grundnahrungsmitteln oder bei Spezialitäten. Beim Frischeinkauf bleibt das Gustieren ein wichtiger Faktor und lässt sich durch Online-Angebote nicht ersetzen. ■

NEUE IDEEN FÜR DAS HANDWERK? AUF DER IFFA 2022 GIBT ES WIEDER REICHLICH DAVON!

Die Branche steht in den Startlöchern, um sich auf der IFFA zu treffen. Rund 900 Aussteller aus über 40 Ländern zeigen Produkte und Lösungen für die Verarbeitung, Verpackung und den Verkauf von Fleisch und alternativen Proteinen.

Heben Sie sich vom Wettbewerb ab und sichern Sie sich Ihren Geschäftserfolg! Das Fleischerhandwerk steht für hohe Qualität und grenzt sich mit individuellen und einzigartigen Produkten ab. Wichtig sind die regionale Herkunft, vielfältige Tierrassen und besondere Rezepturen.

Schnell, einfach und gut. Convenience-Produkte gefragt. Es wächst der Anspruch, gut, gesund und hochwertig zu essen. Erweitern Sie Ihr Sortiment und generieren Zusatzverkäufe. Innovative Metzgereikonzepte gehen einher mit neuen Wegen des Vertriebs. Stichworte hier: Ladenbau, Foodtrucks, Automatenverkauf oder Onlineshops. Lassen Sie sich von den Ideen inspirieren.

Neue Arbeitswelt. Wie setzen Sie Ihre Mitarbeiter effizient ein? Wie garantieren Sie den reibungslosen Betrieb Ihres Unternehmens angesichts des Fachkräftemangels? Innovative Arbeitsmodelle und ein hoher Automatisierungsgrad sind die Lösungen. Machen Sie sich auf der IFFA schlau.



Die Wettbewerbe. Mit Können und Leidenschaft: Das Fleischerhandwerk kann sich hier in zahlreichen Leistungs- und Qualitätswettbewerben im nationalen und internationalen Vergleich messen.

Marktplatz – der Treffpunkt für das Fleischerhandwerk. Kollegen und Kolleginnen treffen, Erfahrungen teilen: Der beliebte Marktplatz lädt wieder messetäglich zum Austausch mit Branchenkollegen in lockerer Atmosphäre ein.

IFFA, vom 14.–19. 5. 2022, Frankfurt am Main, www.iffa.com ■

WENN EIN BOBO BEI EINEM BAUERN LERNT

Was als virales Wutvideo vom steirischen Bergbauern Christian Bachler begann – kommt ab 21. April nun als „Der Bauer und der Bobo“ in die österreichischen Kinos.

Der Bergbauer Christian Bachler betreibt auf 1.450 Metern mit Kühen, Alpenschweinen, Yaks, Gänsen und Hühnern eine alternative Landwirtschaft mit Almbetrieb und Selbstvermarktung. Mit 20 Jahren hat er den Hof übernommen und mit leicht erteilten Raiffeisen-Krediten eine konventionelle Milchproduktion aufgezogen. Dann wurden die Subventionen verändert, schließlich brach der Milchpreis ein. Aber die Schulden blieben – trotz des Umstiegs in die alternative Landwirtschaft.

Aus Bobo wird Freund

Irgendwann beginnt er auf Facebook einen Streit mit dem Falter-Chefredakteur Florian Klenk, weil dieser ein Urteil lobt, in dem ein Bauer für das gefähr-

liche Verhalten seiner Kühe verurteilt wurde. Klenk sei ein „arroganter Oberbobo“ und soll „vom Bobo-Ross steigen und zum Praktikum kommen“. Klenk kommt und lernt Bachler und seine Welt kennen. Aus dem Streit wird Freundschaft. Aus dem verschuldeten Hof wird via Crowdfunding eine schuldenfreie Landwirtschaft.

Kinotickets gewinnen

... und aus der Geschichte wurde ein Kinofilm. „Der Bauer und der Bobo“ ist ab 21. April in den Kinos zu sehen. Fleisch & Co verlost 2 x 2 Kino-Gutscheine plus jeweils ein Filmplakat.

Das Gewinnspiel läuft – wie kann es anders sein auf Facebook: Ab 15. April auf www.facebook.com/fleischerzeitung. ■





WIR FLEISCHER MÜSSEN NEUE WEGE DENKEN!

Im Interview mit Fleisch & Co spricht Peter-Paul Schweighofer über das Fleischerhandwerk, Preisspirale, Fachkräftemangel und den neuen Auftritt der Tiroler Landesinnung.

Kein Bundesland war so betroffen von der Pandemie wie unseres, sagt Berufszweigsprecher und Fleischermeister Peter-Paul Schweighofer. „Viele meiner Tiroler Metzgerkollegen sind von den Lieferungen an die Gastronomie und Hotellerie abhängig. Und diese Betriebe hat es arg erwischt.“ Die Unterstützungsleistungen und Förderungen seien wichtig und hilfreich gewesen, aber letztlich auch nicht immer treffsicher. „Wir wissen aber alle“, ist der Tiroler sicher, „dass ohne diese Hilfszahlungen die Situation dramatisch geendet hätte.“

Auf der anderen Seite weiß Schweighofer, der als Sprecher der Tiroler Landesinnung der Lebensmittelgewerbe die Tiroler

Metzger vertritt, dass die Krise auch Positives gebracht hat. Im Gegensatz zu den starken Umsatzeinbußen bei Betrieben, die etwa tourismusabhängig sind, habe der Lebensmittelhandel, das Lebensmittelgewerbe und speziell auch die Metzgereibetriebe – „vor allem Betriebe, die auf das Metzger-Detailgeschäft konzentriert sind“ – gute Zuwächse in den letzten zwei Jahren verzeichnen können.

Der Aufwärtstrend

Auf die Frage, ob das Fleischerhandwerk in der Corona-Krise einen nachhaltigen Aufwind erlebt hat, ist Schweighofer allerdings zwiespalten. „Es hat Kunden gegeben, die uns bzw. das Fleischerhandwerk neu oder

wiederentdeckt haben. Für meinen Betrieb kann ich aber sagen, jene Kunden, die schon vor der Pandemie bei uns eingekauft haben, tun es nach wie vor.“ Schweighofer glaubt aber, dass aufgrund der Quarantänebestimmungen und Ausgangsregelungen, Kunden zum Teil regelrecht gezwungen waren beim Fleischer einzukaufen. „Ob das nachhaltig ist, bleibt abzuwarten.“

Für den eigenen Betrieb zieht Peter-Paul Schweighofer folgende Bilanz: „Wir haben durchaus einige neue Kundschaften dazugewonnen. Profitiert haben wir letztlich davon, dass wir nicht von Gastronomie und Tourismus abhängig sind. Wir sind ein klassisches Fleischerfachgeschäft (siehe Bild rechts). Gemeinsam mit mei-

ner Frau Ingrid und Sohn Michael (gelernter Koch und Fleischermeister) und Tochter Theresa, die im Verkauf tätig ist, führen wir unsere Metzgerei in Götzens nahe Innsbruck. Zusätzlich beschäftigt die Metzgerei Schweighofer weitere drei Mitarbeiter.“

In dritter Generation

Im täglichen Handwerk wird großer Wert auf Regionalität und hochwertige Verarbeitung gesetzt. Neben regionalen Fleisch- und Wurstprodukten gibt es Spezialitäten wie heimischen Fisch, Essig und Öle, Pesti, Käse und mehr. Beliebt sind die von Sohn Michael Schweighofer zubereiteten Mittagsmenüs und das seit der Corona-Krise angebotene Take-away-Angebot.

Die seit 1926 bestehende Metzgerei führt Peter-Paul Schweighofer seit 1998 in der dritten Generation. Im Interview mit Fleisch & Co spricht er über das Fleischerhandwerk, Preisspirale, Fachkräftemangel und den neuen Auftritt der Tiroler Landesinnung im Verbund mit Metzger, Bäcker, Konditoren und Nahrungs- und Genussmittelgewerbe.

Fleisch & Co: Wie steht es aktuell um das Fleischerhandwerk in Tirol?

Peter-Paul Schweighofer: „Zuerst einige Zahlen dazu: Bis 2001 hatten wir 185 Mitgliedsbetriebe. Jetzt 20 Jahre später haben wir nur noch 130. Das ist schon ein bemerkenswerter Rückgang – denn es gilt, zu bedenken, von den 130 sind es 120 aktive Berechtigungen und da sind auch Filialen von Fleischereien dabei, die einen eigenen Metzger angestellt haben, wo es Zerlegung gibt. Bäuerliche Schlachtstätten sind da auch dabei. Das heißt also, die effektive Zahl der aktiven Metzger ist also weit geringer als die 120. Wir reden hier also von ungefähr 70 Fleischern, die es in Tirol gibt. Der Rückgang ist da. Anderen Gewerben, wie den Bäckereien, geht es aber ähnlich.“

Was haben diese Betriebe „richtig“ gemacht?

„Die Betriebe, die es jetzt noch am Markt gibt, sind allesamt Top-Betriebe. Sonst könn-

ten sie nicht am Markt bestehen. Alle diese Betriebe erzeugen Spitzenprodukte und behaupten sich erfolgreich. Ich kann mich auch an keinen Metzgereibetrieb der letzten Jahre erinnern, der aus wirtschaftlichen Gründen zusperren musste.“

Man muss an dieser Stelle aber auch erwähnen, dass Top-Betriebe vom Markt verschwunden sind. Das hatte aber andere Gründe. Die Schließungen erfolgten meist, weil kein Nachfolger gefunden wird. Das ist ein großes Problem, eigentlich das größte Problem in unserer Branche neben dem Personalmangel.“

Wie sind diese Betriebe aufgestellt?

„Was als Nächstes auf die Betriebe massiv an Belastung dazu kommt bzw. schon virulent ist, ist das Preisgefüge. Hier haben wir eine außerordentliche Entwicklung. Allein bei den Verpackungs- und Produktionsmaterialien, die ein Metzger dringend braucht, sind die Preise im Fleischsektor dramatisch angestiegen. Wir reden hier nicht von einigen Prozenten, sondern teilweise von bis zu einem Drittel.“

Welche Auswirkungen haben all diese Preissteigerungen?

„Zum Beispiel hat sich auch das Rindfleisch enorm verteuert. Diese Belastungen an den

Bessere Performance.

Nr. 1 Qualität für höhere Produktionseffizienz.

Kennt meist bessere Lösungen.

Christian Hofer / Vertriebsleitung

GRAMILLER

www.gramiller.at

inspiranto



Kunden 1:1 weiterzugeben, ist fast unmöglich. Um hier konkurrenzfähig zu bleiben, muss der Betrieb diese Kosten zum Teil selbst tragen und da kommen wir in eine negative Entwicklung hinein.

Das verschlechtert natürlich die Ertragssituation. Wenn man dann noch die künftigen Lohnverhandlungen bei steigender Inflationsrate einbezieht, sieht die Zukunft nicht rosig aus. Oder um es deutlich zu sagen, da wird einem angst und bange. Das ist eine große Herausforderung für unser Handwerks.

Steigende Löhne und gleichzeitig Preissteigerungen – ein Teufelskreis ...

„Genauso ist es. Zum einen, wenn man heutzutage nicht gut zahlt, wird man auch keine entsprechenden Mitarbeiter:innen bekommen. Zahlt man nicht weit über Kollektiv, ist man am Arbeitsmarkt nicht mehr konkurrenzfähig. Kleine Betriebe können aber keine Zusatzboni, wie Führerschein oder Ähnliches zahlen.

Auf der anderen Seite, sind die wenigsten bereit, eine 40-Stunden-Woche zu machen. Das wirkt sich insbesondere im Fleischverkauf aus. Für Freitag und Samstag eine(n) Verkäufer:in zu finden, das ist sehr schwierig, fast unmöglich. Geschultes Personal zu finden, ist sicherlich die größte Herausforderung für die Fleischerbranche.“

Gibt es Lösungen für den Fachkräftemangel?

„Das ist schwierig. Die Babyboomer-Generation geht bald in Pension. Die nachfolgenden Generationen haben teilweise eine andere Einstellung zur Arbeit. Stichwort Work-Life-Balance und Viertagewoche. Doch was nützt uns diese, wenn wir von Montag bis Samstag das Geschäft offen haben? Hier müssen wir uns als Betriebe komplett anders orientieren und müssen auch neu denken und immer flexibler sein.“

Wo könnten diese neuen Wege hinführen?

„Eine Einstellung wie vor zehn Jahren hat heute keinen Platz mehr. Man muss ganz neu denken. Wenn ich am Samstag nicht mehr in der Lage bin, das Geschäft anständig zu führen, weil keine entsprechenden Fleischfachverkäufer:innen zu finden sind, dann muss ich mir überlegen, das Geschäft eben von Dienstag bis Freitag offen zu halten. Die Fleischerbetriebe werden sich mit kürzeren oder angepassten Öffnungszeiten anfreunden müssen. Man muss die Kräfte, die man noch hat, bündeln. Und dabei auf das Verständnis der Kunden hoffen. Man wird sich auch überlegen müssen, inwieweit man mehr vorverpackte Ware anbietet. Alles in allem wird es eine herausfordernde Zeit.“

An der Ausbildung im Fleischerhandwerk hapert es nicht?

„Wir haben sicherlich eine sehr gute Ausbildung. Wir haben momentan 51 Lehrlinge in Tirol, die von 28 Lehrbetrieben kommen. An der Fachberufsschule in St. Nikolaus in Innsbruck wird wirklich sehr gute Arbeit geleistet. Dort sehen wir, dass auch das Ausbildungsniveau in den Betrieben sehr gut und hoch ist. Besonders erfreulich ist, dass wir jedes Jahr einen Meisterprüfungskurs zustande bringen und dass daraus erfahrungsgemäß neue Betriebe hervorgehen. Heuer sind es 16 Teilnehmer.“

Wie ist das Verhältnis der gewerblichen Fleischer zur Direktvermarktung?

„Grundsätzlich ein gutes und gleichzeitig auch ein unbefriedigendes. Die unterschiedliche Einordnung von gewerblichen Fleischern und landwirtschaftlichen Betrieben in Kombination mit Metzgerei, ist nach wie vor ein Thema, das uns unter den Nägeln brennt. Wir fürchten uns nicht vor Konkurrenz, hätten aber gerne die bäu-



„Die Kräfte zu bündeln, macht Sinn. Ob Metzger oder Bäcker – wir stehen alle vor denselben Herausforderungen.“

Peter-Paul Schweighofer, Berufszweigsprecher und Fleischermeister

erlichen Fleischer als Mitgliedsbetriebe in der Wirtschaftskammer. Es ist aber nachvollziehbar, dass die Direktvermarkter nicht zuletzt, aufgrund höherer Förderungen und unterschiedlicher Besteuerung sprich Pauschalierung, keine Unternehmer werden wollen. Das hier mit zweierlei Maß gemessen wird, ist heutzutage immer schwerer einzusehen. Auch weil die Auflagen immens sind für die gewerblichen Fleischer. Übrigens: Für Hofläden würde eine einheitliche Regelung auch diesbezüglich mehr Sicherheit bringen.“

Die Tiroler Fleischer haben einen neuen Auftritt. Wie kam es dazu?

„Wir sind mit der Fleischerinnung schon seit Jahren auf allen Kanälen aktiv. Im Zuge der Kammerreform gab es dann die Zusammenlegung der Gewerbe der Fleischer, Bäcker und Konditoren, Molkereien sowie Nahrungs- und Genussmittel. Wir sind jetzt der Branchenverband Ernährung. Folgerichtig kamen wir zum Schluss, dass es nachteilig ist, wenn jedes Gewerbe seinen eigenen Auftritt, seine eigene Agentur hat. So haben wir uns zum gemeinsamen Auftritt entschlossen.“

Wie kommt er an?

„Sehr gut. Wir haben laufend steigende Zugriffe auf der neuen Website tirol-schmeckt.at. Wir werden auch in den sozialen Medien gut wahrgenommen. Im April planen wir eine Tour durch die Tiroler Bezirke, um ‚Tirol schmeckt‘ der Öffentlichkeit vorzustellen. Das war eigentlich schon länger geplant, aber die Pandemie hat uns einen Strich durch die Rechnung gemacht.“

Wie ist derzeit das Image der Fleischer?

