

# F leisch & Co

Ausgabe  
04/2021

Fachzeitschrift für

- Herstellung
- Veredelung
- Vermarktung

frischer Lebensmittel

Einzelpreis € 5,90

## Übergabe in Liesing: Hödl der Dritte

Generationswechsel: Seit 1999 im Betrieb, übernimmt  
Christoph Hödl nun den Wiener Kult-Fleischhauer.

NAHHRUNGSMITTEL- UND  
VERPACKUNGSTECHNIK

### FRISCHFLEISCH FÜR INNOVATIVE



**GRAMILLER**

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



**MEIER** VERPACKUNGEN

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



### Nachhaltige Innovationen

• Jetzt  
umdenken!

**SEALPAC**

*Forming Innovations*

Ihr persönliches Exemplar

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



**AICHINGER**

## Erfolg lässt sich einrichten.

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

## Inhalt

### Fleisch & Meister

**News** | Von Mostviertel bis Kärnten 04

**Nach 50 Jahren** | Erwin Fellner geht in die Pension 05

**Cover** | Christoph Hödl übernimmt in Liesing 06

**Kooperation** | Gerald Zellinger im Interview 08

**Hühner.Gut** | Zu Gast bei Lucas und Saskia Keiler 10

### Fleisch & Produktion

**AMA-Reform** | „Siegel-Ideen“ von Dr. Schlederer 12

**Ausbildung** | Landshut setzt Fokus auf Flexitarier 14

**Sonderthema** | Alles rund um Hygiene 15

### Fleisch & Genuss

**Grillen 2021** | Trends, News & vieles mehr 20

### Fleisch & Markt

**Moßhammer** | Der neue Umbau von Aichinger 28

**Preisträger** | Speck-Kaiser und Blunz'nkranzl 30

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

##### Fleisch & Co – Die österreichische Fleischerzeitung

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

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

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

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

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

**Mitarbeiter dieser Ausgabe:** Dimá-Alexander Braune, Fritz Floimayr, Roland Graf, Matthias Mayr, Harald Platteter, Raimund Plautz, Johannes Rottensteiner, Volker Simon, Thomas A. Vierich

**Tirol Redaktion und Social Media Management:** Barbara Egger **Coverfoto:** Lukas Ilgner

**Medienberatung und Anzeigenservice:** Die Schnatterei, Tanja Braune,

Tel.: +43/(0)676 / 634 27 07, E-Mail: office@dieschnatterei.com

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

**Abonnement:** Aboservice Österreichischer Wirtschaftsverband,

Tel. +43 1 54664 135, E-Mail: aboservice@wirtschaftsverband.at

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

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

**Hersteller:** Friedrich Druck & Medien GmbH, 4020 Linz, Zamenhofstraße 43–45, www.friedrichdruck.com

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

**Datenschutzerklärung:** Wenn Sie diese Publikation als adressierte Zustellung erhalten, ohne diese bestellt zu haben, bedeutet dies, dass wir Sie aufgrund Ihrer beruflichen Tätigkeit als zur fachlichen Zielgruppe zugehörig identifiziert haben.

Wir verarbeiten ausschließlich berufsbezogene Daten zu Ihrer Person und erheben Ihr Privatleben betreffend keinerlei Daten. Erhobene Daten verarbeiten wir zur Vertragserfüllung, zur Erfüllung gesetzlicher Verpflichtungen sowie zur Bereitstellung berufsbezogener Informationen einschließlich (Fach-)Werbung. In unserer vollständigen Datenschutzerklärung informieren wir Sie ausführlich darüber, welche Kategorien personenbezogener Daten wir verarbeiten, aus welchen Quellen wir diese Daten beziehen, zu welchen Zwecken sowie auf welcher Rechtsgrundlage wir dies tun. Ebenso erfahren Sie dort, wie lange wir personenbezogene Daten speichern, an wen wir personenbezogene Daten übermitteln, und welche Rechte Ihnen in Bezug auf die von uns verarbeiteten Daten betreffend Ihre Person zukommen.

Gerne übermitteln wir Ihnen die vollständige Datenschutzerklärung per Post oder E-Mail – geben Sie uns per Telefon, E-Mail oder Post Bescheid, wie und wohin wir Ihnen diese senden dürfen.

Sie erreichen uns hierzu wie folgt: Per Post: Die Schnatterei e. U., Grenzstr. 180/D1, 2230 Gänserndorf, Österreich. Per Telefon: +43 (0)676/634 27 07. Per E-Mail: datenschutz@dieschnatterei.com

Florian Klenk

12. April um 19:55 · 🌐

Eine Mülltonne voller Leid. Dieses Foto stammt vom Hof eines niederösterreichischen Schweinezüchters. Es ist in seiner Banalität apokalyptisch und es irritiert mich, wie kaum ein anderes Bild zuvor. Es stammt von einem Betrieb der Ferkel züchtet und dann zur Mast weiterverkauft. Es ist die Hinterbühne der Billigfleischindustrie und des ständig verfügbaren Fleisches bei Supermärkten. Der VGT Austria hat mir dieses Bild zur Verfügung gestellt. Wir müssen endlich öffentlich und konstruktiv mit den Schweinebauern darüber reden, ob und wie sie ihr Fleisch produzieren, was Steuerzahler fördern sollen und wie man die Fleischindustrie, die Supermarkt-Billigangebote und dieses sinnlose Vernichten von Tieren beendet. Die Schweinebauern sollten sich dieser Debatte endlich stellen, damit die nächste Generation mit diesem Irrsinn aufhören kann. So kann das nicht weitergehen.



## OFFENER BRIEF AN FLORIAN KLENK

Lieber Florian Klenk!

Sie gelten als Meister Ihres Fachs und sind aktuell an digitaler Präsenz und Reichweite kaum zu überbieten. Eine Fülle an digitaler Macht, die sie auch verstehen zu nutzen. Ihre Themen sind unglaublich vielseitig – von politischen Fehlritten und Fehlleitungen, über die bemerkenswerte Rettungsaktion vom Bergerhof oder auch bei #covid19 gehören Ihnen die Ohren, Augen und oft auch das Gehirn vieler Bürger\*innen.

Sehr spannend war zu sehen, wie sie die Geschichte vom VGT weitgesponnen und eine Eskalation verursacht haben. Innerhalb weniger Stunden ist mit dem Posting „Eine Mülltonne voller Leid“ eine Welle über uns alle hereingebrochen. Alle Lager mussten schnell Stellung nehmen und haben es auch gemacht. Manchmal in guter Manier und manchmal wurden auch Grenzen unterschritten ... der Fluch der sozialen Medien, die sich oft schnell ins „Unsoziale“ wandeln.

Für große Themen, braucht es große Aufmerksamkeit! Mehr als 24 Stunden hat sich die Diskussion, die zu großen Teilen diese Benennung nicht verdient, hochgeschaukelt und dann kam der erlösende Moment: Das Foto mit Ferkel im Arm und hygienisch bestens ausgestattet in besagtem Zuchtbetrieb. „Würden wir von Herrn Klenk getäuscht?“, war nur eine Reaktion und wird wohl auch nicht die letzte bleiben.

Sie sorgten in vielen Lagern für Aufregung, zu Recht! Sie nahmen die Lupe in die Hand und führten auf den Brennpunkt Schweinezüchtbetrieb, zu Recht! Sie bringen mit Ihrem bestens recherchierten Artikel eine Momentaufnahme in einem Betrieb. Aber was bleibt der großen Masse an „Runterscrollern“, „Medienverweigern“, „Schnellesern“? Es bleibt „Eine Mülltonne voller Leid“.