„Durch den Branchen-Zusammenschluss wurden die Tiroler Gremien neu organisiert. Sitzungen und Beschlüsse dementsprechend angepasst. Unsere Stoßrichtung ist das Service für und Kontakte zu den Mitgliedsbetrieben. Doch auch da gab es Abstriche wegen der Pandemie. Wir wollen deshalb wieder einen Metzgerstag veranstalten. Mit Simon Franzoi hat der Branchenverband einen neuen Geschäftsführer in der Wirtschaftskammer Tirol. In der Bundesinnung hat der Informationsfluss in der Krise sehr gut funktioniert. Hier wurde sehr gute Arbeit geleistet. Weiterhin aber müssen wir am Image der Fleischer schrauben.“

Barbara Egger ■

ANGESTELLTE IN GASTRONOMIE UND HOTELLERIE AM UNZUFRIEDENSTEN

Der aktuelle StepStone Jobreport 2022 zeigt, dass in den Berufsgruppen Gastronomie, Hotellerie und Verkauf (Einzel- & Großhandel) die größte Jobunzufriedenheit herrscht.

Bei der Frage, wie zufrieden sie aktuell mit ihrer beruflichen Situation sind, liegen Angestellte aus der Pflege, Gastronomie und Hotellerie und dem Verkauf auf den letzten Plätzen. Das zeigt der aktuelle StepStone-Jobreport, für den 2000 Personen repräsentativ für ganz Österreich im Jänner 2022 befragt wurden.

Grundsätzlich sorgt die Entwicklung der vergangenen Monate aber für mehr Zufriedenheit bei den Beschäftigten. Zwei Drittel der Österreicher:innen (66 %) sind zufrieden mit ihrer beruflichen Situation. Angestellte sind zufriedener: 71 % der Angestellten, aber nur 55 % der Selbstständigen sind sehr oder eher zufrieden. Beschäftigte im Gesundheitswesen (Ärzt:innen, Pfleger:innen, Arzthelfer:innen) zählen zu den unzufriedensten Berufsgruppen. Am unzufriedensten sind die Beschäftigten im Verkauf (Einzel- und Großhandel).

Die mit Abstand glücklichsten Berufsgruppen sind übrigens Marketing, PR, Werbung gefolgt vom Personalwesen. Diese Jobs wurden 2021 stärker nachgefragt als alle anderen – die Anzahl der ausgeschriebenen Jobs ist in beiden Berufsgruppen im Vergleich zum Jahr davor um jeweils 60 % gestiegen.

Jede(r) Vierte will wechseln

Die Unzufriedenheit wirkt sich auch auf die Wechselbereitschaft aus, zeigt die StepStone-Erhebung: So ist mehr als jeder vierte Beschäftigte aus Gastro und Hotellerie fest entschlossen, sich beruflich neu zu orientieren. Rund 28 % aller Befragten wollen sich wegen der Erfahrungen in der Krise nach einem neuen Job suchen oder haben erst kürzlich den Arbeitgeber gewechselt. Jeder Fünfte (21 %) gibt an, während der Krise neue berufliche Bedürfnisse entwickelt zu haben. „Viele

haben sich im Lockdown umorientiert und wurden in Branchen wie Handel oder Industrie mit offenen Armen empfangen, weil sie einen ausgeprägten Service-Gedanken mitbringen und Freude am Umgang mit Menschen zeigen. Hinzu kommen auf der anderen Seite die tendenziell schwierigen und unflexiblen Arbeitszeiten“, skizziert Nikolai Dürhammer, Geschäftsführer von StepStone Österreich, einige der Herausforderungen der Branche bei der Personalsuche.

Eigener Marktwert wird unterschätzt

Wird der eigene Marktwert als hoch eingeschätzt, motiviert das zum Jobwechsel: Doch dieses Gefühl ist (noch) nicht so ausgeprägt. Nur etwa die Hälfte der Befragten (54 %) nimmt die eigenen Chancen am Arbeitsmarkt als sehr gut oder eher gut wahr, wobei Männer ihre Chancen tendenziell als besser einschätzen als Frauen.

Als Beispiel die Berufsgruppe Verkauf (Einzelhandel): Obwohl die Anzahl der Jobausschreibungen mittlerweile wieder über dem Vor-Corona-Niveau liegt, denken nur 11 %, dass sie sehr gute Chancen am Markt hätten. 23 % sind sogar der Meinung, ihre

Chancen am Jobmarkt seien derzeit (sehr) schlecht. „Allerdings hat sich diese Branche nur langsam vom ersten Covid-Schock erholt: Erst Ende 2021 lag die Anzahl der Jobs im Einzelhandel wieder auf Vor-Corona-Niveau. Die Verbesserung dürfte hier wohl erst langsam bei den Beschäftigten spürbar werden“, so Corina Drucker, Studienleiterin und Pressesprecherin von StepStone Österreich.

Work-Life-Balance ist wichtiger

Bei Arbeitgebern sorgt die Unzufriedenheit der Angestellten für Kopfzerbrechen, denn: Die meisten Branchen erleben einen Aufschwung, gerade gut ausgebildete Fachkräfte werden dringend gesucht. Laut der Befragung möchten 76 % der Österreicher:innen künftig im Homeoffice arbeiten, und zwar mehrere Tage pro Woche. 73 % sagen, dass ihnen eine gute Work-Life-Balance während der Pandemie wichtiger geworden ist. Auf der anderen Seite sagen nur 64 % „den Job zu behalten, ist mir wichtiger“.

Im Vergleich dazu: Auf dem gesamten Stellenmarkt werden Gleitzeit, flexible und eigenverantwortliche Arbeitszeiten derzeit in etwa jeder achten Stellenanzeige genannt. ■

Kleiner Anzeiger

Suche & biete

Suche gebrauchte Brüh- und Enthaarungsmaschine.
Verkaufe 150 Liter & 200 Liter Schlachtkessel. 0664/35 84 002



**Mehr
Kutter- und Cliptechnik**




**TIPPER TIE
ALPINA**

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

Inserieren Sie im Kleinanzeiger und werben Sie für wenig Geld.
Tanja Braune • T +43 676 634 27 07 • E online@fleischundco.at

KRISE ALS TRUMPF? DER WEG DER ÖSTERREICHISCHEN GEFLÜGELMAST

Der Ukraine-Krieg sorgt für unsägliches, menschliches Leid und wird auch die Landwirtschaft und unsere Lebensmittelproduktion verändern. Die Ukraine ist eine große Agrarnation mit Ackerflächen, Saatgutvermehrung und einer produktiven Geflügelwirtschaft. Ein Blick über Grenzen mit Markus Lukas.

Markus Lukas ist leidenschaftlicher Bauer, Netzwerker und Kritiker. Der landwirtschaftliche Quereinsteiger hat als bäuerlicher Unternehmer bereits mehrere Standbeine umgesetzt und erfolgreich betrieben. Dazu zählt neben der Geflügelwirtschaft auch die Schafhaltung, Gemüseproduktion oder auch die Biogas-Erzeugung. Mit dem EU-Beitritt hat sich der Steirer und gelernte Tischler und Meister für die Geflügelwirtschaft als Hauptstandbein entschieden und im Jahr 2016 einen neuen und modernen Stall für die Hühnermast gebaut. Somit stehen dem Obmann der GGÖ (Geflügelmastgenossenschaft Österreich) aktuell 52.000 Stück Mastplätze zur Verfügung.

Seit Beginn seiner Tätigkeit setzt er auf das Prinzip der kurzen Wege und hat mit 40 Minuten zur Brüterei, 35 Minuten zum Schlachthof und 30 Minuten zum Futtermittelwerk eine schnelle und nahe Versorgung an vor- und nachgelagerten Produktionsschritten.

Leidenschaftlicher Netzwerker

Mittlerweile erfüllt der gebürtige Murecker mehrere Funktionärsaufgaben sowohl im Mastbereich als auch in der ZAG (Zentrale Arbeitsgemeinschaft der österreichischen Geflügelwirtschaft) und ist im Landesbauern-

vorstand der Steiermark bzw. auf Ortsebene auch Gemeindebauernbundobmann. Ein Multifunktionär oder Tausendsassa? Den Anschein könnte es haben, dass Markus Lukas ein Sammler von Ämtern und Einfluss ist. Er gilt in der Branche als motivierter Netzwerker, einer, der den Dialog sucht, Ehrlichkeit schätzt und mit Ruhe Dinge angeht. Er ist kein Polterer, aber kämpft bestimmt für die Geflügelwirtschaft. So ist es ihm und seinen Vorgängern zu verdanken, dass es regelmäßige Dialoge zwischen Schlachtbetrieben, Futtermittelfirmen und allen Handelsvertretern gibt. NGOs sind hier zudem kein „Gegner“, sondern wichtiger Partner etwa bei Tierwohl-Programmen.

Österreich als Vorreiter

Die Stärke der österreichischen Geflügelwirtschaft ist deren Zusammenhalt und die Abbildung der Produktionskette vom Elterntier zu den Mästern. Dieser Grund ist auch ausschlaggebend für die Stärke gegenüber dem Handel und der Schlachtbetriebe. Das österreichische Geflügelfleisch wird auf höchstem, internationalem Standard produziert und zählt mit dem Mehrwert-Paket (mehr Platz, mehr Licht, mehr Luft) zu den Paradebeispielen pro-aktiver Geflügelhaltung.

So werden keine Stallungen ohne Wintergarten und Bodenheizung gebaut und eine gentechnikfreie Fütterung ist flächendeckend umgesetzt. Das ist jedoch auch kein Zufall. Die Österreichische Regierung und der Handel haben vor Jahren einen maßgeblichen Schritt gesetzt und die Besatzdichte auf 30 kg/m² begrenzt. Eine politische Entscheidung mit einem folgenden Erdbeben in der Branche. Die Reaktion war jedoch kein Zerfall der Branche, sondern ein Zusammenrücken der gesamten Produktionskette. Mittlerweile kann Markus Lukas sagen, dass es nach einer langen Talsohle, ein Goldgriff war und sowohl die Tiergesundheit als auch das Tierwohl gegenüber den Nachbarländern stark gestiegen ist und Österreich eine Vorreiterrolle einnimmt. So hat das österreichische Masthuhn 40 Prozent (!) mehr Platz als die Kollegen in den Nachbarländern. Ein Umstand, der auch gezahlt werden muss und in der Kalkulation gerechnet wird.

Corona: Motor oder Stopp-Schild?

Die mittlerweile zweijährige Pandemie hat für die österreichische Geflügelmast durchaus positive Effekte erzielt. Der Kunde greift im Handel vermehrt auf österreichische Qualität und aufgrund des fehlenden Außer-Haus-Verzehrs konnte im Jahr 2020 eine Steigerung von 8 % und im Jahr 2021 von 1,7% verzeichnet werden.

Dabei hilft auch, dass Geflügelfleisch ein gesundes Image hat, leicht zuzubereiten ist und dass ganze Tiere verwendet werden. Jedoch wurde in dieser Zeit ein Umstand aufgedeckt, der mittlerweile als Steckenpferd von Markus Lukas gilt. Die öffentliche Beschaffung kauft beinahe kein österreichisches Geflügelfleisch! Eine kleine Finte – der Knochen-trick – führt dazu, dass ukrainisches Geflügelfleisch aus dem Unternehmen russischer Oligarchen als EU-Fleisch eingeführt werden kann. Markus Lukas selbst hat es in einer Ministeriums-Kantine in Wien erlebt und deshalb „Feuer gefangen“. Am Traktor kommen ihm die besten Ideen und so hat er das Projekt SNEG aus dem Boden gestampft. Das zweijährige Unterfangen ist eine Serviceeinrichtung



Als GGÖ Obmann und ZAG Obmann Stellvertreter besitzt Markus Lukas ein umfassendes Wissen über den Puten- und Masthuhnbereich. Er steht im engen Kontakt zu den Schlachthöfen und bringt dieses Branchenwissen in das Projekt ein.

für Großküchen, Gastrozusteller und Großhändler und informiert und berichtet zum Mehrwert österreichischen Geflügelfleisches. Neben Kaltakquise auch mit aufbereiteten Informationen, Veranstaltungen, Online-Seminaren und natürlich Exkursionen in die Praxis. Die Zielgruppe ist klar der Entscheider und sitzt somit direkt in der Küche und sind meist die Küchenchefs.

Der „Knochen-Trick“ wurde politisch ausgehebelt und so konnten auch bereits große Erfolge erzielt werden. Der wirtschaftliche Aufwand bewegt sich bei rund EUR 0,40 bis EUR 0,70 pro Portion. Der nächste Call für Projekte steht 2023 an und so ist es nicht verwunderlich, dass auch andere Branchen durch diese Serviceeinrichtung abgedeckt werden sollen.

Hindernisse vs. Herausforderungen!

Der motivierte Steirer hat mit dem Handel einen ständigen Dialog und lobt diesen auch für die Herkunftskennzeichnung des Geflügelfleisches. Ein Umstand, der nicht überall gegeben ist und hier aber als ungeschriebenes Gesetz gilt. So ist es auch interessant, dass der österreichische Handel nur österreichische Konsumeier (Schaleneier) anbietet und keine ausländische Ware. Ein Gentlemen's Agreement vor vielen Jahren, ungeschrieben und wünschenswert für so viele weitere Produkte in den Regalen.

Die größte „Baustelle“ ist das Budget für die öffentliche Beschaffung. Einige Länder zahlen besonders in Landeskrankenhäusern und Krankenanstalten den finanziellen Mehraufwand für regionale bzw. österreichische Qualität mit – nicht überall ist das der Fall. So muss speziell das Budget für diese Einrichtungen ins Ziel genommen werden, um hier Fuß zu fassen. So lässt sich sagen, dass rund 80 % der österreichischen Produktion über den Handel abgesetzt und ein Fünftel teilen sich öffentliche Beschaffung und Tourismus.

Hier kommt auch wieder die Serviceeinrichtung SNEG ins Spiel und tritt als Vernetzer auf. Kurzum: Die Logistik in Österreich ist kein Problem – es gibt kein Gasthaus, wo



es nicht möglich ist, österreichisches Geflügel hinzubringen, hält Markus Lukas unumwunden fest!

Ukraine: Agrarnation im Krieg!

Der Artikel wurde am 19.3.2022 geschrieben und bei einem so dynamischen Ereignis können viele Geschehnisse die Situation verändern. Deshalb der aktuelle Blick auf die Lage. Die Ukraine gilt als Agrarnation in vielen Bereichen – so zählt das Land am Schwarzmeer nicht nur zu den größten Futtermittelproduzenten, sondern hat auch eine schlagkräftige Geflügelproduktion. Ein ukrainischer Konzern schlachtet rund eine Mio. Tiere pro Tag und zählt so gleich zu den sechs größten in ganz Europa, um nur eine Dimension zu beleuchten. Die Einfuhr von rund 100.000 bis 120.000 Tonnen Geflügelfleisch und davon die Hälfte Hühnerbrust, fehlen aktuell. Deshalb hat sich der größte, deutsche Verarbeiter, Tönnies, bereits berufen gefühlt, auf die angespannte Versorgungslage hinzuweisen und spricht von fehlenden 3.000 Tonnen pro Woche.

So ist die Ukraine nicht nur Lieferant in die EU, sondern vor allem nach Nordafrika und hier sind große Versorgungsengpässe zu befürchten. Die EU kann mit Weizen und Mais viele Dinge ausgleichen, jedoch fehlen der Raps- und Sonnenblumenschrot bzw. das europäische Soja. Die nächsten Wochen werden zeigen, was angebaut wird und werden kann. Zudem zählt das Land als großer Saatgutvermehrter und diese Auswirkungen werden wir erst nächstes Jahr bei unserer Feldbestellung merken. Das Nachbarland Polen könnte hier ein wichtiger Lückenschließer sein, jedoch fehlen hier die ukrainischen Arbeitskräfte, die zuletzt mit 1,2 Millionen ei-

nen Großteil der Produktion aufrechterhielten. Zu erwarten ist eine geringere Versorgung mit Geflügelfleisch. Die Logistik spielt auch hier eine zentrale Rolle und der routinemäßige Schiffsverkehr ist mit den Minenfeldern in den Schwarzmeerbahnen zum Erliegen gekommen und braucht Monate, um wieder hergestellt werden zu können. Der Lkw ist hier nur eine minimale Abhilfe, angesichts der prekären Lage und fehlender Fahrer.

So wäre es nicht die österreichische Geflügelwirtschaft, die auch hier eine Roadmap im Blick hat. Neben der ersten Versorgung für dieses Jahr mit Rohstoffen und einem Lager für die Ernte 2023, wird man auch sicher über alternative Eiweißquellen kurzfristig diskutieren müssen. Die Folge wird aber auch hier vermutlich sein – Reduktion der Produktion und ein folgender, höherer Preis.

Stolz Geflügelbauer zu sein!

Die Zukunft sieht Markus Lukas, trotz der aktuellen Pandemie und dem Ukraine-Krieg als gut für die österreichische Geflügelwirtschaft an. Die Produktqualität braucht keinen Vergleich in der Welt zu scheuen und das Huhn als solches ist ein sehr guter Futterverwerter mit geringem Futterverbrauch im Vergleich. Der Kopf der Geflügelmäster ist stolz auf das qualitative Produkt, seine Berufskollegen und der Mehrwert muss weiter transportiert und besser kommuniziert werden. **Matthias Mayr** ■

*SNEG: Servicestelle für nachhaltige Beschaffung von Ei & Geflügel: www.sneg-online.at
GGÖ: Geflügelmastgenossenschaft Österreich: www.gefluegelmast.at*



Zum Tag des Geflügels am 19. März nahm der Verein Land schafft Leben die österreichische Produktion von Hühnerfleisch sowie dessen Konsum unter die Lupe.

TAG DES GEFLÜGELS: HÜHNERFLEISCH WIRD IMMER BELIEBTER

Puten, Gänse, Enten, Hühner: Sie alle gehören zur Kategorie Geflügel. In Österreich wird vor allem das Hühnerfleisch gerne gegessen. Während der Fleischkonsum insgesamt in Österreich leicht abnimmt, wird immer mehr Hühnerfleisch konsumiert. Die Österreicher:innen aßen davon im Jahr 2020 ungefähr 9,5 Kilogramm pro Kopf.

Die Herausforderung mit den Teilen

Österreich kann sich zu 88 % mit Hühnerfleisch selbst versorgen, wobei einige Teile beliebter sind als andere. Besonders beliebt ist bei den Konsument:innen im Handel wie auch in der Gastronomie das Brustfleisch. Bei steigender Tendenz macht es rund 46 % des gesamten Verkaufswertes im Lebensmitteleinzelhandel aus, die Keulen knapp ein weiteres Viertel. Ganze oder halbe Hühner hingegen werden immer seltener gekauft.

Mit ein Grund dafür sind die kleiner werdenden Haushalte. Die Verarbeitungsbetriebe stellt das vor eine Herausforderung: Sie müssen neue Produkte und Konzepte entwickeln, um alle Teile des Huhns zu verkaufen. Öster-

reichisches Hühnerfleisch wird auch exportiert, hauptsächlich ins EU-Ausland.

Strenge Haltungsregelungen

In keinem anderen EU-Land haben Masthühner in konventioneller Haltung laut Gesetz so viel Platz wie in Österreich. Neben Einstreu, Futter und Stallklima ist vor allem auch der Platz pro Huhn im Stall vorgegeben: In der EU gibt es eine Mindestvorschrift für die Haltung von Masthühnern. Diese schreibt vor, dass auf einem Quadratmeter 33 kg Hühner stehen. Ausnahmeregelungen erlauben limitiert das Gewicht an Hühnern pro Quadratmeter auf 30 kg. Bei einem Huhn von etwa zwei Kilogramm sind das ungefähr 14 ausgewachsene Tiere auf einem Quadratmeter. Bis zur Schlachtung darf dieses Limit nicht überschritten werden.

„Laut EU-Vorschrift dürfen umgerechnet bis zu 20 Tiere auf einem Quadratmeter gehalten werden. In Österreich sind es ‚nur‘ rund 14. Auch das ist viel, dennoch haben heimische Hühner mehr Platz – ein guter Grund, um beim Einkauf auf die Herkunft zu

achten. Denn nur, wenn wir die Produktion im eigenen Land haben, können wir auch die Produktionsbedingungen weiter beeinflussen“, sagt Hannes Royer, Obmann des Vereins Land schafft Leben. Im Bio-Bereich dürfen EU-weit auf einem Quadratmeter maximal 21 kg Hühner stehen, das sind etwa zehn Tieren.

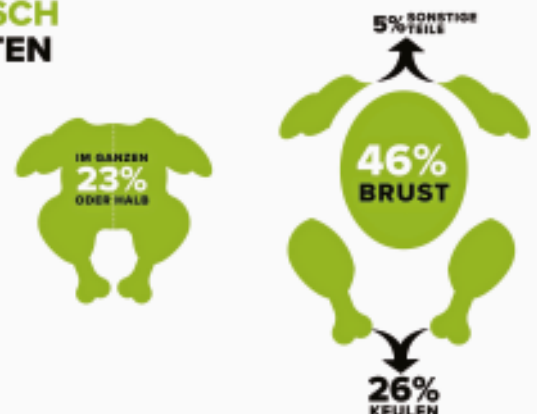
... und männliche Küken?

Hühnerfleisch ist das Fleisch geschlachteter männlicher und weiblicher Hühner. Ein Großteil des verkauften Frischfleisches kommt von Hühnern, die nur für die Mast gezüchtet und aufgezogen wurden. Ausnahmen sind die sogenannten „Bruderhähne“, die aufgezogenen männlichen Küken aus der Legehennenzucht. Das umstrittene Aussortieren der männlichen Küken ist ausschließlich in der Eier-Produktion Thema. Die männlichen Tiere können keine Eier legen und setzen viel langsamer Fleisch an als Mastrassen, deshalb wird der Großteil aussortiert. Die Branche hat sich geeinigt, dass seit Beginn dieses Jahres sämtliche männliche Küken entweder als Futterküken verwendet oder aufgezogen werden müssen. ■

HÜHNER PRO QUADRATMETER



NACHFRAGE NACH BRUSTFLEISCH AM GRÖSSTEN



MINUS 49 PROZENT: GEFLÜGELHOF REDUZIERT DIE CO₂-BELASTUNG IN DER EIER-PRODUKTION

„Carbon Footprint“ – der CO₂-Fußabdruck von Eiern wird maßgeblich von den Futtermitteln für die Legehennen bestimmt. Das belegt jetzt eine aktuelle Studie des Forschungsinstituts für Biologischen Landbau Österreich (FiBL).

Legehennen-Betriebe können ihren CO₂-Ausstoß massiv reduzieren, wenn sie auf regionales zertifiziertes Soja und andere heimische Leguminosen setzen –, das zeigt eine aktuelle Studie eindeutig.

Im Jahr 2021 beauftragte Donau Soja das renommierte Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) Österreich, die Effekte bei Verwendung von Donau Soja/Europäer Soja-zertifizierten Produkten in der CO₂-Bilanz der Schalen-Eier des Geflügelhofs Teichweiden zu untersuchen. Die Primärdatenerhebung erfolgte September bis November 2021.

Anfang März wurden die Ergebnisse mit der deutschen Agrarministerin Susanna Karwanskij präsentiert wurde. Im Vergleich zum deutschen Durchschnittsei führt der Teichweiden-Futtermix neben anderen Faktoren wie geringeren Stallemissionen zu einer beeindruckenden CO₂-Reduktion um rund die Hälfte! „Nach dem Vorbild des Geflügelhofs Teichweiden können deutschlandweit circa 1,3 Millionen Tonnen CO₂ pro Jahr vermieden werden. Das entspricht den Emissionen der Gesamtbevölkerung von Jena“, so Susanne Fromwald, Senior Advisor des Vereins Donau Soja.

Minus 49% CO₂-Ausstoß

2020 konsumierten Menschen in Europa durchschnittlich 237 Eier, 117 Kilogramm verschiedener Milchprodukte, 58 Kilo Schweinefleisch, Geflügel, Rindfleisch und anderes Fleisch sowie zwei Kilo Zuchtfisch. In einigen Fällen, wie bei Huhn und Lachs, ist die Menge an Sojafutter fast gleich der des produzierten Lebensmittels. 95 Gramm Soja werden benötigt, um 100 Gramm Zuchtlachs und 96 Gramm Soja für 100 Gramm Hühnerbrust zu produzieren. „Wir alle stehen vor der Herausforderung, unseren CO₂-Fußabdruck massiv zu verkleinern“, sagt Annerose Blöttner, Geschäftsführerin des Geflügelhofs Teichweiden. „Es lag also nahe, dass wir den Fußabdruck für unsere Legehennenhaltung und Eierproduktion ermittelt haben wollten. Seit sieben Jahren setzen wir in unserem Legehennenfutter gentechnisch unverändertes Soja aus europäischem Anbau ein. Dafür sind wir oft von BerufskollegInnen belächelt worden, da europäisches Soja teurer als Übersee-soja ist. Jetzt sind auch die VerbraucherInnen sensibilisiert und finden die Verwendung von europäischem Soja beispielhaft“, ist Blöttner überzeugt.

Österreich in der Vorreiterrolle.

Während in Österreich die Legehennen bereits weitestgehend mit Donau Soja gefüttert werden, besteht in Deutschland enormes Potenzial für die Verkleinerung des ökologischen Fußabdrucks. Von 3,5 Millionen Tonnen Soja, die jährlich in Deutschland verbraucht werden, sind nur etwa ein Viertel garantiert entwaldungsfrei. ■



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



MODERN UND DOCH **BODENSTÄNDIG**

Die Fleischerei Knauer im Tirolerischen Brixen im Thale ist ein handwerklicher Familienbetrieb im besten Sinne. Zwei Generationen halten das Unternehmen in Schwung und kürzlich stellte man die Weichen durch die Erneuerung des Geschäfts auf Vorfahrt. Als Partner für den Ladenbau erkor man den Münchner Experten Niederberger-Kramer.

Wenn man die Fleischerei Knauer betritt, dann umweht den Gast sofort jenes sympathische Gefühl von herzlicher Tiroler Gastfreundschaft, wie man es sich vorstellt. Barbara und Fritz Knauer sowie der Juniorchef Matthias Knauer, der mit 22 Jahren auch schon mit Stolz den Meistertitel führt, betreiben ihr Metier mit Herzblut und Leidenschaft. Das spürt man und sieht es in jeder Ecke des Betriebs. Sei es im neuen, supermodernen und doch klassischen Fachgeschäft, sei es in der Wurstküche, in der die Maschinen glänzen als wären sie alle neu, oder in der Vorbereitungsküche, in der die köstlichen Knauerschen Fertigmenüs oder die Wurstplatten mit viel Liebe zum Detail entstehen.

In vierter Generation

Johann Knauer senior übernahm am 1. Februar 1958 von seinem Vater Fritz Knauer, dem Unternehmensgründer, die kleine Fleischerei im Gasthaus Brixnerwirt. Die wöchentliche Schlachtung betrug drei bis vier Schweine und ein Rind. Hergestellt wurden drei Wurst- und zwei Würstelsorten. Schnell wurde der Betrieb im Gasthaus zu klein und Johann Knauer be-

gann 1963 mit dem Bau eines neuen Betriebsgebäudes am heutigen Standort. Im Herbst 1965 übersiedelte die Fleischerei in den neuen Betrieb. Die wirtschaftliche Entwicklung ging steil bergauf, daher wurden in den nächsten Jahren ständig Umbauten und Betriebserweiterungen vorgenommen. Natürlich musste auch die maschinelle Einrichtung erweitert und modernisiert werden.

Sohn Fritz Knauer, heutiger Seniorchef, übernahm im Februar 1988 mit seiner Gattin Barbara den jetzigen Betrieb, in dem auch Matthias Knauer seine Lehre absolvierte und 2020 den Meistertitel errang.

Umfangreiches Sortiment

Von drei bis vier Wurstsorten und zwei verschiedenen Würsteln ist heute keine Rede mehr, rund 100 Produkte stellen die Knauers in ihrer Spezialitätenmanufaktur her. Das Rohmaterial dafür bezieht der Betrieb von Lieferanten in Salzburg und Oberösterreich, die passgenau das liefern, was die beiden Knauers zum Wurst- und Speckproduzieren benötigen. Die Selbstschlachtung hat man 2016 eingestellt. Fritz Knauer sieht das ziemlich nüchtern: „Dank der Klassifizie-

rung erhalte ich stets die Qualität, die ich benötige. Bei Schweinen ist das die Klasse E1, also Tiere mit ordentlichem Speck, eingewachsenem Fett und kompaktem Fleisch.“

Flaggschiff des Hauses ist natürlich der Speck in Tiroler Qualität in den verschiedenen regionaltypischen Spielarten: Schinken-, Karree-, Bauch- und Schopfspeck. Weitere Highlights des Angebots sind die Landjäger, die kamin- und Knoblauchwürsten, das umfangreiche Kochschinkenprogramm mit



Honigkrusten-, Holzofen-, Rosmarin- oder Bauernschinken. An Würsteln sind die St. Johanner und die „scharfe Brixnerin“ (eine Bratwurst mit Cheddar und Jalapenos) zu erwähnen. Bei der Dauerwurst sind die „Tiroler“, die „Salvenberger-Hauswurst“ und die „Wilder Kaiser“ (Dauerwurst mit großem Kaliber und mit Kaltrauch über Sägemehl schonend geräuchert) zu nennen.

Ausgesprochen beeindruckend ist auch das Sortiment an Fertiggerichten, mit denen die Knauer ihre Kunden verwöhnen: Kalbsbeuschel, Gerstlsuppe, Chili con Carne oder Rindsgulasch, um nur einige zu nennen.

Das neue Geschäft

Schon seit einigen Jahren hat man sich bei den Knauern mit dem Thema „Geschäfts-umbau“ beschäftigt. Der Ausbruch von Corona hat den eigentlich für 2020 vorgesehenen Start des Unterfangens noch einmal verzögert, letztes Jahr war es dann aber so weit, die Familie Knauer entschied sich trotz aller mit Corona verbundenen Herausforderungen, vor allem der komplette Wegfall des Wintertourismus in der Saison 2020/2021 traf die Fleischerei hart, den Neubau des 60 m² großen Fachgeschäfts umzusetzen. Als Partner für das ambitionierte Vorhaben suchte man sich den bayerischen Ladenbauprofi Niederberger-Kramer aus.

Nach umfangreichen Planungen und Klärung aller Details schlossen sich die Pforten des alten Ladens am sechsten April 2021 für drei Wochen. So viel Zeit war für den Umbau eingeplant. Der Verkauf lief während dieser Phase in einem Verkaufsmobil im Innenhof des Unternehmens. Fritz Knauer ist noch heute angetan: „Es hat alles sensationell gut funktioniert. Von der Bauabwicklung, Zeitplanung bis zur Organisation der Professionisten. Wir selber haben schon zu Ostern 2021 mit dem Abriss des alten Geschäfts begonnen, der Start des Umbaus fiel auf den Diens-

tag nach Ostern. Ein idealer Zeitpunkt, weil für uns mit dem Ende der Wintersaison für kurze Zeit eine Beruhigung eintritt.“

Boden, Wände, Elektrik und Beleuchtung, alles wurde komplett neu eingerichtet, sodass sich die Fleischerei Knauer heute wie ein moderner, und gleichzeitig auch regional verhafteter, Genusstempel präsentiert. Das Geschäft ist wesentlich heller und freundlicher als vorher und ist klimatisiert, wodurch sich auch die MitarbeiterInnen wesentlich wohler fühlen. Auch die Abläufe wurden optimiert, um effizienter arbeiten zu können. Wie die Kunden darauf reagieren? „Unseren Kunden gefällt es, die Frequenz ist deutlich gestiegen. Auch weil ich jetzt jeden Tag im Geschäft hinter der Fleischtheke stehen kann, weil mir Matthias den Rücken frei hält.“ Einen kleinen Wermutstropfen erwähnt Fritz Knauer: „Leider konnten wir den Laden nicht vergrößern, dafür fehlte es an Platz.“

Dry Ager und die Theke Primo

Der Hingucker im neuen Geschäft ist der Dry Ager. Sohn Matthias Knauer tüftelt gerne mit Fleisch und bietet ein absolutes Schmanckerl an: „Unser Ribeye in der Rosmarinbutter habe ich entwickelt. Die Butter wird nach mei-

Eine moderne Fleischerei, die einfach zum Betreten und Goustieren einlädt: das neue Geschäft der Familie Knauer in Brixen im Thale.

Die Reifung von Rindfleisch, etwa im Rosmarin-Buttermantel, ist wiederum die Passion von Fleischermeister Matthias Knauer.

Der Tiroler Speck ist die große Leidenschaft von Fleischermeister Fritz Knauer.



nem Rezept veredelt und das Fleisch darf vier Wochen im Buttermantel reifen.“

Das Prinzip „Form Follows Food“ (frei übersetzt: „Die Thekenform richtet sich nach den Lebensmitteln“, *Anm. d. Red.*) trifft wohl nirgends besser zu als bei der Primo von Niederberger-Kramer. Sie ist bis ins letzte Detail personalisierbar und wird individuell an ihren Verwendungszweck angepasst. Unterschiedliche Glasauflagen und Sonderlängen sind realisierbar und verschiedenste Designmöglichkeiten verleihen ihr Einzigartigkeit. Außerdem besteht die Option von versenkbaren Scheiben und integrierten Thekenwaagen. Die SB-Kühlung erlaubt einen schnellen Wechsel zwischen Bedienungs- und Selbstbedienungstheke. Sie ist extrem leistungstark und garantiert mehr Warenerhalt über einen langen Zeitraum. Zudem ist die Theke besonders bedienerfreundlich sowie ergonomisch konstruiert. *HaRo* ■





Genauso wenig wie für langes Sitzen ist der Körper für Dauerstehen gemacht. Stundenlanges Stehen, nicht selten in Verbindung mit monotonen Bewegungen, kann anstrengend werden. Nicht nur für Beine und Füße, sondern auch für das Venensystem. Mit diesen Tipps vermeiden Sie aktiv Schmerzen.