Lieber Herr Klenk, es besteht die Gefahr, dass die Aufmachung viele erreicht und die Geschichte nur wenige streift. In Ihrem Fall sehe ich leider genau solch einen Umstand bestätigt und deshalb ist es aus meiner Sicht wichtig, auch das Ergebnis gleich zu präsentieren, wie den „Aufmacher“.

Ihre Geschichte mit der Landwirtschaft ist hoffentlich mit dieser Reportage nicht zu Ende und deshalb bitte ich Sie zu einem Gespräch über Ihr Praktikum bei Christian Bachler, Ihren Besuch des Schweinezüchtbetriebs und was Sie aus den 24 Stunden „Eine Mülltonne voller Leid“ mitgenommen haben.

Beste Grüße, Matthias Mayr, #ehemann #papa #bauer



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**



# Editorial

Die REWE Group brilliert: Der Gesamtbruttoumsatz in Österreich stieg mit einem Zuwachs von + 3,76 Prozent auf 9,07 Mrd. € (2019: 8,74 Mrd. €). Noch erstaunlicher sind die Zahlen, wenn man bedenkt, dass das Geschäftsfeld Lebensmitteleinzelhandel ein Umsatzplus von + 6,70 Prozent eingefahren hat, während der Umsatz in der Touristik gegenüber 2019 um 73 % einbrach. Hut ab, die deutschen Manager wissen, wie man richtige Geschäfte macht und wittern natürlich auch jede neue Möglichkeit, noch mehr Geld zu verdienen. Und so sind wohl auch die neuen Regionalboxen von Billa nur eine logische Weiterentwicklung.

Dass regionale Produkte dank der pandemischen Krise nochmals mehr im Trend liegen, das haben die vielen regionalen Vermarkter in den letzten Monaten auch bemerkt. Und so war das Kreuzfeuer rund um die Boxen der Rewe-Mannen auch eine logische Folge. Die Landwirtin eines steirischen Biohofs hat sich Angst und Ärger besonders emotional von der Seele geschrieben – und damit sensationelle Reichweiten auf Facebook bekommen: Zu Redaktionsschluss haben knapp 4.500 Menschen ihren Post gelikt, es gab unglaubliche 926 Kommentare und die Meldung wurde 7.378 Mal geteilt. All die Reaktionen zeigen sehr deutlich, dass der Konsument mittlerweile schon sehr genau weiß, welche Verantwortung seine täglichen Kaufentscheidungen haben und dass bereits sehr viele nicht mehr dazu bereit sind, den Handelsriesen alles „abzukaufen“.

Und genauso wie Raimund Plautz, Bundesinnungsmeister der Fleischer, (siehe Seite 4) bin auch ich sicher, dass all die wunderbaren Spezialitäten der Lebensmittelhandwerker, die regionalen und unter Berücksichtigung von „Tier- und Menschenwohl“ hergestellten landwirtschaftlichen Produkte, wieder gefragt sind wie nie. Die Konsumenten gieren schier nach „echten und fairen Lebensmitteln“. Daher plädiere auch ich dafür, sich nicht mit Angst vor und Ärger auf „Goliath“ aufzuhalten, sondern die Vorteile der kleinen und ehrlichen Strukturen des Handwerks zu nutzen, die Möglichkeiten zu erkennen – und das G'schäft selbst zu machen.

Ihre Tanja Braune  
office@dieschnatterei.com

## Immer herzlich Grillkommen DIE RADATZ KÄSEKRAINER



**Markus Brandl**  
RADATZ KUTTERMEISTER  
SEIT 34 JAHREN

Die perfekte Zubereitung? Einfach die Käsekrainer vor dem Braten auf allen Seiten mit einer Fleischgabel einstecken. So entsteht das knusprige Käsefusslerl.

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





**Raimund Plautz**

Bundesinnungsmeister der Fleischer & Fleischermeister

**Die Krise hat den Turbo gezündet.** Der freie Markt ist an die Grenzen gestoßen. Es sind wohl alle dahintergekommen, dass es nicht ganz prickelnd ist, wenn nur eine Handvoll Länder in Asien für die ganze Welt billig produzieren. Hier hat es die globale Krise gebraucht: Heute sind die regionalen Betriebswege, die Nahversorgung wieder in den Fokus gerückt – nicht nur in unserer Branche, sondern auch in der Politik und bei den Konsumenten! Doch eben diese kleinen Strukturen haben in der Vergangenheit gelitten. Natürlich ist niemand verhungert, wenn ein kleiner Betrieb zugesperrt hat. Aber es ist eine Lücke entstanden – es sind Strukturen verloren gegangen, die bis heute fehlen. Sehr fehlen.

**Nutzt diese große Chance!**

Die Handelsriesen haben es erkannt und versuchen diese Lücken zu füllen. Regionale Lieferanten mit der immensen Vielfalt an Spezialitäten und Produkten – gerade in unserem Bereich – das sucht der Konsument. Und das „G’schäft“ wollen die Großen machen, mit regionalen Regalen, mit den neuen Boxen – oder was auch immer. Daher mein Aufruf an meine Kollegen: Erkennt die Chance, setzt auf Euer Wissen und Erfahrung und versucht mit der Flexibilität eines Handwerkbetriebs diese Lücken aufzufüllen. Es ist wichtig, dass wir alle gemeinsam die kleinen Kreisläufe nachhaltig stärken. Nutzt die Chance – und überlasst nicht den Handelsriesen das Feld. Erkennt die Möglichkeiten und macht das Geschäft selbst!

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



Kreativer Handwerker: Der 18-jährige Josef Teufl, Lehrling im elterlichen Betrieb, hat ein ganz besonderes Produkt kreiert! Nicht nur die Mama ist begeistert vom neuen „Martini-Asti-Schinken“!

**TEUFLISCH GUTES HANDWERKSPRODUKT**

Im idyllischen Ruprechtshofen im niederösterreichischen Mostviertel betreiben Isabella und Josef Teufl einen handwerklichen Betrieb mit Fleischerei, Gasthof und einen der modernsten Schlacht- und Zerlegebetriebe Österreichs. Es ist ein echtes Familienunternehmen und so arbeitet auch schon Josef jun. (rechts im Bild) in der Fleischerei und absolviert gerade sein drittes Lehrjahr. „Für ihn ist die Wursterei das Schönste und er liebt es, immer wieder etwas Neues auszuprobieren“, erzählt Mutter Isa-

bella (links im Bild) und lacht, „das hat er wahrscheinlich vom Papa –, aber der hat beim Wurstern nicht mehr viel zu sagen.“

Bei Teufls geht es fleißig her, aber es wird auch immer wieder gerne gefeiert. Zu besonderen Anlässen stoßen die Damen auch schon mal mit einem Martini-Asti an – und das hat den kreativen Nachwuchs jetzt zu einem ganz besonderen Schinken inspiriert.

Für den Martini-Asti-Schinken werden feinst zugeputzte Schlingenteile vom Schwein – natürlich von den Landwirten aus

der Region – verwendet, das Fleisch wird gepökelt und anschließend im Asti massiert. Danach wird er in eine Schinkenform eingepresst, gekocht und geselcht.