LANGE ARBEITSTAGE: WAS TUN, WENN DIE FÜSSE SCHMERZEN?

Wer in der Arbeit überwiegend steht, verlangt von seinem Bewegungsapparat wahre Höchstleistungen. Die Muskulatur bleibt ständig angespannt, um zu gewährleisten, dass der gesamte Körper gestützt wird und aufrecht bleibt. Mögliche Folgen sind: schwere Beine, geschwollene oder schmerzende Füße sowie Krampfadern. Damit es nicht so weit kommt, kann man selbst sehr viel tun.

Auf gutes Schuhwerk achten

Stehen Sie in den richtigen Schuhen! Eine mangelhafte Passform wirkt sich sehr

schnell und merklich auf die Füße und die Standfestigkeit aus. Achten Sie bei der Auswahl des Schuhwerks auf genügend Zehenfreiheit und auf eine rutschfeste und biegsame Sohle. Die Möglichkeit der Weitenregulierung und ein atmungsaktives Obermaterial spielen ebenso eine wichtige Rolle. Gepolsterte Innensohlen können dabei unterstützen, dass Füße und Beine nicht über Gebühr belastet werden. Und nicht zuletzt: Schuhe mit höherem Absatz sehen meist schicker aus als flache, für längere Stehzeiten sind sie aber ungeeignet. Die empfohlene maximale Absatzhöhe liegt bei vier Zentimetern. Der Absatz sollte so breit sein, dass seitliches Umknicken nicht möglich ist. Physiotherapeuten raten auch zu einem zweiten Paar Schuhe an einem langen Arbeitstag, da ein Schuhwechsel die Füße merklich entlasten kann.

Sind Ihre Füße in Form, Belastungsfähigkeit oder Funktion so eingeschränkt, dass eine medizinische Behandlung notwendig wird, kann der Arzt Fußeinlagen nach Maß verordnen. Dabei handelt es sich um Einlagen nach Gipsmodellen, die speziell auf die individuelle Fußform zugeschnitten sind. Sie fügen sich unauffällig in die jeweiligen Konfektionsschuhe ein.

Möglichst in Bewegung bleiben

Oft reichen schon kleine Maßnahmen wie bewusste Haltungswechsel: Zwischen durch das Gewicht von einem Bein aufs andere Bein verlagern, mit den Füßen hin- und herwippen, auf die Zehenspitzen stellen und die Beine ausschütteln. Dazu sollten regelmäßig „aktive“ Pausen im Alltag eingelegt

werden. Schließlich ist Bewegung auch für die Blutzirkulation in den Beinen wichtig. Insgesamt sollte man auf eine Reduktion des Stehanteils im Verlauf des Arbeitstags achten. Dabei können Stehhilfen wie Stehhocker nützlich sein, auf die Sie sich setzen oder auch einfach nur anlehnen können.

Kompressionsstrümpfe tragen

Bei zu langem Stehen sammelt sich Blut in den Beinvenen. Schwellen diese an, fließt das Blut schlechter zurück – das führt längerfristig zu schweren Beinen und Krampfadern. Kompressionsstrümpfe bewirken einen Druck von außen auf das Gewebe der Beine. Der ausgeübte Druck nimmt von oben nach unten in Richtung der Schwerkraft zu und kann so wirkungsvoll Stauungen verhindern oder zumindest verringern. So entlasten sie das beanspruchte Lymph- und Venensystem und beugen Ödemen, Krampfadern und Thrombosen vor. Je nach Beschwerdegrad wird unterschiedlich starker Druck eingesetzt, um das gewünschte Resultat zu erhalten. Dieser Druck wird in die sogenannten „Kompressionsklassen“ von I bis IV eingeteilt, wobei die Klasse I dem geringsten Druck entspricht.

Fachgeschäfte für Fußorthopädie sowie spezialisierte Onlineshops bieten eine große Auswahl an hochwertigen Kompressionsstrümpfen namhafter Hersteller in verschiedenen Kompressionsklassen sowie in verschiedenen Farben und Variationen an. Bei medizinischer Indikation fertigen Bandagisten auch Kompressionsstrümpfe nach Maß an. Für Allergiker sind außerdem latexfreie Produkte erhältlich. **Andrea Fallent** ■

Tipps für den Arbeitsalltag

Wippen & Co Ändern Sie bewusst immer wieder die Haltung – zum Beispiel, in dem Sie einen Fuß auf eine Stufe oder Fußbank stellen, zwischendurch mit den Füßen wippen, sich an die Wand lehnen und den Rücken fest dagegen drücken.

Gute Schuhe sollten flache Absätze, eine weiche Innensohle und die optimale Passform haben.

Kompressionsstrümpfe (auch für Männer): Die Modelle in vielen Farben und Ausführungen unterstützen die Venentätigkeit, sodass das Blut besser zirkulieren kann.

Zwischendurch. Massagen & Massageroller fördern die Durchblutung. In den Pausen ist das eine Wohltat.

Unterstützung. Stehhilfen, auf denen man halb sitzend, halb stehend arbeitet und ergonomische Bodenbeläge oder Steharbeitsmatten aus elastischen Materialien wirken entlastend. Sehr bewährt haben sich auch die „Gel Activ Work“-Einlegesohlen von Scholl.

Keine Schmerzen: Tipps für zu Hause

Den Füßen Beine machen

Als Ausgleich zum vielen Stehen im Job bieten sich in der Freizeit Sportarten an, die den Aufbau der Bein- und Rückenmuskulatur fördern und stärken. Dazu zählen zum Beispiel Radfahren, Schwimmen, Wandern oder Walken. Wer gern in den eigenen vier Wänden in die Gänge kommt, kann auch einen Crosstrainer nützen. Auf diesem Fitnessgerät werden viele Muskelgruppen gelenkschonend trainiert. Ebenso empfiehlt sich moderates Laufen als effektives Training, das Füße und Beine in Form bringt.

Fußtraining mit Greifübungen

Muskulatur und die Beweglichkeit des Fußes lassen schon mit kleinen sitzenden Übungen steigern. Eine Übung wäre zum Beispiel, ein leichtes Tuch mit bloßen Füßen zu heben. Eine 30-sekündige Einheit mit mehreren Versuchen genügt. Mit ein bisschen Übung kann man in der Folge probieren, auf die gleiche Weise eine Zeitung aus dünnem Papier zu zerreißen. Sie können auch einen Gegenstand mit den Zehen greifen und damit ein paar Meter gehen. Durch diese spielerischen Einheiten, die man zwischendurch auch beim Fernsehen einbauen kann, wird die Fußmuskulatur dauerhaft gestärkt.

Massagen und Bäder

Eine wirksame Hilfe gegen schmerzende Füße sind Massagen. Dazu ist nicht unbedingt eine professionelle Fußreflexzonenmassage notwendig. Auch Sie selbst und der Partner können durch sanften Druck die Durchblutung der Füße anregen. Die Massage der Fußsohlen mit kreisenden Bewegungen und einem anregenden Massageöl lockert dabei auf angenehme Weise den gesamten Fußapparat.

Eine zusätzliche Wohltat für die Füße ist ein Fußmassage-Roller: Dabei stellt man die Füße auf das Massagegerät und bewegt sie langsam vor und zurück. Die angebrachten Noppen lockern die Muskulatur und regen die Durchblutung an. Ein Massageroller kann zum Beispiel auch im Pausenraum bei der Arbeit gute Dienste leisten.

Kalt-warme Wechselfußbäder bzw. Fußbäder mit langsam ansteigender Temperatur ergänzen das Wellness-Programm für Zuhause. Dafür wird eine Fußwanne mit etwa 22 Grad warmem Wasser gefüllt. Durch heißes Wasser wird die Temperatur innerhalb von 20 Minuten auf 39 Grad erwärmt. Danach die Füße gut trockenreiben. Wer Massage und Fußbad verbinden möchte, ist mit einer Fußbadewanne mit Massagefunktion gut beraten. Diese Modelle (z. B. von Beurer, Medisana, HoMedics, Renpho) kombinieren Hydromassage und Wärmefunktion. Zusätzlich können Sie selbst die Füße je nach Produkt über Massagerollen oder Rotationsbälle bewegen, um Intensität und Geschwindigkeit der Massage zu bestimmen.



NEU:
Steak Willy
& Senf Willy

**OHNE
PALMÖL!**

Herrlicher Geschmack, bestechende Optik am marinierten Fleisch und hervorragendes Bratverhalten, das sind unsere Willys. Wählen Sie aus 17 Sorten mit charakteristischem Geschmacksbild.

NEU: Steak Willy und Senf Willy – ohne Palmöl, brillante Glanzoptik, optimale Verarbeitungskonsistenz, ohne zugesetzte Geschmacksverstärker und auch für vegetarische Grilladen geeignet.



BUNTER WILLY



BBQ WILLY



KNUSPER WILLY



KRÄUTER WILLY



CHILLIE WILLY



EXOTIC WILLY



ZWIEBEL WILLY



GYROS WILLY



CURRY WILLY



TOMATINO WILLY



SCHARFER WILLY



BRATL WILLY



PFEFFER WILLY



ROSMARIN WILLY



ORANGE WILLY



STEAK WILLY



SENF WILLY

VOM „KNACKI“ ZUM KALBFLEISCH-KING

Brüssel, Berliner Gefängnis, Bergbauernhof – Hannes Höneggers steht für keine klassische Fleischerkarriere. Nun hat der Bio-Bauer und Metzger ein Buch vorgelegt. „Das goldene Kalb“ ist ein Statement gegen Massentierhaltung und Billigpreis-Fleisch. Wo er Hoffnung sieht, erzählte er Fleisch & Co-Autor Roland Graf.

Bayerns telegener „Posterboy“ der Rindfleisch-Verarbeitung, Lucki Maurer, aber auch Sternekoch Konstantin Filippou oder „Hangar 7“-Impressario Martin Klein: Mit ihnen allen sieht man Hannes Hönegger, Kalbfleisch-Lieferant aus Lessach im Lungau. Dass er einmal Partner für die prominenten Topköche werden würde, ist eine Volte im Leben des Salzburgers. Aber bei Weitem nicht die einzige. Im Alter von Zwanzig arbeitete er im Umkreis des EU-Parlaments, dann zog es ihn ins Nachtleben von Berlin und auf einmal saß Hönegger statt in den tollsten Bars in einer Gefängniszelle. Es war eine Katharsis, die mit einem TV-Bericht begann und mit dem Einstieg am Familienbauernhof endete. Seit 1571 wird der Tromörfhof von der Familie geführt, die Erweiterung um den bio-zertifizierten Schlachthof auf 1.260 Meter Seehöhe war Hannes Höneggers Idee. Als Lieferant von Kalb- und Rindfleisch für einige der besten Köche Österreichs hat er allerdings eine ungewöhnliche Botschaft: „Esst weniger Fleisch!“ Der Weg über Qualität statt Preisdumping sei der Schlüssel für eine Zukunft der Rinderzucht. Das ist die Kernaussage von „Das goldene Kalb“, über dessen Inhalt Hönegger mit Fleisch & Co sprach.

Fleisch & Co: In „Das goldene Kalb“ erwähnen Sie stolz die Spitzengastronomen, die Ihr Fleisch beziehen, drucken deren „Nose to Tail“-Rezepte. Wie kommt man zu denen – reine Menschenfreundlichkeit und Mundpropaganda wird ja nicht reichen?

Hannes Hönegger: „Ich bin der Überzeugung, dass es mehrere Faktoren gebraucht hat, die uns zu Österreichs Marktführer in der Belieferung der Spitzengastronomie mit Bio-Rindfleisch und Bio-Kalbfleisch gemacht haben. Maßgeblich ist wahrscheinlich die Tatsache, dass wir kompromisslos tagtäglich dafür eintreten, das beste Fleisch – die höchste Qualität – zu produzieren. Flexibilität in Sachen Liefermodus und Zuschnitte spielen sicherlich auch eine große Rolle.“

Bei uns gibt es nichts ‚von der Stange‘ und wir behandeln unsere Kunden nicht aus Sicht eines klassischen Lieferanten, sondern bauen von Beginn an eine Partnerschaft auf. Auch die Corona-Krise hat einen entscheidenden Beitrag dazu beigetragen. Plötzlich hatten Gastronomen Zeit – sehr viel Zeit –, um nachzudenken und ihre eigenen Systeme und Einkaufsgewohnheiten zu hinterfragen.

In der Zeit des ersten Lockdowns konnten wir besonders starke Zuwächse erzielen.“

Die Kapitel zur Rinderhaltung in Österreich haben von Alexander Rabl provokante Titel verpasst bekommen, ich sag' nur: „Bio am Lügendetektor“. Wo schlägt der besonders aus für Sie?

„Ich verfolge das Thema Bio natürlich besonders genau und was auffällt, ist die Tatsache, dass Bio plötzlich innerhalb weniger Wochen in den Supermarkt-Regalen zum Massenprodukt wurde. Vor allem starke Eigenmarken des Lebensmitteleinzelhandels wurden ja quasi über Nacht entwickelt. Wenn man dann im Detail recherchiert, findet man raus, dass es bei Bio auch zweierlei Maß gibt. Und dann muss man sich zu Recht die Frage stellen: Was ist besser, die konventionelle Tomate vom Nachbar-Bauern oder die Bio-Tomate, die mehrere Tausend Kilometer weit transportiert wurde?“

Ich denke, hier gilt es, nach wie vor kritisch zu bleiben. Und ‚Bio‘ heißt nicht immer, es ist alles perfekt! Wobei ich erneut klar festhalten muss: Insbesondere in der Arbeit mit Tieren ist Bio für mich eine alternativlose Variante und nicht ein Trend, sondern vielmehr die Rückkehr zur Normalität.“

Sie sind sehr kritisch gegen große Zerlegebetriebe, loben aber „McDonald's“ für ein nachhaltiges System – ist das kein Widerspruch?

„Diese Aussage ist jetzt aus dem Zusammenhang gerissen! Natürlich bevorzuge ich ein individuelles Burger-Lokal, vom Eigentümer geführt, mit Bio-Fleisch vom Nachbarbauern gegenüber dem Konzept eines Großkonzern wie ‚McDonald's‘. Aber für die Tatsache, wie flächendeckend dieser Konzern agiert und welche Mengen er verkauft, finde ich, wird er zu Unrecht immer negativ dargestellt und kritisiert. Man weiß auch mittlerweile, dass ‚McDonald's‘ regionaler denkt und einkauft als wahrscheinlich bei nahezu jeder Dorfwirt ums Eck. Es ist ja kein Geheimnis, wer dort in der Regel so liefert

Höneggers Buch zum Kalb: „Lungau Gold“ und Freunde

Hannes Hönegger fungiert als Herausgeber von „Das goldene Kalb“, weshalb es auch nicht nur um seine „Lungau Gold“-Fleisch (www.lungaugold.bio) geht, sondern um Mitstreiter. Rezepte von Köchen wie Ludwig „Lucki“ Maurer (siehe etwa das Kalbsbries, Bild rechts) oder Andreas Döllner werden um deren Zugang zur Fleischwirtschaft ergänzt. Eine schwere Lese-Empfehlung etwa gilt den Aussagen Sepp Schellhorns zu Landwirtschaft und Preisgefügen. Es ist eines der besten Portraits, das Alexander Rabl als Autor dieser nachdenklich machenden Genuss-Lektüre hier gelang.

Das goldene Kalb Ein Plädoyer für Tierwohl und nachhaltige Landwirtschaft (208 Seiten, € 35), erschien beim Verlag Chr. Brandstätter, www.brandstaetterverlag.com

Gewinnen Sie ein Exemplar

Der Brandstätter-Verlag und Fleisch & Co verlosen drei Exemplare des Buches – das Gewinnspiel wird am 10. April auf der Facebook-Seite „Fleisch & Co“ unter www.facebook.com/fleischerzeitung freigeschaltet. Viel Glück!





und woher das Fleisch und Gemüse kommen. Bei ‚McDonald’s‘ weiß ich, die Pommes und das Fleisch sind zumindest zu 100% aus Österreich – ich finde, das ist ein Anfang und gehört auch so kommuniziert.