Die Mutter ist stolz und wirklich begeistert: „Das Besondere ist der Geschmack. Es ist einfach einmal etwas ganz anderes, jung, frisch – fast schon ‚prickelnd‘. Eine echte Gaumenfreude!“ ■

Josef & Isabella Teufl GmbH  
A 3244 Ruprechtshofen, Hauptplatz 6  
T 027 56/23 01  
W [www.schlachthof-teufl.at](http://www.schlachthof-teufl.at)

**FLEISCHER-HANDWERK IN 5. GENERATION**

Seit über drei Jahrzehnten leitet Rudolf Frierss das Unternehmen gemeinsam mit seinem Bruder Kurt, der die Verantwortung für den Bereich Produktion und Qualitätsmanagement trug. Diese Aufgaben übernimmt nun sein Sohn Kurt Frierss jun. in fünfter Generation, der weiterhin auf dessen Erfahrung und Expertise vertrauen kann. Unterstützung erfährt Rudolf Frierss auch durch seinen Sohn Christoph, der nach abgeschlossenem Jus-Studium ins Unternehmen eingetreten ist und vorerst die Verkaufsfäden als Key Account Manager übernimmt. Erfahrungen und Know-how im Wurst- und Schinken-Handwerk werden so zur fünften Generation weitergegeben. ■

Seit 123 Jahren ist das Kärntner Familienunternehmen Frierss bestens bekannt für seine hochwertigen Wurst- & Schinkenspezialitäten. Der Erfolg des Traditionsbetriebes hat viele Väter, sie allen tragen den Namen Frierss.



Power-Quartett: Kurt Frierss, Kurt Frierss jun., Rudolf Frierss und Christoph Frierss (v. l. )



## DER SCHALK

Nach 90 Jahren ist Schluss. 50 Jahre war Erwin Fellner Fleischer aus Berufung, wie er selbst betont. Wir treffen uns in seiner Fleischerei mit Buffet im 20. Wiener Gemeindebezirk. Als er dieses Geschäft 1971 öffnete (seine Eltern hatten 1931 um die Ecke begonnen), gab es allein in der Brigittenau noch 16 Fleischer, vier am nahen Hannovermarkt. So viele selbstständige Fleischer gibt es heute nicht mehr – in ganz Wien. Warum?

### Mit 73 in Pension

Wir wissen's eh alle: Der ewige Preiskampf mit den Supermärkten ... „Die Leute glauben beim Billa sei das Schnitzel und die Wurst billiger, was nicht stimmt!“, sagt Fellner. „Und unser Image ist immer schlechter geworden. Daran sind wir auch selbst schuld, wir haben zu wenig für unser Handwerk geworben. Da sind uns die Bäcker weit voraus.“ Er hat es wenigstens versucht, lange Jahre als Innungsmeister in Wien. Er hat sogar eine Broschüre produziert, in der er versuchte eine Sprache zur Beschreibung von Wurstwaren analog der Weinsprache zu erfinden. War auch kein durchschlagender Erfolg. Leider!

Aber Erwin Fellner brennt immer noch für seinen Beruf. Mit 73 hätte er gerne weiterge-

Erwin Fellner hat 50 Jahre für seinen Beruf gekämpft. Zuletzt als Wiener Innungsmeister. Jetzt muss er aufhören – vermutlich ohne Nachfolger.

macht. Aber er möchte seine Frau pflegen, deren Diabetes immer schlimmer geworden ist. Sein Sohn hat zwar auch die Fleischermeisterprüfung, aber andere Pläne. Also sucht er einen Nachfolger und ist sich nicht sicher, einen finden zu können.

### Gastronomie mit Garten

Zu seinen Erfolgen bei der Innung zählt er das Nichteinführen der drohenden Nährwerttabelle. „Wir haben schon genug Bürokratie und die wäre in unserer Branche gar nicht umsetzbar gewesen. Das habe ich den Beteiligten klargemacht.“

Ein guter Umsatzbringer war immer die eigene Gastronomie inklusive Schanigarten

gewesen. Bis dann Corona kam. Früher hatte er drei Filialen –, aber auch immer mehr Probleme Mitarbeiter zu finden. Er hat in seiner Karriere 37 Goldmedaillen errungen. Hat jahrelang für den Namen „Franziskus“ für eine seiner ausgezeichneten Würste gekämpft. Hat Dry Age mit Rindertalg betrieben, mit den besten Küchenchefs zusammengearbeitet.

Jetzt ist der Kampf und leider auch der Spaß vorüber. Doch Erwin Fellner wirkt nicht wie ein resignierter alter Mann. Ganz im Gegenteil. Der Schalk sitzt ihm immer noch in den Augen. Und er möchte immer noch „viel bewegen“. Wirklich schade, dass er aufhören muss.

Thomas Askan Vierich ■



Fleischerei Buffet Erwin Fellner  
 A 1200 Wien, Klosterneuburger Str. 29  
 T 01/33 25 659 W www.fleisch-buffet.at

## „WENN WIR NET SELBER SCHLAGEN TÄTEN, WÄR'S A SCHO AUS“

Liesinger schwören auf Leopold Hödl, in ganz Wien ist er Genießern ein Begriff: Als letzter Fleischer, der seine Tiere selbst schlachtet. Nun geht Hödl in Pension. Doch keine Angst – Sohn Christoph übernimmt die Genuss-Instanz.



Die hellwachen Augen blitzen auch über der Corona-konformen Maske schalkhaft, wenn Leopold Hödl von seinem Handwerk erzählt. Der Schmähd des Fleischers in der Breitenfurter Straße ist ebenso legendär wie die Qualität, die man hier erhält. „Ich bin Fleischhauer und kein Wirt“, finden sich an Speisen zum Aufwärmen lediglich Rindsrouladen, Grammel- und Fleischknödel in der Kühlung. Die frische Ware ist hier zu Hause. Und das seit 66 Jahren, als Hödls Vater, ebenfalls ein Leopold, das Eckgeschäft eröffnete. So kennen es die Kunden – und kontrollieren das auch eifersüchtig. Als einmal ein großer Kollege mit dem Kühlwagen vor der Fleischerei parkte, schrie eine Stammkundin gleich auf. Dabei lieferte der kein TK-Fleisch, „sondern hat mir nur eine Knochensäge gebracht“, erzählt Hödl von dieser „Wächterin“ über die Eigenschlachtung.

„Die ganzen Viecher“, wie es der 65-Jährige nennt, waren im Betrieb einfach immer präsent, „das hab' ich schon bei meinem Vater so mitbekommen.“ Und der hauseigene Schlachtbetrieb habe auch klare Vorzüge, ergänzt Sohn Christoph: „Wenn wer vier Kilo

Schweinsschulter will für ein ‚Pulled Pork‘, dann geh' ich halt einfach schnell nach hinten.“ Nicht jeder koche zu Hause Single-Portionen und damit sei die ansonsten übermächtige Konkurrenz im Supermarkt eben überfordert. Alles, was über die vakuumierten Standardgrößen hinausgehe, sei da schon ein Problem. Oder in den klaren Worten von Leopold Hödl: „Kaun jo kana mehr mit Fleisch umgehen!“

### Von der Pike auf gelernt

Was auf Christoph Hödl keineswegs zutrifft – seit 1999 ist auch der Sohn mittlerweile im Betrieb tätig. Die Lehrjahre beim Willichhofer in Baden-Leesdorf („da sind noch 60 Schweine abgestochen worden“) liegen lange zurück. Dieser Tage nun wird er offiziell der „Chef“, wie ihn Hödl sen. jetzt schon scherzhaft nennt: Wie auch sein Vater wird er um den 40. Geburtstag das Geschäft übernehmen. Mit Mai ist somit die dritte Generation in Liesing tätig, nachdem Vater Leopold und Gattin Anni ziemlich genau ein Vierteljahrhundert das Handwerk pflegten. Auf Rückblicke bezüglich der technischen Verände-

rung des Handwerks hat Wiens Paradenfleischer aber so gar keine Lust. „Was sich am meisten geändert hat? Dass es viel weniger Betriebe gibt“, bedauert der 65-Jährige die Entwicklung seines Berufs. Und: „Wenn wir net selber schlagen täten, wär's a schon aus.“

Im Sortiment findet man die Innovationen von Vater und Sohn jedenfalls schon länger vereint: Die „Atzgersdorfer“ steht auf der grün-weißen Tafel über der Verkaufsbudel als eine der hausgemachten Würste angepriesen. Ihre Rezeptur entwickelte Leopold Hödl und unterstrich damit die Liebe zum Bezirk, in dem es immerhin auch eine Hödl-Gasse gibt.