Weiters bin ich davon überzeugt, dass die österreichische Milchwirtschaft ‚McDonald’s‘ sehr viel zu verdanken hat. Durch den Einkauf von mehr als 80 % aller Kuh-Vorderviertel zu einem ordentlichen stabilen Preis wird der Schlachtpreis älterer Milchkühe massiv unterstützt und stabilisiert.“

Wo der Mythos von der besonderen Qualität des „hellen Kalbfleischs“ herkommt, konnten Sie auch nicht klären?

„Es ist tatsächlich ein Mythos, den man nicht verstehen kann und dessen Ursprung nicht ganz klar ist. Die Farbskala (welche seinerzeit in Frankreich propagiert und einge-

führt wurde) spielt wahrscheinlich eine sehr große Rolle. Gemeinsam mit den besten Köchen Österreichs arbeite ich in einem Projekt des österreichischen ‚KochCampus‘ unter der Federführung meines Kunden Andreas Dölterer an der Imagesteigerung von österreichischem ‚Kalb Rosé‘. Helles Kalbfleisch hat mit Qualität nichts zu tun! Das Fleisch ist so hell, weil das Kalb zu Lebzeiten an massivem Eisenmangel gelitten hat (kein Tageslicht, kein Heu oder Gras) – das kann nicht gut sein und hier gehört endlich umgedacht.“

Kommen wir auf die Spitzenköche zurück, die Fleisch vom Tromörfhof beziehen. Hand aufs Herz – könnte die Gastronomie abseits der Elite nicht mehr für die Fleischkultur und die Züchter, tun?

„Das wäre wünschenswert. Ich glaube, ein großes Problem ist hier der Fachkräftemangel in der breiten Basis. Die Köche von heute sind immer schlechter ausgebildet. Hier haben die Leitbetriebe einen Wettbewerbsvorteil. Wenn man in der Lage ist, auch aus einem Kalbsfricandeau oder einer Kalbsnuss ein Wiener Schnitzel zu schneiden, braucht man nicht teure Rinderrücken oder Kalbskaiserteile zu kaufen. Aus meiner Sicht wäre hier die bessere Ausbildung der Köche ein möglicher Schlüssel zum Erfolg.“

Der Bio-Schlachthof am Berg hatte eine schwere Geburt mit der Insolvenz 2020. Waren es Eigenfehler oder hatten Sie die Marktreife überschätzt?

„Der Bio-Schlachthof war nie insolvent und wird es hoffentlich auch nie sein! Aber es ist richtig, wir haben im Jahr 2018 parallel ein

Fleischerei-Fachgeschäft mit Schwerpunkt auf Catering aufgebaut. Dieses Projekt ist leider der Coronakrise zum Opfer gefallen.“

Wo kommt heute Wachstum her für die Zucht bzw. bei wie vielen Tieren ist für Sie „Stopp“?

„Vom Stopp sind wir weit entfernt. Es herrscht in Österreich aktuell eher Schlachtvieh-Mangel. Das Bauern-Sterben macht mir große Sorgen. Aus meiner Sicht könnte es deutlich mehr Mastbetriebe, insbesondere für Ochsen oder Kalbinnen, geben. Auch Schlachtkälber (vor allem im Bio-Segment) hätten sicher noch Steigerungspotenzial.“

Unser Betrieb hat ohnehin Kapazitätsgrenzen, aber ich denke, der Markt hat noch Luft nach oben. Auch im Bereich Schweinefleisch muss und wird sich viel tun. Wir haben einen Bioanteil von nur 3% bei Schweinen, das wird sich hoffentlich bald ändern. Wir setzen einen ersten Schritt und bauen in unserem Wald aktuell auf zwei Hektar Wald- und Wiesenfläche ein Gehege für das ‚Lungauer Bio-Waldschwein‘.“

Ob man es jetzt „outspoken“ oder „goschert“ nennt –, um klare Ansagen sind Sie nie verlegen. Daher die Schlussfrage: Was raten Sie den immer weniger werdenden Fleischern?

„Ich glaube, dass der Abwärtstrend ein wenig umschlägt! Handwerker und Facharbeiter sind gefragt, denn je. Das Image des Metzgers war auch schon einmal schlechter. Ich finde, jeder Fleischer kann stolz sein auf sich und seine Arbeit. Die Branche schlägt sich deutlich unter ihrem Wert!“

Roland Graf ■





Antibiotika-Resistenzen sind für Tier und Mensch sehr gefährlich. Laut WHO könnten bis zum Jahr 2050 diese antimikrobiellen Resistenzen für 10 Millionen Todesfälle pro Jahr verantwortlich sein. Wir sprachen mit Tierarzt Fritz Kemetmüller über die Situation in der österreichischen Nutztierhaltung.

ANTIBIOTIKA: JE SCHLECHTER DIE TIERHALTUNG, DESTO HÖHER DER MEDIKAMENTENEINSATZ BEI TIEREN

Als Reaktion auf das große Risiko der resistenten Keime durch den hohen Antibiotika-Einsatz legte kürzlich die EU-Kommission fest, dass die nationalen Strategiepläne der Gemeinsamen Agrarpolitik Maßnahmen zur Verringerung des Einsatzes von Antibiotika beinhalten sollten. Außerdem wurden mit der Tierarzneimittelverordnung, die mit 28. Jänner 2022 in Kraft getreten ist, neue Beschränkungen für den Einsatz von Antibiotika in der Landwirtschaft und ein Verbot des Antibiotikaeinsatzes als Ausgleich für mangelnde Hygiene, unzulängliche Haltungsbedingungen und Pflege oder unzureichende Betriebsführung eingeführt.

Wir sprachen mit Tierarzt Mag.med.vet. Fritz Kemetmüller, Gemischtpraktiker aus Oberösterreich über den Antibiotikaeinsatz bei Nutztieren.

Fleisch & Co: Wie steht Österreich im Vergleich zu anderen europäischen Ländern da, wenn es um den Antibiotikaeinsatz im Stall geht?

Fritz Kemetmüller: „Die Gesamtvertriebsmenge an antimikrobiell wirksamen Substanzen für Nutztiere ist in Österreich seit Jahren rückläufig, wobei es dort und da aber auch zu einem kurzfristigen Anstieg kommen kann. Im europaweiten Vergleich befindet sich Österreich auf einem niedrigen Niveau, im Hinblick auf die Antibiotika-Ab-

gabemenge sind wir im hinteren Drittel. Hier schneiden wir gut ab und dies ist mitunter auch auf ein stringentes AB-Monitoring seitens der Tierärzteschaft zurückzuführen.

Tierärzt:innen arbeiten eng mit der Landwirtschaft zusammen, die unter einem hohen Wettbewerbs- und Kostendruck steht. Ein leichtfertiger Medikamenteneinsatz ist hier für niemanden eine Option – weder für den Tierarzt, das einzelne Tier noch für den Landwirt, für den die Medikamente auch die Produktionskosten erhöhen. So ist es in unser aller Interesse, den Antibiotikaeinsatz zu reduzieren. Unser Ziel ist es, mit Schutzimpfung im Ferkelalter in Mastbetrieben keine Antibiotika einzusetzen –, dennoch sind sie zur Gesunderhaltung schon aus Tierschutzgründen unverzichtbar. Denn es existieren im Notfall derzeit keine ausreichenden Alternativen.“

Wann ist ein Antibiotika-Einsatz gerechtfertigt?

„Der Einsatz von Antibiotika kommt nur zum Tragen, wenn er tatsächlich erforderlich ist. Die Auswahl des Wirkstoffs wird dabei sorgfältig unter Berücksichtigung des Einzelfalls getroffen. Wichtig zu betonen ist, dass Antibiotika sicherlich kein Ersatz für optimale Haltungsbedingungen sind. Die Tiergesundheit steht in direkter Relation zur Tierhygiene und -haltung. Die Besatzdichte

und die Stallqualität, wie etwa eine gute Belüftung, Beleuchtung und entsprechende bauliche Rahmenbedingungen haben unmittelbare Auswirkungen auf die Gesundheit der Tiere. Ein gutes Management und entsprechende Hygienestandards können viele Krankheiten verhindern.“

Machen Biobetriebe alles richtig?

„Die besten Bedingungen haben Nutztiere, wenn sie riesige Flächen mit wenig Tierbesatz zur Verfügung haben. Österreichs Biobetriebe sind gut unterwegs, sie zeigen vor, wie man mit optimierten Haltungsbedingungen den Antibiotikaeinsatz reduzieren kann. Wir haben in Österreich ein hohes Bewusstsein. Die größten Umsatzträger im Bio-Markt bleiben Milch, Joghurt und Eier. Der höchste wertmäßige Bio-Anteil im Lebensmitteleinzelhandel entfiel 2020 auf Trinkmilch mit rund 26 Prozent, gefolgt von Naturjoghurt und Eiern mit 25 bzw. 22 Prozent. Bei Fleisch und Wurst liegen hingegen mit 5,5 bzw. 3,3 Prozent die Bio-Anteile niedriger. Man sieht also, dass Bio-Fleischprodukte mit hoher Qualität meist aus Kostengründen an ihre Grenzen stoßen.

Ich gehe aber dennoch davon aus, dass sich in Zukunft der Trend Richtung ‚weniger ist mehr‘ bewegen wird und, dass Konsument:innen mehr Bio-Qualität sowie Verantwortung für das Wohlergehen der Tiere einfordern – und zahlen werden.“ ■



LEBENSMITTELAKADEMIE
des österreichischen Gewerbes



Sinnvolle Investition in Ihren Betrieb: Lassen Sie sich und Ihre Mitarbeiter zum Hygienemanager ausbilden. Die Top-Coaches der LMAk stehen bereit ...

DIE BESTE HYGIENE IM LEBENSMITTELBETRIEB

Immer wieder wird in den Nachrichten oder sozialen Medien von verunreinigten Lebensmitteln berichtet und gewarnt, die in Verkehr gebracht wurden. Heutzutage verbreiten sich solche Nachrichten äußerst schnell und können rufschädigende Folgen für die Betriebe haben. Und natürlich können „nicht-einwandfreie“ Lebensmittel auch ein großes, hygienisches Risiko für die Konsument:innen mit sich bringen – Lebensmittelproduzent:innen tragen die Verantwortung für ihre produzierten Lebensmittel. Es ist nicht immer leicht, daher gilt es – ohne Wenn und Aber – vor, während und auch nach der Produktion von Lebensmitteln einiges zu beachten, um solchen gefährlichen Risiken entgegenzuwirken.

Sicherheit im Fokus

Wichtig ist, dass die einzelnen Prozesse im Lebensmittelbetrieb genau unter die Lupe genommen werden und ein professionelles Risikomanagement betrieben wird. Vor allem ist es wichtig, das HACCP-Verfahren von der Pike auf zu verstehen und richtig anzuwenden. Die Sicherheit der Lebensmittel und die Gesundheit der Konsument:innen stehen dabei ganz klar im Fokus.

Einfache Maßnahmen sind beispielsweise die Verwendung von unterschiedlichen Schneidebrettern für unterschiedliche Gruppen von Lebensmitteln, eine regelmäßige Temperaturmessung von

sensiblen Lebensmitteln sowie die richtige Lagerung der Rohstoffe und Endprodukte. Gefahren können schon bei der Übernahme von Waren und Rohstoffen lauern, aber auch bei der Verarbeitung in Produkte gebracht werden. Vor allem spielt auch die Hygiene des Personals eine wichtige Rolle, deshalb ist es wichtig, dass die Mitarbeiter:innen in puncto Personalhygiene regelmäßig und gut geschult werden.

Aus- und Weiterbildung vom Feinsten

Als Betriebsleiter:in ist es wichtig, die potenziellen Gefahren im Betrieb zu erkennen, rechtzeitig vorzusorgen und zügig zu handeln. Wir als Lebensmittelakademie sind selbstverständlich sehr darauf bedacht, dass unsere Betriebe dahingehend die besten Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten bekommen. Wir bieten daher nicht nur Kurse rund um die Themen „behördliche Kontrollen und Hygiene“ und „Gute Hygienepaxis & HACCP“ an, sondern auch eine Ausbildung zum/zur Hygienemanager:in im Lebensmittelbereich (*Kursstart: 19.9.2022, Voranmeldung jederzeit möglich*). Wenn Sie Hilfe direkt an Ihrem Betrieb brauchen, dann gibt es außerdem die Möglichkeit eines betriebsinternen Coachings.

Nähere Informationen erhalten unter www.LMAkademie.at, per Mail an LM-Akademie@wko.at oder direkt bei 05 90 900/3634. ■

Termine

26. 4., online

Food Fraud versus Food Defense – Lebensmittelbetrug vs. Produktschutz von Lebensmitteln

„Wie schütze ich mein Unternehmen vor bewusstem Betrug bzw. bewusster Manipulation?“

Trainer: Ing. Clemens Meissl, BA MA

Alle Infos und Anmeldung unter www.LMAkademie.at

27. 4., online

Arbeitsrecht kompakt: Dienstvertrag, Arbeitszeitgestaltung, Aufzeichnungspflicht & Aktuelles

„Wegweiser für Arbeitgeber:innen durch den Paragraphendschungel!“

Coach: Mag. Walter Bayerl

Alle Infos und Anmeldung unter www.LMAkademie.at

3. 5., online

Verkaufstraining: Denn was man gern macht, macht man gut!

„Wir erarbeiten Ihre persönlichen Stärken für einen selbstbewussten und freudvollen Verkauf!“

Coach: Pamela Mensing

Alle Infos und Anmeldung unter www.LMAkademie.at

2. 6., online

Gute Hygienepaxis und HACCP für den Lebensmittelbereich

Rechtlich verpflichtende Hygieneschulung gemäß EU-VO Nr. 853/2004 über Lebensmittelhygiene!“

Coach: Helmut Lechner

Alle Infos und Anmeldung unter www.LMAkademie.at



RUND UM DAS SCHLACHTEN

Am Anfang jeder Art von Fleischverarbeitung stehen Schlachtung, Zerlegung und Entvliesen – auf den nächsten Seite präsentieren wir einige smarte Helfer für diesen Prozess.

Der erste und wesentliche Schritt der Fleisch- und Wurstproduktion ist die Schlachtung. Von Betäuben über das Ausbluten und bis hin zur Zerlegung und zum Entschwarten und Entvliesen. Bei allen diesen Vorgängen ist nicht nur enormes Fachwissen, Sorgfalt, Genauigkeit und Hygiene angesagt, sondern auch – dem 21. Jahrhundert sei hier Dank – praktische Hightech-Gerätschaften, die diesen schweren Arbeitsprozess deutlich erleichtern können. Auf den nächsten Seite präsentieren wir daher einige Empfehlungen der Anbieter – von der effektiven Betäubung bis hin zum smarten Entfetter.

From Nose to Tail

Wertschätzung für guten Geschmack bedeutet gleichzeitig auch Wertschätzung für das Tier. Und hier ist natürlich die mit Be-

dacht und für das Tier stressfrei ausgeführte Schlachtung wichtiges Thema. Aber auch die Verwendung des ganzen Tieres ist in Zeiten wie diesen ein Must. Und hier kommt das richtige Entvliesen ins Spiel. Zähe Sehnen, Fettschichten und anhaftendes Vlies sind bei den heutigen Ernährungsgewohnheiten absolut out. Entvliestes Fleisch wirkt dagegen hochwertig, gesund und edel.

Aber nicht nur das: Auch das Umdenken der Branche und die so neu entdeckten Teilstücke, die vorher in der Wurst gelandet wären, lassen sich mit einem Entvliesser effizient veredeln und anschließend zu einem höheren Preis verkaufen. „Das sind Maschinen zum Geld verdienen, wenn man ganze Tiere vermarkten will“, bringt es Christoph Grabowski auf den Punkt. Lesen Sie dazu die ganze Story auf den nächsten Seiten. ■



ENTFETTEN, ENTSEHNEN UND ENTVLIESEN **IN EINEM ARBEITSGANG**

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.

Seit über 60 Jahren ist Maja Partner für hochwertige Entschwarter und Entvlieser aller Art – das erste Serienprodukt brachte die Firma vor mehr als 40 Jahren auf den Markt. Heute kann das deutsche Unternehmen auf ein sehr großes Portfolio unterschiedlicher Maschinen blicken. Eine davon ist die manuelle Entsehn- und Entvliesmaschine EVMsplit 5006 ist eine Kombi-Maschine, mit der größere Fleishteilstücke vom Rind und Kalb, aber auch vom Schwein und Lamm, entfettet, entseht und entvliest werden können.

Die Besonderheit der Maschine ist ihre Zahn- bzw. Transportwalze mit einer zweierlei Verzahnung. In einem Arbeitsgang erfolgen die manuelle Entfernung von Sehnen und mittelstarkem Fett mit der

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

Grobverzahnung und der anschließende Entvliesvorgang mit der Feinverzahnung. Dies spart Zeit und verbessert zudem auch die wichtige Produkthygiene. Es wird auch vermieden, dass durch wiederholte Entfettungs- und Entsehnungsversuche mit einer ausschließlich feinverzahnnten Walze wertvolles Magerfleisch entnommen wird.

Das ergonomische Design erlaubt effi-

zientes, fehlerfreies und kraftschonendes Arbeiten für ein konstant gutes Ergebnis. Zum Auffangen von Vlies, Fett und Sehnen bietet die Konstruktion Platz für Euro-norm-Kisten in drei Auflagehöhen.

Auch die Reinigung ist einfach und zeitsparend. So muss der Messerhalter nicht ausgebaut, sondern lediglich in Reinigungsstellung gebracht werden. ■



HAKEN ZÄHLEN LEICHT GEMACHT

Mit dem Checkmaster der Höcker Gruppe behalten Betriebe die volle Kontrolle über ihre Fleischhaken.

Der Checkmaster prüft alle eingehenden Haken elektronisch und liefert das exakte Eingangs- und Ausgangsergebnis. In der Regel wird das Checkmastersystem direkt an den Anlieferungsrampen als Teil der vorhandenen Rohrbahn verbaut.

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. www.hoecker.de ■

OK PANELEE

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**

Was geht im Fleischerhandwerk? Geschmack, Kreativität und immer mehr auch Regionalität – auf jeden Fall! Wie sich Fleischereibetriebe zukunftsfähig aufstellen und welchen Beitrag auf das Handwerk abgestimmte Maschinen leisten können, damit nicht noch mehr eigenständige Betriebe schließen, erzählen zwei Botschafter des Fleischerhandwerks: Katharina Koch, Fleischermeisterin und Leiterin einer Traditionsmetzgerei, und Christoph Grabowski, Fleischermeister, Diplom-Fleischsommelier und Buchautor.



DER METZGER VON MORGEN GEHÖRT ZUM KULTURGUT

in guter Metzger entfaltet eine Anziehungskraft für Kunden, die über den eigenen regionalen Radius hinausgeht. In dieser Aussage sind sich Katharina Koch und Christoph Grabowski (siehe Bild u.) einig. Beide Fleischermeister haben für sich den Geschmack, die Nachhaltigkeit und die Einzigartigkeit regionaler Spezialitäten in den Mittelpunkt des täglichen Handwerks gesetzt. Und beide sind sich darüber einig, dass moderne Technik in der Fleischverarbeitung das Zeug hat, die Wertschöpfung zu verbessern. Dabei gilt ebenfalls, schneller zum gewünschten Ergebnis zu kommen. Die gewonnene Zeit lässt sich so für die Entwicklung neuer Produkte nutzen und vor allem für auch den Kontakt zu den Kunden vor der Ladentheke. Einige junge Fleischliebhaber wagen heutzutage den Schritt

in die Selbstständigkeit. Dazu gehören auch kreative landwirtschaftliche Betriebe als Selbstvermarkter sowie Töchter und Söhne, die die Betriebe ihrer Eltern übernehmen. Weber Maschinenbau begleitet den Generationswechsel mit abgestimmten technischen Lösungen, die Freiraum schaffen für genau diese Entwicklung zu mehr Vielfalt und Regionalität.

Ahle Wurst ist Kulturgut

Im Sommer kommt es in Kassel zur 15. Auflage der documenta, der weltweit bedeutendsten Ausstellung für zeitgenössische Kunst. In den Sommermonaten können alle Kulturhungrigen ihre Lust auf Außergewöhnliches auch schmecken. Die Landfleischerei Koch wird auch 2022 wieder ihre Ahle Wurst als offizielle documenta-Verkostung produzieren. Der Familienbetrieb aus Kassel-Calden setzt damit weiter erfolgreich auf seine regionale Kompetenz – und dies unter den Augen des internationalen Kunst happenings.

Warum dieser Exkurs in die Kunst? Für Katharina Koch stellt die documenta 15 das Großereignis in Nordhessen schlechthin dar, das sie als Chefin des elterlichen Fleischereibetriebs mit regionalen Produkten begleitet. Ihr „Wurstehimmel“ hat auch über Kassel hinaus Kult(ur)status – und das aus qualitativen, regionalen und vor allem geschmacklichen Gründen. „Jeder Mensch ist ein Künstler“, sagte Joseph Beuys, selbst mal Teilnehmer auf einer documenta. Und so ähnlich verhält es sich heute im Fleischerhandwerk. Erfolgreiche Metzger gehen kreativ mit ihren regionalen Wurzeln und Erzeugnissen um.

Tiere komplett verwerten

Wertschätzung für guten Geschmack heißt auch Wertschätzung für das Tier – schon aus Gründen der gebotenen Nachhaltigkeit. Vor diesem Hintergrund verfolgt gerade das Fleischerhandwerk das Ziel, die geschlachteten Tiere komplett zu verwerten. Spätestens jetzt stellt sich die Frage nach der Wertschöpfung mit der dafür aufzubringenden Zeit. In diesem Zusammenhang nimmt das maschinelle Entvieseln von Fleischstücken viel Zeitdruck weg. Die neu entdeckten Teilstücke, die vorher in der Wurst gelandet wären, lassen sich mit einem Entviesler effizient veredeln und anschließend zu einem höheren Preis verkaufen. „Das sind Maschinen zum Geldverdienen, wenn man ganze Tiere vermarkten will“, bringt es Christoph Grabowski auf den Punkt. Katharina Koch ergänzt: „Was Zeit spart und uns gleichzeitig die Arbeit erleichtert, ist extrem wertvoll. Wenn wir maschinell entvieseln, haben wir am Teilstück auch noch weniger Verlust. Das bekommt niemand per Hand so hin – auch nicht mit noch so viel Geschick und Routine. Außer man bearbeitet ein Stück stundenlang. Aber die Zeit hat ja niemand.“

Entvieseln erhöht Wertschöpfung

Christoph Grabowski, international gefragter Experte in der Fleischbranche und leidenschaftlicher Fürsprecher des Metzgerhandwerks, sieht bei der Veredelung von Stücken, die vorher in der Wurstproduktion verarbeitet wurden, noch einen weiteren Effekt. Mit der maschinellen Unterstützung eröffnen sich dem Handwerksbetrieb neue Möglichkeiten





„Erlebnis Fleisch“: Metzgermeisterin Katharina Koch steht regelmäßig selbst hinter der Theke und bringt ihr Wissen und ihre Expertise zu Fleisch, Wurst und Herstellprozessen an die Kunden.

Wer Teilstücke entvliest, kann seine Wertschöpfung steigern. Für ein Kilo veredelten Rinderbraten lassen sich so beispielsweise im Verkauf drei Euro mehr erzielen.



für Produkte –, gerade im beliebten Grillsortiment. „Ein Schwein besteht nun einmal nicht nur aus Schnitzel, Schinken, Filet oder Kotelett“, betont Grabowski, der seine Leidenschaft für Fleisch und seine Expertise bereits in mehreren Büchern zu neuen Cuts von Rind und Schwein dokumentiert hat.

Mit dem Einsatz eines Entvliesers von Weber Maschinenbau verarbeitet der vor mehr als 140 Jahren in Calden gegründete Familienbetrieb Koch heute zum Beispiel das weitgehend unbekannte Kachelfleisch eines Schweins zu zarten Grillsteaks. Zur Orientierung: Kachelfleisch gehört als Teilstück zum Hinterschinken und befindet sich oberhalb des Hüftknochens. „Das kam vor den heutigen Möglichkeiten der Veredelung eigentlich immer in die Wurst“, blickt Katharina Koch zurück. Aktuell besonders gefragt sind daher technische Lösungen für neue Produkte, mit denen das Fleischerhandwerk neue Fans gewinnen kann. „Wir brauchen Maschinen, die auf handwerkliche Belange zugeschnitten sind. Es gilt dabei nicht in langen Produktionsstraßen zu denken, sondern Lösungen für kleine Chargen und Individualität zu bieten“, fordert die Fleischermeisterin aus Nordhessen. Denn nicht zuletzt sind Individualität und Regionalität probate Möglichkeiten zur Differenzierung.

Handwerk braucht Partnerschaft

Laut Koch zeige die aktuelle Entwicklung aber leider, dass sich viele Hersteller von Systemen für die Fleisch- und Lebensmittelverarbeitung immer mehr vom Handwerk entfernen. „Wir werden nicht mehr gut versorgt. Meine Vermutung ist, dass wir als Zielgruppe für den Maschinenbau uninteressant geworden sind.“ Grabowski und Koch sind sich einig, dass Handwerksbetriebe mehr denn je auf ihren Bedarf abgestimmte maschinelle Lösungen brauchen, nicht nur für das Veredeln von

Fleischteilstücken mithilfe von Entvliesern, sondern ebenso für andere Prozessschritte wie das Entschwarten und Entfetten. Maschinenhersteller haben es damit in der Hand, das Handwerk zu unterstützen.

Dank der über 40-jährigen Erfahrung wissen die Skinner-Experten von Weber Maschinenbau: Das Handwerk setzt auf gute Maschinen. Gerade angesichts der gezeigten Vielfalt ist das Handwerk für Weber ein interessanter Kundenstamm. Für Weber lohnt es sich, hier in den fachlichen Austausch zu gehen und auch Maschinenentwicklungen partnerschaftlich voranzutreiben – das war vor 40 Jahren so und ist es noch heute. „Wir gehören dabei ganz klar mit zu den Produktentwicklern neuer Maschinen“, unterstreicht Christoph Grabowski. „Alle Beteiligten haben am meisten davon, wenn offen und eng zusammengearbeitet wird. Wenn eine echte Partnerschaft entsteht, von der alle profitieren.“ Doch mit der Lieferung von technischen Lösungen allein ist es nicht getan. Mindestens ebenso wichtig ist schnelle und persönliche Hilfe auf Augenhöhe, wenn eine Maschine ausfällt. „Wenn du im Service anrufst und die erste Ansage auf Englisch kommt, kriegt mein Vater schon die Krise“, verrät Katharina Koch.

„Erlebnis Fleisch“ als Perspektive

Neue Cuts, Regionalität, Nachhaltigkeit und höhere Wirtschaftlichkeit durch clevere Technik sind also einige Stellschrauben, an denen Fleischer in der heutigen Zeit drehen können, um sich abzuheben und zukunftsfähig zu sein. „Über klassische Produkte gelingt Differenzierung heutzutage kaum noch, die sind in der Regel sehr vergleichbar. Stattdessen muss der Metzger zur Marke werden“, unterstreicht Katharina Koch. „Marketing für sich und die eigenen Produkte ist ein nicht zu unterschätzender Erfolgsfaktor. Das ist für viele

Handwerksbetriebe aber noch sehr weit weg.“ Gerade im Wettbewerb mit dem Fleisch- und Wurstangebot der scheinbar übermächtigen Supermärkte und Discounter könne dies zum entscheidenden betrieblichen Überlebensfaktor werden. Ein Blick in die Branche zeigt: Lokale Handwerksbetriebe verschwinden immer mehr. „Ich komme aus Castrop-Rauxel. Da gab es früher an jeder Kreuzung eine produzierende Fleischerei – heute keine mehr und das bei rund 76.000 Einwohnern“, beschreibt Christoph Grabowski. Das, was er in seiner Heimatstadt erlebte, spiegelt sich bundesweit in einer erschreckenden Abwärtstrendlinie wider. Laut Statista sank die Zahl an Betrieben des Fleischerhandwerks von knapp 19.000 in 2002 in einer linearen Linie auf gut 11.000 in 2020.

Insgesamt müssen sowohl der Beruf des Metzgers als auch das Fleischerhandwerk wieder mehr Anerkennung und Wertschätzung erfahren, um attraktiv für Nachwuchsfachkräfte zu sein und dem Betriebssterben ein Ende zu setzen. Für Christoph Grabowski braucht dieser Prozess ganz wesentlich den Betrieb selbst. Der Metzgermeister habe seine Wurstküche zu verlassen, um insbesondere an verkaufstarken Tagen wie Freitag und Samstag im Verkauf zu stehen. „Warum zerlegen wir nicht an der Theke und nehmen die Kunden direkt mit ins Handwerk? So können wir zeigen, dass es sich um Teilstücke eines Tieres handelt und nicht um ein anonymes Stück Fleisch aus dem Vakuum.“ So könne Expertise sichtbar und erlebbar gemacht werden. Das wertet nicht nur das Produkt Fleisch, sondern auch den Beruf des Fleischers sowie das Handwerk auf. „Wir müssen dazu übergehen, das Handwerk anders zu bewerten. Der Fleischer von morgen wird Kulturgut und Fleisch muss zum Konsumerlebnis werden. Das schafft Zukunft“, ist Christoph Grabowski überzeugt.

André Michel ■



Penias Lebensmitteltechnik GmbH
A 5261 Uttendorf, Gaismannslohen 15
T 07724/28 64 W www.penias.at

INDIVIDUELL BRÜHEN

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

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.

Individuell. 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 Rückspra-

che 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 dadurch 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 Tiereschutzschlachtverordnung 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! ■



SCHNELL GESÄGT

Die Maschinenfabrik Freund aus dem deutschen Paderborn ist seit vielen Jahrzehnten der ausgezeichnete Hersteller einer Vielzahl verschiedenster Typen von Sägen für den Schlacht- und Zerlegebereich.

Die Spalt-Bandsäge SB 46-24 wird in Industriebetrieben sowie für die Spreizbügel-Schlachtung von Schweinen und Schafen eingesetzt. Sie zeichnet sich durch hohe Schnittgeschwindigkeit und leichte Bedienbarkeit aus. Die Arbeitsposi-

tion ist werkzeug- und stufenlos einstellbar, der Schalthebel ist ergonomisch ausgeführt und in jeder Handstellung bedienbar, und der zweite Handgriff vorne ist 90° schwenkbar. Sägebandwechsel und Bandspannung lassen sich in kürzester Zeit durchführen. ■

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



HIGHTECH-BETÄUBUNG

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

Jahrelange Erfahrungen im Bereich der Betäubung in Kombination mit einer ausgereifen Mikroprozessorsteuerung bieten 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 in 0,5 Sekunde, es gibt ein zusätzliches Konstantstromgerät und es sind höhere Stromstärken möglich. Selbstver-

ständlich ist das Gerät mit verschiedenen Fixiereinrichtungen kombinierbar. Neu ist die Kombi mit der Schweinekippvorrichtung, welche von Alce Anlagentechnik 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. ■



PERFEKT KOMBINIERT

Wenn der Platz eng und das Budget knapp sind:
Die praktische Kombinationsmaschine der Baureihe
ESB-V von Maja verbindet kraftvolles Entschwarten
und schonendes Entvliesen.

egal, ob im Handwerk oder in
der Industrie: Die Entschwar-
tungsmaschine, auch „Ab-
schwarzer“ genannt, gehört beim
Zerlegen vom Schwein zur Stan-
dardausrüstung. Sie erlaubt das
mühevolle Entfernen der Schwar-
te von sämtlichen Teilstücken.
Für eine wirtschaftliche Bearbei-
tung bietet Maja unterschiedliche
Bandabschwarzer, aber auch
Kombi-Maschinen, die nicht nur
zum kraftvollen Entschwarten
genutzt werden können, sondern
auch zum schonenden Entvliesen
von Edelteilstücken.

Dies ist vor allem für klei-
nere Betriebe interessant, die
häufig vor der Anschaffung einer
Entvliesmaschine zurückschrecken,
obwohl sie lukrative Anwendungsmöglichkeiten
und viel Einsparungspotenzial
bieten könnte: Je umfangreicher
der Maschinenpark in der
Produktion, je mehr Stellfläche
wird benötigt und außerdem
kostet die zusätzliche Maschine
ihr Geld, so die Argumente.

Maja-Kombi-Maschine für kleine Betriebe.

Mittlerweile sieht aber mehr
als jeder zweite Handwerksbe-
trieb in der maschinellen Ent-
vliesen interessante Vorteile,
die er gerne zur Wertschöpfung
nutzen würde.

Damit auch bei beengten
Platzverhältnissen und einem
knappen Budget der Einstieg in
diese Technologie leicht fällt,
bietet Maja die Kombi-Maschine
der Baureihe ESB-V. Mit ihrer
Doppelfunktion eignet sie sich
zum sicheren und kraftvollen
Entschwarten von flachen Teil-
stücken über das Zuführband.