### Rezepte über Generationen

Im Vorjahr gesellte sich dann die „Liesinger“ dazu, die bereits Christoph Hödl kreiert hat. „Seit meiner Lehrzeit in Baden wollte ich eine eigene Dauerwurst machen.“ Mittlerweile gibt es diese nur hier erhältliche Spezialität auch in einer pikanten Version. Dass es in Liesing ein derart breites Angebot an Wurstwaren und Fleisch gibt, hängt natürlich direkt mit der Verarbeitung des gesamten Schlachtkörpers zusammen. „Wir jonglieren immer ein

bissel“, formuliert es Christoph Hödl. Konkret wird aus der Schulter einmal eben Extrawurst, dann wieder Salami oder ein Pizzaschinken gefertigt.

Denn wenn der Betrieb mit seinen 13 Mitarbeitern eines nicht kennt, dann kulinarische Berührungsängste. Als die „Weinschenke“, trotz des traditionellen Namens eine hippe Burger-Küche mit drei Wiener Standorten, ein speziell gewürztes Patty suchte, wurde sie schnell mit Hödl handelseins. Auch Pastrami kommt in der Breitenfurter Straße genauso selbstverständlich ins Semmerl wie der Leberkäse der Hödls. Die Vielfalt lebt hier von der Saumaisen, die bei unserem Besuch gerade frisch duften, bis zum Rindersaftschinken. Innereien gibt es auf Vorbestellung, wer Beef Tartar sucht, findet es im 23. Bezirk ebenso wie Freunde von Steaks. Im Grunde also genau so, wie eine Fleischerei früher gearbeitet hat. Nur dass es solche Allrounder kaum noch gibt. „Es will halt keiner mehr ein Risiko eingehen“, seufzt Hödl senior, „es ist halt was anderes, wenn ich mir nur die Schlegel liefern lasse.“

### „Geerbte“ Viehzüchter

Das allerdings kommt für beide nicht infrage. Nach wie vor werden die Tiere beim Bauern abgeholt. Schweine und Rinder aus dem Tullnerfeld, Lamm aus dem Pielachtal und die Kälber aus der Buckligen Welt. „Zu einigen Bauern bin ich schon als Kind hingefahren“, steht auch hier Kontinuität auf der Tagesordnung bei Christoph Hödl. Wenngleich auch die Bauern immer mehr Tiere aufziehen würden. „Die vielen Kleinen, die nur ein paar Viecher hatten, gibt es kaum noch, skizziert der Junior den Wandel bei den Züchtern, den er über die Jahre miterlebt hat. „Da wird auch mit Förderungen ausgebaut. Nur bleibt da auch weniger Zeit auf die einzelnen Tiere zu schauen, ob sie eh bei der Mutter trinken.“ Umso intensiver pflegt man die Beziehungen zu Bauern wie der Familie König in Rabenstein an der Pielach – und verkauft auch deren Schafkäse-Gupferln im Geschäft gerne mit.

Doch es gibt auch genug positive Entwicklungen. So werde seitens der Kunden immer öfter bewusst nachgefragt, woher das Fleisch stammt. Und für aufwendige Kleinigkeiten wie die Grammeln der Hödls bekomme man einen guten Preis. „Auch vom Lamm kannst in den letzten zwei Jahren alles verkaufen“, freut sich Christoph Hödl über einen weiteren Wandel im Konsumverhalten. Mittlerweile seien eben nicht nur „ein paar Lammkronen im Sommer“ gefragt. Womit die Rede auf das Ostergeschäft kommt, das – ähnlich wie der Absatz zu Weihnachten – mehr als

## „Zu einigen Bauern bin ich schon als Kind mitgefahren, die beliefern uns seit über drei Jahrzehnten.“

Christoph Hödl, Feischermeister

erfreulich war. Und das auch bei den Berufskollegen, mit denen sich die Hödls quer über die Bundesländer austauschen. „Es ist eine Branche, wo es bei allen ähnlich rennt: Wenn es gut läuft, dann läuft es meist bei allen gut. Und wenn es einem schlecht geht, dann geht es meistens allen schlecht.“

Aktuell läuft es gut, auch wenn man die Festtage nicht absolut setzen dürfe. Zumindest aber spürt man, dass die Wiener im Lockdown deutlich mehr einkaufen in der Breitenfurter Straße. „Weil's jetzt alle selber kochen müssen“, wie Leopold Hödl gewohnt scharfzünftig analysiert.

### Hits fürs Heurigenbuffet

Den COVID-19-bedingten Wegfall der Gastronomie können aber noch so hungrige Privatkunden nicht auffangen. „Ein gutes Drittel weniger Umsatz“, bedeutete die Schließung der Betriebe für die Hödls. Denn nicht nur, dass man mit drei Heurigen-Betreibern in Wien (Edlmoser und Hofer) sowie in Gumpoldskirchen (Hannes Hofer) verwandt ist:



Auch die Belieferung der Buschenschank-Buffets gehört zu einem der traditionellen Standbeine der Liesinger. Hödl-Fleisch gehört aber auch in der Hochgastronomie zu einer Marke, mit der man sich gerne schmückt.

Immer wieder gibt es daher auch Anfragen für eine Dependance in der Innenstadt. Doch da muss Christoph Hödl abwinken. „Für den Verkauf von Brot findet man schon jemanden, der das machen kann. Aber Fleisch erklären und aufschneiden, da schaut das anders aus.“ Der zweite Grund sei die Abhängigkeit von der begrenzten Lagerfläche im Ersten Bezirk. Und dann genau das nicht vorrätig zu haben, was der Kunde wünscht, das geht Hödl gegen die Fleischer-Ehre. Zumal man schließlich 66 Jahre lang einen hohen Standard gesetzt hat in Liesing und auch unterm neuen Chef keinen Millimeter davon abrücken will! Roland Graf ■

Fleischerei Hödl  
A 1230 Wien, Breitenfurterstraße 294a  
T 01/865 94 38 636 W www.hoedl-fleisch.at





Die Traditionsfleischerei Zellinger lebt seit zwei Jahren eine gelungene Partnerschaft mit Gourmetfein. Fleischermeister Gerald Zellinger spricht im Interview über die Vorteile dieser Zusammenarbeit.

## „WIR METZGER MÜSSEN NICHT ALLES ALLEINE STEMMEN“

Sein Unternehmen blickt auf eine über 80-jährige Geschichte zurück, er selbst wurde für das hochqualitative Handwerk mehrfach ausgezeichnet: Gerald Zellinger ist der Inbegriff des österreichischen Traditionsmetzgers. Er ist aber auch einer der in die Zukunft blickt und der nachfolgenden Generation bereits den Weg geebnet hat – durch die Partnerschaft mit Gourmetfein im Jahr 2019 hat er sich in eine Position der Stärke gebracht. Und damit auch die Grundlage für viele weitere erfolgreiche Jahre „Zellinger – Feinkost by gourmetfein“ geschaffen. Wir haben Gerald Zellinger zum Gespräch getroffen.