Will der Anwender runde
Teilstücke bearbeiten, wird die
Haube einfach hochgestellt, das
Zuführband herausgenommen
und der Edelstahl-Arbeitsstisch
eingehängt. Das ist schon alles
und geht ganz ohne Werkzeug
oder Servicekraft. Dieser einfache
Aufbau ist auch sehr prak-
tisch, wenn es anschließend an
die Reinigung geht.



Aktuell. Das deutsche Ma-
schinenbauunternehmen Maja
gehört seit 2018 zu Marel. Am
Standort im südbadischen
Kehl-Goldscheuer werden
Abschwarzer und Entvliesser,
Schneide- und Portionierma-

schinen und Eiserzeuger entwi-
ckelt, gefertigt und in alle Welt
vertrieben – und das mittlerwei-
le seit über 65 Jahren. ■

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

REX
TECHNOLOGIE

DER VAKUUMFÜLLER &
PORTIONIERSYSTEME

UNIVERSELLE FORMMASCHINE UFM 300

HAMBURGER
FORMER



KNÖDEL
FORMER



CEVAPCICI
FORMER



IFFA 2022

Halle 8.0 / D 80



REX Technologie GmbH & Co. KG • Irlachstrasse 31 • A-5303 Thalgau
Telefon +43(0)6235-6116-0 • Fax +43(0)6235-6529
Mail: sales@rex-technologie.com • www.rex-austria.com



ENTSCHWARTEN, ENTFETTEN UND ENTVLIESEN

Perfekte Ergebnisse mit Weber Skinners: Höchste Hygienestandards und ein skaliertes Skinner-Portfolio lassen industrielle und mittelständische Fleischbetriebe profitieren.

Ob für Handwerk, Mittelstand oder Industrie – Leistung und Funktionalität der Skinner von Weber Maschinenbau sind skaliert aufgebaut und bieten seit über 35 Jahren stets die passende Lösung für professionelle und sichere Zerlegeabläufe.

ASD 460: die Entfettungslinie

Zur Veredelung von Loin und Kotelett hat Weber eine spezielle Entfettungslinie entwickelt: die ASD 460. Im Gegensatz zu vergleichbaren Maschinen auf dem Markt verzichtet Weber auf den Produkteinstich durch Nadeln zur Messung der Fettschicht. Die ASD 460 verfügt über eine kameragestützte Erkennung der Fettstärke und vorprogrammierte Längsprofilfahrten, wodurch der Verarbeitungsprozess vollautomatisch verläuft. Die Verarbeitungsqualität der Maschine ist so gut, dass sich das zeitintensive Nachtrimmen mit der Hand auf ein Minimum reduziert.

Gleichmäßige Entfettungsstärken werden über das Verfahren einer „Schneidkurve“ erzielt. Diese kann individuell angepasst werden – von fast fettfrei bis zu einer Schnittstärke von 20 mm. Hieraus resultiert ein gleichmäßiges Verarbeitungsergebnis der Produkte und damit eine Kalkulationssicherheit, die insbesondere bei der Bearbeitung von Edelteilstücke wie Loin und Kotelett zum Tragen kommt. Die Hochleistungsmaschine erreicht eine Produktivität von bis zu 1.200 Produkten in der Stunde – ohne die Notwendigkeit einer manuellen Beladung, da die Produkte online in die Maschine gefördert werden können. Ein weiteres Plus: Der Rückenspeck kann mit dem Produkt ausgetragen oder zur Weiterbearbeitung in eine Entschwartungsmaschine transportiert werden.

ASD 460 C: die Kompakte

Bei der kompakten, halbautomatischen Bandentfettungsmaschine ist die exakte Bestimmung der gewünschten Fettstärke 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 ge-

Franz Gramiller & Sohn GmbH
A 5021 Salzburg, Haunspergstr. 32
T 0662/875 13 20 W www.gramiller.at

trennt. 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. 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 einzigartiges Hygienedesign aus.

AMS 533: für die Industrie

Höchste Ansprüche beim industriellen Entvliesen erfüllt die Entvliesmaschine AMS 533. Die individuelle Feinstellung des Messers und darauf abgestimmte Transportwalzen garantieren maximale Produktausbeute – für Edelteilstücke oder Verarbeitungsfleisch von Rind, Kalb und Schwein sowie Pute, Pferd, Wild und Strauß. Vor allem was die Arbeitsgestaltung und Hygiene angeht, hebt sich die AMS 533 von konventionellen Entvliesmaschinen ab: Anstatt einzelner Düsen, welche durch feine Fleischpartikel leicht verstopfen können, hat Weber ein einzigartiges System in Form eines Düsenblocks entwickelt, der sich während und nach der Bearbeitung schnell reinigen lässt. Neben den Hygienestandards überzeugt die AMS 533 durch eine bedienerfreundliche Handhabung.

Die ideale Arbeitstischgestaltung in Verbindung mit einem ergonomischen Maschinenaufbau garantiert die kraftschonende Bearbeitung. Und auch das Handling des Messerhalters war nie einfacher, schneller und sicherer: Weber Maschinenbau hat mit SmartLock einen neuen Schnellspannverschluss der Messerhalter entwickelt. Anders als bei klassischen Messerhaltern lässt sich das System

über einen stabilen Bügel aus Edelstahl öffnen. Die gute Zugänglichkeit ermöglicht eine unkomplizierte, gründliche Reinigung und erfüllt damit höchste Hygienestandards. Der Messerwechsel kann bequem ohne Werkzeug durchgeführt werden – in Sekundenschnelle. Zum Klingenwechsel 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 leichte Handhabung werden unsachgemäße Bedienung und versehentliche Beschädigungen vermieden, woraus nicht nur minimierte Instandhaltungskosten resultieren, sondern auch Sicherheit für Personal.

ASB 400 & ASB 600: die Flexiblen

Mit Schnittbreiten von 400 Millimetern überzeugen die Band-Entschwartungsmaschinen ASB 400 und ASB 600 (siehe Bild oben) als flexible Kombinationsmaschinen. Sie ermöglichen sowohl vollautomatisches als auch manuelles Entschwarten aller Teilstücke, 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. ■



Es hat schon Tradition, dass der Obertrumer Gewürzhersteller Raps zur Grillsaison mit neuen Willys aufwartet. Steak Willy und Senf Willy heißen die beiden Neuen in diesem Jahr.



NEUE WILLYS BRAUCHT DAS LAND

Die Willy-Familie aus dem Hause Raps ist wieder größer geworden. Der Obertrumer Gewürzhersteller hat auch diesmal sehr viel Wert auf ein besonders harmonisches und ausgewogenes Geschmacksbild geachtet – und liefert mit Steak Willy und Senf Willy wieder zwei ganz besonders fein abgestimmte Marinaden.

Der Willy für Rindersteaks

Der Steak Willy unterstreicht den Eigengeschmack von Rindfleisch, ohne ihn zu verfälschen und lässt die feinen Aromen damit besonders gut zur Geltung kommen. Einzig eine feine Pfeffernote ist innerhalb des runden Gesamteindrucks identifizierbar. Schließlich wollen die Konsument:innen auch schmecken, was sie für gutes Geld erworben haben. Diese Zurückhaltung wird übrigens auch optisch sichtbar. Der Steak Willy besitzt eine sehr dezente Optik mit nur

wenigen Sichtgewürzen, um die „Sicht“ auf das hochwertigste vom Rind nicht zu versperren. Zugleich unterstützen die besonders fein vermahlenden Gewürzanteile die Röstopik und eine knusprige Textur am gebratenen Steak.

Ein Freudenfest für Senf-Fans

Der Senf Willy ist optisch opulenter und macht auf den ersten Blick deutlich, was in ihm steckt. Der großzügige Senfanteil und die begleitenden Gewürze und Kräuter verleihen dem marinierten Fleisch, vorzugsweise üppige Cuts vom Schwein, eine sehr einladende, kräftige Optik. Die hellbraune Optik des Senf Willy verwandelt sich am Grill in

sehr schöne, dunkelbraune Röstfarben. Diese stehen damit im reizvollen Kontrast zum hellen Anschnitt der gegrillten Stücke.

Das Geschmacksbild des Senf Willy ist würzig, vollaromatisch mit deutlicher Senfnote, begleitet von Pfeffer und Knoblauch. Weitere Gewürze und Kräuter runden den kräftigen Geschmack ab und sorgen für ein rundes Gesamtbild.

Vielfältiger Grill-Genuss

Die beiden neuen Willys von Raps bedienen in erster Linie Klassiker vom Grill wie Filetsteak, T-Bone oder Beiried vom Rind beim Steak Willy sowie Kotelett, Spare Ribs und Filet vom Schwein beim Senf Willy. Der etwas zurückhaltende Steak Willy eignet sich mit seinem dezenten Geschmacksbild darüber hinaus besonders gut für geröstetes Brot oder Folienkartoffeln. Mit dem Senf Willy würzt man neben Schweinefleisch auch würzige Grilladen vom Lamm.

Wie auch alle anderen der 17 Sorten umfassenden Willy-Serie enthalten Steak Willy und Senf Willy kein Palmöl, sondern ausschließlich Rapsöl. Und selbstverständlich sind auch die beiden Neuen frei von zugesetzten Geschmacksverstärkern – und auch für vegetarische Grilladen geeignet. ■



Fotos: RAPS GmbH



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



Eine insgesamt 40-köpfige Jury verkostete an zwei Tagen für die beiden Prämierungen „Speck-Kaiser“ und „Goldenes Blunz'nkranz“.

SPECK & BLUTWURST UNTER DIE LUPE GENOMMEN

Die beiden Wieselburger Prämierungen „Speck-Kaiser“ und „Goldenes Blunz'nkranz“ haben sich zu gefragten Größen unter den Qualitätsüberprüfungen für Speck, Wurst, Schinken sowie Blutwürste entwickelt. Gewerbliche Fleischer und landwirtschaftliche Direktvermarkter dürfen an diesen beiden renommierten Wettbewerben teilnehmen.

Unter Fleischern und Direktvermarktern erfreuen sich der „Speck-Kaiser“ sowie das „Goldene Blunz'nkranz“ großer Beliebtheit. Anders sind die hohen Teilnahmezahlen nicht zu erklären. So wurden bei der Prämierung „Speck-Kaiser“ heuer trotz anhaltender „Corona-Krise“ rund 528 Proben eingesendet. Zusätzlich beachtlich, die Wettbewerbe sind international. Das muss auch besonders erwähnt werden.

In gewohnt perfekter Zusammenarbeit zwischen der Messe Wieselburg und dem Lebensmitteltechnologischen Zentrum Francisco Josephinum wurden

Produkte aus acht österreichischen Bundesländern und dem Ausland (Deutschland, Italien) zur Verkostung eingereicht. Diese hohe Anzahl verdeutlicht die hohe Akzeptanz dieser Prämierung sowohl bei Direktvermarkter:innen als auch bei gewerblichen Produzent:innen sehr eindrucksvoll.

Erfolg: 16 Speck-Kaiser aus fünf Bundesländern

Die 16 vergebenen Speck-Kaiser-Auszeichnungen teilen sich auf sechs gewerbliche und auf zehn landwirtschaftliche Produkte auf. Die Speck-Kaiser verteilen sich auf fünf Bundeslän-

der. Sechs der begehrten Trophäen gehen an Produzent:innen aus Oberösterreich, fünf an Hersteller aus Niederösterreich, weitere zwei nach Vorarlberg. Jeweils ein Speck-Kaiser wandert man nach Tirol, Kärnten und in die Steiermark.

Aufteilung zwischen Gewerbe und Landwirtschaft

Die Unterteilung der Kategorien nach gewerblichen und bäuerlichen Produzenten hat sich als goldrichtig erwiesen und ist erneut auf große Zustimmung gestoßen, wie die hohe Teilnehmerzahl belegt. Um die Güte der Prämierung noch zu steigern,

wurde auf ein Verkostungsteam von knapp 40 Experten aus dem schulischen, landwirtschaftlichen und gewerblichen Umfeld zurückgegriffen. Außerdem wurde wie letztes Jahr eine eigene, besonders kompetente Verkostungsgruppe installiert, die ausschließlich für die Bestimmung der Kategorie-Sieger:innen verantwortlich war.

Rückmeldungen für die Teilnehmer:innen

Die einreichenden Betriebe profitieren zusätzlich: Den Produzent:innen wird nicht nur im Detail das Ergebnis der Verkostung in den einzelnen Beurtei-



Rainer Binder aus Hofkirchen errang den „Speck-Kaiser 2022“ in der Kategorie „Erhitzte Würste – gewerbliche Produktion“.



Jürgen Fichtenbauer aus Amaliendorf holte sich den „Speck-Kaiser 2022“ in der Kategorie „Karreespeck geräuchert – gewerbliche Produktion“ ab.



Doris und Franz Steiner aus Sollenau holte sich das „Goldene Blunz'nkranz“ 2022 in der Kategorie „Kreative Blutwürste im Darm – gewerbliche Produktion“.



Peter Windhager von der Firma Speckmeister e.U. aus Münzbach holte sich die Trophäe in der Kategorie „Rohwürste – gewerbliche Produktion“ ab.

Premiere: Online Marketing Award

Das Netzwerk Kulinarik vergab heuer zum ersten Mal den Online Marketing Award. Gesucht wurden AMA Genuss Region Direktvermarkter und Manufakturen, die sich online perfekt präsentieren. Bewertet wurden der Website- und Social-Media-Auftritt und – sofern vorhanden – die Bestellmöglichkeit via Internet. Alle Betriebe, die mitgemacht haben, erhielten von Fachexperten Feedback. Diese drei Spitzen-Betriebe wurden gekürt.

Platz eins: Destillerie Farthofer GmbH

Mostviertelplatz 6, 3362 Öhling, www.destillerie-farthofer.at

Platz zwei: farmgoodies GmbH Am Emerberg 12, 4174 Niederwaldkirchen, www.farmgoodies.net

Platz drei: Fleischerei Mosshammer GmbH

Zinzendorfsgasse 12, 8010 Graz, www.mosshammer.at



www.abhof.com

MESSE
WIESELBURG
WIR SCHAFFEN BEGEGNUNG

AB HOF
Spezialmesse für
bäuerliche Direktvermarktung
WIESELBURG



zeitgleich mit der

NEUE
WIESELBURGER
MESSE



zwei Messen - ein Termin
12. bis 15. Mai 2022



Herbert Lechner aus Scheibbs (im Bild mit Familie) holte sich das „Goldene Blunz'nkranzl“ 2022 in der Kategorie „Blutwürste deutsch-österreichische Art – gewerbliche Produktion“.

lungskriterien (äußeres Aussehen, inneres Aussehen, Konsistenz, Geruch und Geschmack) mitgeteilt, sondern auch eine Fehlerbeschreibung der Probe und auf Wunsch das Ergebnis einer Untersuchung auf wichtige Hygieneparameter übermittelt.

Goldenes Blunz'nkranzl

Das goldene Blunz'nkranzl ist der jüngste Wettbewerb der Prämierungsreihe im Zuge der „AB HOF“-Messe, der heuer zum vierten Mal erfolgreich durchgeführt wurde. Die Bewertung erfolgte in den Kategorien „Blutwürste deutsch-österreichische Art“, „Blutwürste französische Art“ und „kreative Blutwürste im Darm“. Bei der dritten Auflage dieser Prämierung wurden 66 Proben eingesendet, was die Bedeutung dieses Wettbewerbes bestätigt.

Die Jury konnte drei Mal „Das goldene Blunz'nkranzl“ vergeben. Dabei wurden zwei gewerbliche und eine landwirtschaftliche Produktion ausgezeichnet. Es gehen, wie bereits in den ersten drei Jahren, alle Trophäen an ProduzentInnen aus Niederösterreich. Besonders in der Kategorie „kreative Blutwürste im Darm“ war die Fachjury über den Ideenreichtum der eingereichten Proben erstaunt – von Blutwursttorten über

Früchte bis zu Gemüse oder Zimt waren unglaublich kreative Zutaten dabei, um die Delikatessen zu verfeinern.