**Fleisch & Co: Sie sind in der Branche sehr geschätzt, haben mit Ihrem Unternehmen über die Jahre so manche Höhen und auch Tiefen erlebt. Jetzt auch noch Corona. Wie geht es Ihnen?**

Gerald Zellinger: „So wie alle Betriebe, hat Corona auch uns letztes Jahr stark getroffen. Aber ich arbeite in einem starken Verbund, habe wertvolle Partner und bin daher nicht mehr auf mich alleine gestellt. Das macht die Probleme nicht kleiner, aber man kann sie gemeinsam einfach besser lösen. Das macht einen gewaltigen Unterschied, auch in der persönlichen Belastung.“

**Was meinen Sie mit Verbund?**

„Wir haben schon 2014 mit Gourmetfein und der Fleischmarke Oberio Hofgenau einen starken Rohstoffpartner gewonnen, mit dem ich mich wirklich am Markt differenzieren kann. Und mit dem ich auch sehr einfach die veränderten Kundenbedürfnisse bedienen kann, etwa den Trend zu mehr Regionalität und Transparenz. Wir können

den Kunden sogar individuell den Namen der jeweiligen Bauernfamilie nennen, die ihr Fleischstück geliefert hat.“

**Also eine gut funktionierende Lieferantenbeziehung?**

„Weit mehr als das. Wir sind über die Jahre echte Partner geworden und das verändert nicht nur den Geschäftsalltag, sondern auch das eigene Wohlbefinden. Es ist hart als Einzelkämpfer, gerade in einer schneller werdenden, globalisierten und digitalisierten Welt. Ich bin nun mal mit voller Leidenschaft und jeder Faser meines Körpers Metzger. Ich liebe das Handwerk, das ich schon so lange ausübe und ich liebe es auch, Produkte zu entwickeln, die Qualität quasi auf die Spitze zu treiben. Die Partnerschaft mit Gourmetfein unterstützt mich auch mit einer breiten Marketing- und Vertriebspalette und hilft mir dabei, mich auf das zu konzentrieren, was ich am liebsten und auch am besten kann.“

**Wie sieht das in der unternehmerischen Praxis aus?**

„Als Metzger können wir laufend an der Produktentwicklung arbeiten und diese auch für den Vertrieb optimieren. Wir haben trotz Corona nicht nur das Filialgeschäft, sondern auch die Aktivitäten im Großhandel deutlich ausbauen können. Das war nur möglich, weil wir durch die Partnerschaft mit Gourmetfein den Rücken für unser Kerngeschäft freihaben. Denn es braucht gezielte Marketingaktivitäten für Großhandel wie auch Endkunden. Und bei Dingen wie Kundenbindungs-Apps, Digital Signage & Social Media kenne ich mich nicht aus, da bin ich froh, dass Gourmetfein das so professionell übernimmt.“

**Klingt nach einer Partnerschaft, in der jeder sich auf seine Stärken konzentriert.**

„Und zwar wirklich. Es ist wohl am Anfang für niemanden besonders einfach, sich einzugestehen, dass man nicht alles selber machen kann. Es hat dann aber etwas sehr Befreiendes zu erleben, dass man die Dinge, die man gerne macht, noch besser machen kann, wenn man Zeit und Energien hat, um sich darauf zu konzentrieren. Das ist auch etwas, was ich meinem Sohn vorleben und mitgeben möchte: Mach das, was du gut und gerne machst. Es ist im Grunde eine Frage der Organisation, dann ist das machbar.“

**War Ihr Sohn Julian in diese Partnerschaft eingebunden?**

„Er war natürlich voll inhaltlich eingebunden. Julian ist ein gut ausgebildeter Metzger, zuerst in Hollabrunn und jetzt in der Fleischerschule in Landshut, der die Familientradition fortsetzt. Es macht mich froh und stolz, zu sehen, dass er das Handwerk genauso liebt wie ich. Das ist meiner Meinung nach auch die Grundvoraussetzung für hohe Qua-



lität. Aber für den unternehmerischen Erfolg reicht das alleine nicht, da braucht es gerade in der heutigen Zeit einfach noch vieles mehr. Er trägt diesen Weg absolut mit, weil es ihm auch ermöglicht, sich von Beginn an auf seine Stärken zu fokussieren.“

### Wie sehen Sie die Zukunft der anderen Metzger in Österreich?

„Es gibt eine Sehnsucht der Menschen nach echter Regionalität, nach hoher Qualität, nach Verlässlichkeit, gerade bei Fleisch. Deswegen sehe ich für die Fachmetzgerei grundsätzlich eine blendende Zukunft. Aber eben nicht auf die Weise, wie das die letzten 20 Jahre gemacht wurde. Eine Wurst zu produzieren und dann zu warten, bis die Menschen ins Geschäft kommen, das geht heute nicht mehr. Wir brauchen Produkte wie Oberio Hofgenau, die eine Differenzierung ermöglichen und wir brauchen Geschichten, die dabei helfen zu vermitteln, wieso es einen Unterschied macht, wo und was die Menschen einkaufen.“

### Also eine eigene Marketingabteilung für jeden Metzger?

„Das geht natürlich nicht, weil viele sich das nicht leisten können. Aber das ist auch nicht notwendig. Wir Metzger müssen nicht alles alleine stemmen, wir können das auch im Verbund lösen. Es muss nicht jeder das Rad neu erfinden, Produktfotos, Spots für Screens in den in den Filialen oder auch das Flugblatt-Service und die Kundenbindungs-App sind Instrumente, die funktionieren in Oberösterreich wie in Kärnten oder in Tirol. Wir werden auch eine Mitarbeiterakademie aufsetzen, weil Fachpersonal für mich ein Schlüssel für das Käuferlebnis ist, das uns am Markt unterscheidet. Was bei mir funktioniert, klappt auch bei jedem anderen Metzger. Deshalb haben wir uns dafür entschieden, unser Know-how auch Kollegen zur Verfügung zu stellen. Mit „MyMetzger“

**Erfolgreiche Partnerschaft:**  
Seit fast 10 Jahren gehen Fritz Floimayr, Gründer und Geschäftsführer von Gourmetfein, und Fleischermeister Gerald Zellinger gemeinsame Wege.



haben wir bereits einen Partner gewonnen, der zweite steht in den Startlöchern und das, obwohl wir es noch gar nicht beworben haben. Wer Interesse an der Partnerschaft hat, kann sich gerne melden.“

### Schlägt sich das in Zahlen nieder?

„Natürlich, sonst könnte ich es auch nicht machen. Ich muss, bei aller Liebe zum Handwerk, am Ende als Unternehmen auch überlebensfähig sein. Wir können jetzt mit der besonderen Glaubwürdigkeit und Qualität im Großhandel genauso punkten wie in unseren neun Filialen. Durch die professionelle Bewerbung hat sich der Umsatz nicht nur im Aktionszeitraum, sondern dauerhaft gesteigert. Und durch die starke Partnerschaft mit Gourmetfein erfahren wir die nötige Rückenstärkung, um zu investieren, etwa kürzlich beim Umbau unserer Filiale in Wels. Großartige Produkte wie jene von Oberio Hofgenau, verkauft von bestens ausgebildetem Personal in einem ansprechenden Ambiente, das ist für mich der Metzger der Zukunft.“

### Was macht Oberio Hofgenau für Sie als Metzgermeister so besonders?

„Diese Produkte stehen für kompromisslose Glaubwürdigkeit. Sie sind für mich der Inbegriff dessen, was wir in einer Fleischerei anbieten sollten. Gerade bei uns sollten die Kunden wissen, woher ihr Fleisch stammt, von wem und wie es erzeugt wurde. Ich meine damit nicht nur das Land, sondern auch die konkrete Region. Das AMA-Gütesiegel ist eine gute Basis, aber mir persönlich reicht das nicht, ich will für meine Kunden mehr. Ich

möchte ihnen guten Gewissens sagen können, dass ich weiß, woher das Fleisch stammt. Dass es eben nicht von gequälten Tieren aus dem Ausland stammt, dass da nicht Tausende Kilometer an Tiertransporten drinstecken und so weiter. Das ist mir extrem wichtig.“

### Braucht es also Ihrer Meinung nach mehr Gütesiegel-Programme?

„Nein, es braucht einen höheren grundsätzlichen Standard was Regionalität & Transparenz betrifft. Ich bin der Meinung, dass alle Kunden das Recht haben zu erfahren, woher ihr Essen stammt und nicht nur diejenigen, die mehr Geld für ein Tierwohl-Programm zahlen. Das ist auch unser Anspruch. Es stimmt einfach nicht, dass es technisch nicht machbar wäre, den Kunden zu sagen, woher ihr Fleisch genau stammt. Oder dass es zu extremen Mehrkosten führen würde. Wir schaffen das ja auch, zu einem leistbaren Preis. Man muss nur wollen.“

### Letzte Frage an den Fleischermeister: Schmeckt man den Unterschied?

„Absolut. Als Fachmann erkenne ich, ob ein Fleisch aus der Massentierhaltung oder aus der kleinbäuerlichen Landwirtschaft stammt. Und spätestens in der Pfanne erlebt man den Unterschied, da geht's um Bratverlust und um die Konsistenz und natürlich auch um den Geschmack. Aber da ist es dann schon zu spät – die Information muss den Menschen vorher gegeben werden, bevor sie die Ware zahlen. Deswegen braucht es auch unbedingt die Herkunftskennzeichnung.“

Vielen Dank für das Gespräch! ■



Zellinger -  
Feinkost by gourmetfein  
A 4400 Steyr,  
Franz-Schuhmeier-  
Straße 27, T 07252/72 263  
W www.zellinger.at

Mehr  
Kutter- und Cliptechnik




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



### KommR. Fritz Floimayr

Gründer und Geschäftsführer von Gourmetfein.

#### Transparenz & Regionalität: Viele reden davon, aber kaum einer lebt sie.

Man muss die Konsumenten schon verstehen. Schaut man nur auf die Werbung, dann glaubt man, sich in einem Schlaraffenland der Regionalität zu befinden.

Kaum ein Produzent, der nicht mit freilaufenden Tieren und viel Stroh wirbt. In der gelebten Praxis werden dann aber viel zu oft die Schweine im Tiertransport aus dem Ausland reingeholt. Mit den Bildern von leidenden Tieren sammeln die NGOs dann ihre Spenden.

#### Die Intransparenz schadet uns allen.

Wir brauchen uns nicht wundern, dass Unsicherheit herrscht, wenn Transparenz der Ausnahmefall und nicht die Regel ist.

Daran ändern auch die Siegel-Programme wenig, die bei ausgewählten Produkten zur Anwendung kommen und mitunter preislich derart angehoben sind, dass sie breite Teile von vornherein ausschließen. Dabei müsste Transparenz gar nicht mehr kosten. Bei Gourmetfein beweisen wir das bereits seit Jahren.

Natürlich freue ich mich, dass wir mit unseren OBERIO-Produkten nach wie vor ein Alleinstellungsmerkmal besitzen. Aber eigentlich würden wir uns wünschen, dass diese absolute Herkunftskennzeichnung generell in der Branche gelebt wird.

Denn am Ende schadet die vorherrschende Intransparenz uns allen, die wir Fleisch und Wurst erzeugen – auch jenen, die bereits einen anderen Weg gehen!

#### GF Fleischproduktion GmbH & Co KG

A-4712 Michaelnbach  
www.gourmetfein.com



## DER GROSSE TRAUM VOM HÜHNER.GUT

Lucas Keiler hat bereits mit 12 Jahren seine Bestimmung gefunden. Einige Jahre später fand er mit Saskia seine bessere Hälfte und lebt im Vorarlberger Höchst den Traum vom Hühner-Gut mit ihrer Philosophie von Regionalität und Ehrlichkeit.

Lucas Keiler wuchs am elterlichen Hof mit Milchkühen auf. Der Wunsch, selbst Tiere zu halten, war immer schon präsent. Mit 12 Jahren stellte der damals junge Träumer eine entscheidende Frage. Er bat seine Eltern um Erlaubnis, ein paar „Hennalen“ halten zu dürfen. Seine Eltern wussten von der Leidenschaft für das Federvieh und machten ihm klar, dass er sich selbst um seine Tiere kümmern musste. Für einen Bauernsohn keine große Herausforderung und so machte er sich auf den Weg, aus dem später das Hühner.Gut werden sollte. Mit dem Fahrrad holte er acht Stück Küken von einem Händler und hat für sie bestens gesorgt. Vor der Schule hat er seine jungen Tiere versorgt und der erste Weg danach führte ebenso in den Stall. Lucas hatte aber damals schon Gedanken, Nutztiere zu halten, und so war es bereits Mastgeflügel. Der erste Stall, ein ausgedientes Kälberiglu. Mit dem Nachbarn fand er auch jemanden, der ihm das Schlachten zeigte, und so wurde die erste Partie Mastgeflügel geschlachtet. Lucas war erstaunt, ob des guten Geschmacks und hat seine Leidenschaft gefunden.

#### Ehefrau & Partnerin

Einige Jahre danach lernte er seine Saskia kennen und lieben. Seine Leidenschaft Mastgeflügel hat Lucas aber behalten und so wurde auch am Wochenende

frühmorgens aufgestanden und die Tiere geschlachtet. Neugierig auf die Leidenschaft, hat sich Saskia auch mit auf den Weg gemacht und geholfen. So standen die beiden jung verliebten im Schlachtraum. Eine Geschichte für die Ewigkeit und daraus sollte noch mehr werden. Die Vermarktung wurde professioneller und Saskia hat ihre Fähigkeiten aus dem Bankberuf miteingebracht. Aus einer Partie wurden mehrere, aus wenigen Tieren wurden viele und die Käufer-schicht wurde größer. „Wir sind Direktvermarkter ... so haben wir angefangen und so soll es auch bleiben“, stellt Lucas klar, welche Philosophie verfolgt wird. Mittlerweile sind am Betrieb immer 2.500 Stk. Mastgeflügel, um die Grundversorgung an Produkten bedienen zu können.