Die Siegerehrung

Bei der Siegerehrung spendeten die anwesenden Honoratioren ihre Grußworte: Niederösterreichs Landeshauptfrau-Stellvertreter Dr. Stephan Pernkopf: „Ein großer Dank gilt allen bäuerlichen und gewerblichen ProduzentInnen in Österreich für unsere regionalen Produkte, denn sie zeigen großes Engagement sowie echtes Handwerk mit Leidenschaft und tragen maßgeblich zur Versorgung unseres Landes mit Lebensmitteln bei.“ Johannes Schmuckenschlager, Präsident der Landwirtschaftskammer NÖ ergänzte: „Direktvermarktung ist ein wichtiges Standbein für die heimischen Bäuerinnen und Bauern und schließlich eine Win-win-Situation für alle. Der Griff zu regionalen Produkten direkt beim Bauern gibt nicht nur den KonsumentInnen Sicherheit, sondern sichert zudem landwirtschaftliche Betriebe, Innovationen und letztendlich die Versorgungssicherung mit regionalen Produkten.“

Alle Preisträger sind auch auf www.fleischundco.at zu finden
HaRo ■

„Goldenes Blunz'nkranzl“ Preisträger '22

Blutwürste deutsch-österreichische Art – landwirtschaftliche Produktion:

Franz und Martina Schalhas, Schweinern (Niederösterreich)

Blutwürste deutsch-österreichische Art – gewerbliche Produktion:

s'Blunz'nsemmerl Herbert Lechner, Scheibbs (Niederösterreich)

Kreative Blutwürste im Darm – gewerbliche Produktion:

Fleischerei Doris und Franz Steiner, Sollenau (Niederösterreich)

„Speck-Kaiser“-Preisträger 2022

Bauchspeck vom Schwein geräuchert – landwirtschaftliche Produktion:

Bergbauernschule Hohenlehen, Hollenstein (Niederösterreich)

Karreespeck vom Schwein geräuchert – gewerbliche Produktion:

Fleischerei Fichtenbauer, Amaliendorf (Niederösterreich)

Karreespeck vom Schwein geräuchert – landwirtschaftliche Produktion:

Christa und Alfred Luftensteiner, Mitterkirchen (Oberösterreich)

Sonstige Rohpökel-Spezialitäten vom Schwein – gewerbliche Produktion:

Fleischerei Ing. Stefan Seiser, Strassburg (Kärnten)

Sonstige Rohpökel-Spezialitäten vom Schwein – landwirtschaftliche Produktion:

Hofmannsche Forst- und Gutsverwaltung, Natternbach (Oberösterreich)

Rohpökelwaren vom Rind – landwirtschaftliche Produktion:

Thomas Storf, Reutte (Tirol)

Sonstige Rohpökelwaren – gewerbliche Produktion:

Wüdian GmbH., Weitersfelden (Oberösterreich)

Sonstige Rohpökelwaren – landwirtschaftliche Produktion:

Adolf Burtscher, Nüziders (Vorarlberg)

Rohwürste – gewerbliche Produktion

Speckmeister e. U., Münzbach (Oberösterreich)

Rohwürste – landwirtschaftliche Produktion:

Klaus Mairoser, Nassereith (Vorarlberg)

Erhitzte Würste – gewerbliche Produktion:

Fleischerei Rainer Binder, Hofkirchen (Oberösterreich)

Erhitzte Würste – landwirtschaftliche Produktion:

Hofladen Mayrhofer, Engerwitzdorf (Oberösterreich)

Kochpökelwaren essfertig – gewerbliche Produktion:

Fleischerei Winkler-Langgartner GmbH, Krems (Niederösterreich).

Kochpökelwaren essfertig – landwirtschaftliche Produktion:

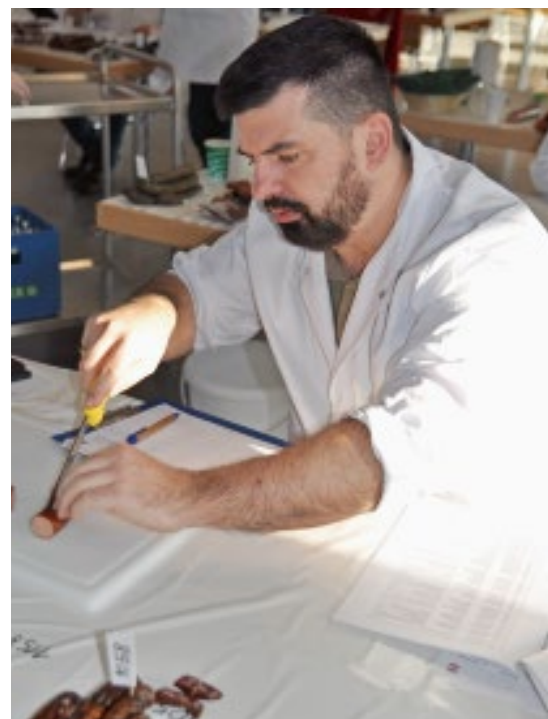
Waltraud und August Hütter, Straden (Steiermark)

Aufstriche – landwirtschaftliche Produktion:

Blockhausheuriger Familie Posch, Wartmannstetten (Niederösterreich)

Aufstriche – landwirtschaftliche Produktion:

Pöcksteiners Bauernladen, Hofamt Priel (Niederösterreich)



Fleischermeister Josef Teufl aus Ruprechtshofen mit voller Konzentration bei der Überprüfung eines Exponats.

SPECKMEISTER WURDE SALAMIKAISER

„Speck-Kaiser“ dürfen sich nun die „Speckmeister“ Peter und Rupert Windhager aus Münzbach nennen. Sie erhielten den Titel im Bereich Gewerbebetriebe für ihre neueste Erfindung – den Salami-Taler.

Zum wiederholten Male stand auch der Familienbetrieb Windhager bei der AB HOF-Messe im Rampenlicht. Die Spezialitäten aus Münzbach finden immer wieder Anklang bei der Expertenjury – und wurden auch heuer mit der höchsten Auszeichnung bedacht. Den Speck Kaiser gab's diesmal für die neueste Erfindung des Betriebs, den Salami-Taler.

Für Fleisch & Co hat sich Speck- und jetzt auch Salamiexperte und Fleischermeister Peter Windhager zum Kurz-Interview bereit erklärt.

Fleisch & Co: Wie sind Sie zu den Talern gekommen?

Peter Windhager: „Mich fasziniert das Thema Rohwurst schon lange, denn eine Salami ist die Königsklasse der Wurstproduktion. Bei der Meisterprüfung wurde ich das erste Mal mit einer Rohwurst so richtig konfrontiert. Aber grundsätzlich wollte ich wieder ein besonderes Produkt ‚erfinden‘, das es noch nicht gibt.“

Welche Vorlaufzeit braucht man, um ein neues Produkt marktreif zu haben?

„Anfangen habe ich mit der Produktion von Hauswürsten. Später dann mit Salami in Stangen. Bei der Produktion gab es immer wieder Rückschläge. Ich wollte eine Salami ohne Schnellreifemittel herstellen. Damit sind klimatische Bedingungen von außen sehr wichtig. Nachdem ich den Salami-Taler kreiert habe, dauerte es aber noch etwa ein Jahr, um die perfekte Rezeptur zu finden.“



Wie lange dauert die Produktion der Rohwurst?

„Für die Taler, in dieser Größe, benötige ich eine Reifezeit von rund vier Wochen.“

Je größer und schwerer die Stücke werden, desto länger dauert die natürliche Reifung. Im Gegenteil von einer schnell gereiften Salami, Reifezeit fünf Tage, doch eher recht lange.“

Wie lange und welche Produkte senden Sie zu Prämierungen?

„Seit mittlerweile elf Jahren sende ich unsere Speck- und

Wurstprodukte zur Beurteilung an die Fachjury. Es wurden wirklich unzählige Medaillen für jeden Speck erreicht.“

Die Highlights waren unter anderem der doppelte Speckkaiser für unseren allseits beliebten Speckroller und den Bauchspeck im Jahr 2015.

Darauf folgend ein weiterer Speckkaiser für unseren Schopfspeck im Jahr 2017. Zudem sind wir Dreifach-Gewinner der Genusskrone und dann natürlich auch die zwei Goldmedaillen beim Goldenen Blunzenkranz im Jahr 2020 und 2021.“

Welche Sorten gibt es bei Ihnen im Shop zu kaufen?

„Derzeit gibt es drei Salami-Taler im Sortiment: die Salami Classic, Salami im Kräutermantel und für die Chili-Fans gibt es den Salami-Taler Western-Style.“

Wird es weitere Salami-Sorten geben?

„Mit dieser neuen Auszeichnung bin ich schon wieder Feuer und Flamme und tüftle schon wieder fleißig herum. An Kreativität und Mut zu Neuem fehlt es mir zum Glück nicht.“ ■

Bester Geschmack, natürlich in Bio.







Beck Gewürze und Additive GmbH
Tel. +49 9153 9229-0
www.beck-gewuerze.de

IFFA 2022: 14.-19.5.2022
Halle 12.1
Stand B80

Am Wort!

**Nadina Ruedl**

Nachhaltigkeitsexpertin und Gründerin „Die Pflanzerei“

Das Schinkenfleckerl-Drama: Tragikomödie in mehreren Akten

Alles begann mit einer Heißhunger-Attacke und einer sentimental-nostalgischen Erinnerung an meine Leibspeis'. Nach mittlerweile drei Jahren veganem Lebensstil war er also da: der unausweichlich Gusto auf Schinkenfleckerl. „So schwer kann es nicht sein“, sagte ich mir (leicht naiv). Zuspruch für meine kulinarische Vision kam von unzähligen veganen Fleisch- und Wurstprodukten, die sich im Supermarkt stapelten. Weder Optik (grau) noch Zutatenliste (lang) der veganen Wurstprodukte brachten mich zum Umdenken oder gar Umdrehen. Mein Tatendrang (weil hungrig) war nicht zu bremsen. Die g'schmackige Fleckerlspeis' à la Oma schien in unmittelbarer Reichweite. Nach mehr als 60 Minuten schneiden (fluchen), kochen (fluchen) und braten (fluchen) folgte die umso bitterere (weil auch verbrannte) Ernüchterung: Es war ein Klumpen, ein klebriger Haufen undefinierbarer Masse. Kulinarisch vom Original weiter entfernt, als ich in der Wiener Großstadt von meiner Salzburger Heimat. Der letzte, unausweichliche Akt: Mülltonne und die vegane Ernüchterung im Abgang. Heute weiß ich, so geht es nicht nur mir. Immer mehr Menschen wollen ihren Fleischkonsum reduzieren oder gar kein Fleisch mehr essen. Auf liebgegewonnene Essensgewohnheiten verzichten, das wollen dabei die wenigsten. Und genau deswegen gründete ich im Oktober 2021 die Pflanzerei. Gemeinsam mit einem Metzger produzieren wir vegane Fleisch- und Wurstprodukte, die nicht nur schmecken, sondern auch in gewohnter Art und Weise zubereitet und gegessen werden können. Übrigens: Die Oma weiß bis heute nichts vom Schinkenfleckerl-Drama.

**GEFLÜGELWURST: VOLLER GENUSS**

Leicht, dabei herzhaft köstlich: Wurst aus Geflügel liegt im Trend und Savory Solutions liefert die besten Zutaten dazu.

Leichter Genuss und nachhaltigere Landwirtschaft werden gerade bei Fleisch- und Wurst immer wichtiger. Das alles vereinen Geflügelprodukte auf besondere Art und Weise. Savory Solutions ist der Spezialist, wenn es um Zutaten für die Herstellung von Geflügelfleischprodukten geht.

Beliebt und gern gekauft

Geflügel gilt, vor allem im Vergleich mit Rind- und Lammfleisch, als kostengünstig, da die Futtermittelverwertung bei Geflügel sehr effizient ist. Hühner fressen 1,9 kg Futter um, ihr eigenes Körpergewicht um ein Kilo zu erhöhen. Schweine müssen dafür drei Kilo und Rinder sogar ganze sieben Kilo verzehren. Steigende Futterkosten wirken sich so zugunsten der Geflügelfleischproduktion aus, insbesondere in Schwellenländern. Das spart jedoch nicht nur Kosten, sondern auch Ressourcen. Gleichzeitig gibt es für Geflügelprodukte keine religiösen Restriktionen, was es vor allem für die Gemeinschaftsverpflegung interessant macht.

Die Zielgruppe im Blick

Veränderte Ernährungsweisen wirken sich auch auf die Zielgruppe aus. Konsument:innen hinterfragen ihre Ernährungsgewohnheiten sowie die Herkunft von Lebensmitteln und legen immer mehr Wert auf Tierwohl, Nachhaltigkeit, Regionalität und Bioqualität. Beliebt ist Geflügel besonders bei ernährungsbewussten Menschen, Frauen sowie jüngeren Verbrauchern. Was immer das Herz der eigenen Kunden höherschlagen lässt, lässt sich mit der breiten Produktpalette von Savory Solutions auch mit Geflügelfleisch produzieren. So gelingt ein köstlich leichter Geflügelaufschnitt immer perfekt mit Lyona (Art.-Nr.: 230019). Die elegante Würzung mit Pfeffer, Ingwer und leichter Zitronennote geeignet sich für Geflügellyoner.

Tipp: Wer seine Geflügelspezialitäten in der Theke ins beste Licht rücken will, wird im großen Sortiment der Wiberg Wursthüllen fündig. In vielen Qualitäten und Kalibern macht die hauseigene Geflügelwurst in diesen Hüllen immer eine gute Figur. www.frutarom.eu

Gut mariniert durch den Sommer 2022 mit Beck SoftFix**Beck Gewürze und Additive GmbH präsentiert zwei neue schmackhafte SoftFix Marinaden, www.beck-gewuerze.de**

BECK SoftFix Marinade Chili Cheese Dieser cremige Käsegenuss hat Pep! Faszinierend, wie der Cheddar auf der Zunge zergeht und danach langsam Jalapenos, Chilis und Paprika ein sanftes Feuerwerk dezent-scharfer Geschmackssensationen entfachen! Ein besonderer Genuss für alle, die es gerne temperamentvoll haben. Hervorragend geeignet für Burger, Schweinefleisch und Grillgemüse.

BECK SoftFix Marinade Trüffel Aroma Um den köstlichen Geschmack von Trüffeln richtig zur Geltung zu bringen, braucht es Feingefühl. Wir haben Trüffel mit einer ausbalancierten Mischung aus weißem Pfeffer, Ingwer und Knoblauch kombiniert, um dem Aroma dieses edlen Pilzes eine würdige Bühne zu geben. Hervorragend geeignet für helle Fleischsorten und Grillgemüse.



REZEPT DES MONATS

powered by

WIBERG

GEWÜRZMÜHLE NESSE

Gewürzmüller

CHILI CHEESE BALLS

Die Grillsaison lockt mit einer bunten Vielfalt an Köstlichkeiten. Neben Fleisch, Würstchen und Gemüse hat auch würziger Grillkäse seinen festen Platz auf dem Rost. Hersteller profitieren von einem breiten Sortiment rund ums Barbecue.

Grillkäse leicht gemacht: Grillkäse „nach Hausrezept“ lässt sich spielend einfach selbst herstellen. Für die ideale Bindung sorgt Optimizer Grillkäse (Art.-Nr.: 281848), damit hat das Endprodukt dann die optimale Konsistenz und bleibt beim Grillen fest. Aus Käse, Öl, Wasser und Optimizer Grillkäse entsteht herzhafter Genuss für den Rost. Ob am Spieß, als Hauptspeise oder Beilage – der Käse bereichert nicht nur Grillabende. Auch in der Pfanne gebraten, etwa zu Salat oder Ofengemüse, bringt er Geschmack und Abwechslung auf die Teller. Vorteile sind neben der einfachen Herstellung auch die zahlreichen Möglichkeiten, das Endprodukt nach persönlichem Geschmack zu verfeinern und dem Käse eine individuelle Note zu geben.

Verarbeitung

- Käse im Kutter vorgranulieren (3–5 mm)
- Wasser und Eis bei mittlerer Drehzahl langsam zugeben
- Optimizer Grillkäse zugeben und bei mittlerer Drehzahl bis 10 °C kuttern
- Speiseöl langsam bei hoher Drehzahl zugeben und Masse bis max. 20 °C kuttern
- Gegen Ende Jalapeño Chili Mix homogen einmischen
- Aus der Masse kleine Kugeln formen
- Die Käsebällchen etwas anfeuchten und mit Bunte Panade panieren.

Material

65 kg Hartkäse
(Gouda, Emmentaler)
5 kg Speiseöl
20 kg Wasser
10 kg Eis

Weitere Zutaten

6,5 kg Optimizer Grillkäse,
Art.-Nr.: 281848
1,2 kg Jalapeño Chili Mix,
Art.-Nr.: 249891
Bunte Panade,
Art.-Nr.: 210948

Zubereitung

Fritteuse: ca. 2–3 Minuten
bei 170 °C



ACO Entwässerungssysteme für den Produktionsbereich

Unterschätzen Sie niemals die Entwässerung

25 Jahre Erfahrung in hygienischer Bodenentwässerung

Erfahren Sie, wie ACO mit seiner Bodenentwässerung in Ihren Produktionsbereichen für Hygiene sorgen kann.

www.aco.at/lebensmittelindustrie



ACO. creating
the future of drainage