#### Das Hühner.Gut im Kopf

„Wir sind weitergewachsen und haben begonnen auszulösen und ich habe die erste Marinade gemacht“, hält Saskia den Schritt fest, als sie die ersten Produkte entwickelt haben. Das war auch der Schritt zur nächsten Professionalisierung. Mittlerweile sind es mehr als 30 verschiedene Produkte, die sie selbst aus ihren Tieren machen. Angefangen vom ganzen Stück und Teilstücken und mehr als zehn verschiedene Würste, aber auch Fleischkäse, Spieße und Pasteten sind dabei. Die ersten Dis-

kussionen des Neubaus starten im Jahr 2016 und nehmen schnell Fahrt auf. „Wir mussten was ändern ... die Nachfrage war da und wir hatten gemeinsam Spaß daran“, meint Lucas im Nachhinein und spricht das Jahr 2017 an. Hier wurde die Entscheidung gefasst, auf die Direktvermarktung von Geflügelfleisch zu setzen. In den folgenden beiden Jahren wurden viele Ideen gesammelt, Schlachtpläne angesehen, Betriebe besucht und der eigene Weg skizziert. „Für uns war klar, dass die Schlachtung am eigenen Betrieb die wichtigste Sache sein muss“, sagt Lucas über die Entscheidung, nicht nur die Tiere zu halten, sondern auch am gleichen Standort zu schlachten.

#### Mehr als nur ein Stall

Das schöne Bundesland Vorarlberg hat viel zu bieten, jedoch wenig im Bereich Geflügelfleisch. Für die Vermarktung ein Segen, aber für ein Projekt wie das Hühner.Gut auch schwierig. Die Wege zwischen Behörden und Genehmigungen sind lang und es dauert, bis der Einreichplan steht und der Bau begonnen werden kann. Unsere beiden stehen aber auch diese Zeit gemeinsam durch und folgen ihrem Traum vom Hühner.Gut.

Im Jahr 2019 wurde es eröffnet. Ein Gebäude in Schwarz steht in der grünen Landschaft. Edel sieht es aus und minimalis-

tisch mit dem einfachen Schriftzug „Hühner.Gut“. In diesem Gebäude befinden sich nicht nur die verschiedenen Stallabteile für die Tiere, sondern auch der Aufzuchtstraum für die Küken und das Herzstück der Vermarktung: die Schlacht- und Verarbeitungsräume. Die Schlachtung ist kreisförmig angelegt und ein Rondell sorgt für eine beinahe automatische Schlachtung, ähnlich einer Schlachtbandanlage, aber im kleineren Stil. Mehrmals pro Woche steht Lucas selbst noch im Schlachtraum und ist mit seinem Mitarbeiter dabei den Rohstoff für das stetig wachsende Sortiment herzustellen. Transparenz wird hier gelebt und gleich dahinter befindet sich auch schon der erste Verkaufsraum mit Automaten und somit immer zugänglich. So stehen mittlerweile nicht nur direkt am Hühner.Gut Automaten, sondern in der Umgebung betreuen sie insgesamt fünf Automatenstandorte. Alle

Standorte sind so 24/7 geöffnet und wollen auch befüllt werden, an Feiertagen und vor allem auch an Wochenenden.

#### Offen für Kooperationen

Lucas hat mit 12 Jahren schon die gleichen Dinge gesagt, die auch jetzt wichtig sind. „Ehrlichkeit ist das Wichtigste ... auch bei Lieferschwierigkeiten“, und ergänzt, dass es nur eigene Tiere sein werden, die er vermarktet. Das bringt auch oft Schwierigkeiten, da eine schnelle Reaktion auf Marktwünsche nicht oder nur bedingt möglich ist. Es braucht für die Aufzucht und Mast der Tiere einige Wochen Vorlaufzeit und dies wollen die beiden unbedingt beibehalten.

Und was die beiden ebenso auszeichnet, ist die Offenheit gegenüber Kooperationen. „Wir schaffen nicht alles“, gibt Lucas unverblümt zu und ist auch zugleich deren Stärke. Legehennen haben es ihm nämlich auch an-



getan. Die Arbeit mit den Mobilställen und vor allem das Hygienierisiko haben aber dazu bewogen, diesen Betriebszweig umzustrukturieren. Mittlerweile gibt es einen Partner, der die Legehennenhaltung übernommen hat und die Vermarktung läuft wie gewohnt über das bestehende Automaten-system. Der nächste Schritt wird ein Partner sein für die schwierige Aufzucht der Tagesküken. „Mittlerweile kommen wir an unsere Grenzen“, berichtet Saskia zu den Plänen weiterzuinvestieren. Das System ist noch nicht ganz geklärt – mobil oder Feststall –, aber eines ist

klar, es müssen eigene Tiere vom Betrieb sein.

#### „Rechnen & ehrlich sein!“

„Natürlich braucht es die Leidenschaft“, sagen die beiden unisono, aber viel wichtiger ist die Preise ehrlich zu rechnen. „Kalkulation muss immer wieder neu gemacht werden ... es bringt nichts, wenn wir unter dem Wert verkaufen“, hält Lucas beinahart die Lupe auf die eigene Preisliste.

Matthias Mayr ■

Hühner.Gut, Lucas & Saskia Keiler  
A 6973 Höchst, Riedstraße 63a  
T 0664/24 37 794 W huehnergut.at

Sorgo Anlagenbau ist führender Hersteller von Anlagen zum Kochen, Räuchern, Reifen und Kühlen für fleischverarbeitende Betriebe mit Export in über 40 Länder. Wir suchen zur Verstärkung unseres Teams:



## AUSSENDIENSTMITARBEITER IM VERKAUF – GEBIET ÖSTERREICH

#### Zu Ihren Aufgaben zählen:

- › Führung von Verkaufsverhandlung sowie Angebotsnachverfolgung
- › Sie betreuen unsere Bestandskunden und akquirieren Neukunden im Gebiet Österreich
- › Ausarbeitung von Kundenprojekten sowie technische Beratung im Bereich unseres Lieferprogramms
- › Enge Zusammenarbeit und Koordination mit Entwicklung, Produktion und Verkauf

Ihnen steht ein Firmenwagen, auch zur privaten Nutzung, sowie ein Laptop und Firmenhandy zur Verfügung. Das KV-Mindestgehalt liegt bei 2.284 Euro brutto. Die Vergütung ist auf Basis eines Fixgehalts + erfolgsabhängiger Provision. Eine Überzahlung nach entsprechender Berufserfahrung und Qualifikation ist selbstverständlich möglich.

Wenn Sie diese Herausforderung anspricht freuen wir uns auf Ihre aussagekräftige, schriftliche Bewerbung an:

Sorgo Anlagenbau GmbH, Hirschstraße 39, 9020 Klagenfurt. [sales@sorgo.at](mailto:sales@sorgo.at)

Weitere Informationen zu der Stellenausschreibung finden Sie auf unserer Internetseite [www.sorgo.at](http://www.sorgo.at)





# TW 100: „DER EMOTIONALE GENUSS SPIELT SICH IM KOPF AB“

Kommt eine neue Schweinefleisch-Kennzeichnung? Der einflussreiche Chef der Schweinebörse legt es der AMA nahe. Johann Schlederer will langfristig gar ein fünfstufiges Gütesiegel. Warum das nicht verwirrend ist, erklärt er im Interview.

Wie man einen Elefanten verspeist, weiß man ungeachtet des unrealistischen Beispiels: nämlich Stück für Stück. Dieses Prinzip gilt aber auch für Schweinefleisch: Die starren Fronten zwischen Tierhaltungsgegnern und den bäuerlichen Produzenten soll 2021 ebenfalls ein Stufenplan stückweise aufweichen. So zumindest versteht der Chef der landwirtschaftlichen Veredler (VLV) und der heimischen Schweinebörse, Johann Schlederer, seinen Vorstoß zu einem neuen Gütesiegel. Im Gespräch mit „Fleisch & Co“ erläutert er den Nutzen seines „Tierwohl 100“-Konzepts näher. Klare Worte findet Dr. Schlederer aber auch zum generellen Reformbedarf des AMA-Gütesiegels, der Rolle des Verbrauchers und den unerträglichen Langstrecken-Transporten für Schlachtschweine.

**Fleisch & Co: Dr. Schlederer, der Gustino-Vorstoß zum TW 100-Standard hat viele überrascht – warum braucht es**

**„Es braucht eine sichere Differenzierung zwischen herkömmlicher Schweinehaltung und gehobenen Standards.“**

Dr. Johann Schlederer, Geschäftsführer Österreichische Schweinebörse

## noch ein Siegel in der Schweinehaltung?

Dr. Johann Schlederer: „Weil bei der bisherigen Differenzierung zwischen AMA-Gütesiegel, Tierwohl 60 („TW 60“ = 60 % mehr Platz, Vollspaltenverbot und Einstreu, *Anm. d. Red.*) und „Bio“ noch ein großes Vakuum bestand. Nationale und internationale Entwicklungen zeigen, dass es an der Zeit ist, der Vielfältigkeit der Tierhaltung eine abgestufte und trotzdem klare Definition zu geben, sodass sich Landwirte, Verarbeiter, Handel und Verbraucher klar orientieren können.“

**Nicht nur in den sozialen Medien häufte sich zuletzt die Kritik am AMA-Gütesiegel. Wo sehen Sie seitens der Schweinebörse den Reformbedarf? Von Mindeststandards setzt sich ja auch Ihr Vorstoß ab.**

„Ich gehe davon aus, dass es in absehbarer Zeit beim AMA-Gütesiegel eine Dreistufigkeit geben wird. Das bisherige Gütesiegel

dürfte ein Upgrade inaltungsfragen – wie z. B. mehr Platzangebot – erhalten. Mit zwei darüber hinausgehenden Modulen für ‚TW 60‘ sowie ‚TW 100‘ (*Kriterien siehe Kasten rechte Seite*) entsteht ein übersichtliches Komplettangebot für kritische Verbraucher.“

**Unter anderem sprachen Sie in einer Online-Diskussion auch von Kooperation mit Tierschutz-Verbänden. Bislang herrschte bei den unterschiedlichen Tierwohl-Definitionen eher Front-Stellung. Wie kann TW 100 das Eis brechen?**

„Wenn die Tierschutz-NGOs akzeptieren, dass es nur mit einem Stufenplan eine kontinuierliche Weiterentwicklung möglich ist, dann ist diese Frontstellung schnell aufgebrochen! Die Kooperation der Tierschützer bei unseren Initiativen verstehe ich im Sinne einer Unterstützung bei der Vermarktung von Programmen mit höheren Halungsstandards, als das Gesetz es vorschreibt. Aktuell orte ich bei seriösen Tierschutzorganisationen wie z. B. ‚Vier Pfoten‘ tatsächlich ein Engagement in diese Richtung. Extreme Tierschutz-Organisationen wie der VGT, die sowieso jede Form von Nutztierhaltung ablehnen und auch den Fleischkonsum, sind für eine Kooperation völlig unbrauchbar.

Übrigens: Mich erheitert die Konfrontation innerhalb der Tierschutz-Organisationen, zwischen den sachlich Seriösen und den extremen Realitätsverweigerern, die nur eine vegane Welt sehen.“



### Wie stark würde sich diese Anforderung preislich niederschlagen?

„Das ist eben auch ein Stufen-Plan, weil sich auch die Kosten bei zusätzlichen Auflagen stufenweise nach oben bewegen. Mit Aufschlägen zwischen 10 und 50 Cent je Kilogramm Schlachtgewicht ist jedenfalls zu rechnen. Bei Autos ist es aber auch kein Thema, dass VW, Mercedes und Ferrari unterschiedlich viel kosten.“

### Sie haben explizit auch den Handel als Partner genannt. Was wären für einen Fleischer die Vorteile, wenn er Ihre Qualität deutlich teurer einkauft?

„Wenn es stimmt, dass Verbraucher für gesicherte und kontrolliert höhere Tierhaltungsstandards mehr ausgeben bzw. ausgeben wollen, dann sollten auch Fleischer dieses offensichtliche Potenzial für sich nutzen können. Jedenfalls sollte sich auch das Fleischer-Gewerbe mit der Materie auseinandersetzen, denn das tun auch die Handelsketten. Und jeder Fleischer wird bemüht sein, seine eigene Kundschaft bei der Stange zu halten.“

### Wie sieht die Herkunftskennzeichnung in der Praxis aus, die dem Konsumenten auch bei verarbeiteten Erzeugnissen wie Wurst Sicherheit gibt?

„Das kann man nur an der bestehenden AMA-Gütesiegel-Struktur anhängen. Das funktioniert auch jetzt, das würde auch in der Dreistufigkeit gut funktionieren. Beim AMA-Gütesiegel werden Branchen-Vereinbarungen getroffen, die extern kontrolliert werden. Und bei allen AMA-Gütesiegel-Ebenen gilt sowieso: Österreich von Geburt bis zum Teller.“

### Apropos Österreich: Wir sind ein Land der Siegel – wie sieht die Schweinebörse diesen Wildwuchs, dass mittlerweile jeder Supermarkt sein eigenes „Süppchen“ kocht?

„Natürlich gefällt uns das nicht, wenn man unsere Programme für das SB-Regal umtauft. Aber, wer die Macht hat, hat eben auch das Sagen. Daher kämpfe ich für ein nationales Fünf-Stufen-Modell, wo Standardware unter dem Gütesiegel und Bio über dem dreistufigen AMA-Gütesiegel liegen soll. Wenn das mit schlagkräftiger Öffentlichkeitsarbeit durch die AMA entsprechend kommuniziert wird, dann ist das die beste Orientierung für den gesamten Markt. Ob das System die Ebenen mit Sternen wie in Holland oder Schulnoten wie in Deutschland bewertet, ist nicht so relevant. Wenn es dem Laien einfach verständlich ist, ist es nicht mehr so entscheidend, welches Logo das Fleischpackerl zielt.“

### Der Knackpunkt in allen Überlegungen ist die Akzeptanz – auch preislich – beim Konsumenten. Beim Rind scheint man zu differenzieren; „Dry Aged Beef“ erreicht einen Mehrpreis, zumindest bei Grillfreaks. Aber beim Schwein?

„Beim Schwein ist die Differenzierung durch Haltungskriterien am Gaumen schwer möglich. Diese geschieht hauptsächlich in der Küche. Der emotionale Genuss spielt sich im Kopf ab, sodass es eine sichere Differenzierung braucht zwischen herkömmlicher Schweinehaltung und den gehobenen Haltungsstandards. Wer das nicht glauben will, der soll einmal an einer Blindverkostung teilnehmen ...“

## Das will „Tierwohl 100“

### Am Weg zum Fünf-Stufen-System?

Der neue Kennzeichnungsvorschlag der Schweinebörse sieht folgende Kriterien für sein Modell „TW 100“ vor:

- 100 % mehr Platz
- Verbot von Vollspaltenverbot
- verpflichtende Stroh-Einstreu
- Auslauf
- Kastration nur unter Narkose
- Verbot des Schwanzkupierens

In der Idealvorstellung soll dieser Standard Teil einer neuen AMA-Gütesiegel-Architektur werden, so Dr. Johann Schlederer. Auch die Kontrolle würde von staatlicher Seite erfolgen.

### Ungeachtet des aktuellen Vorschlags: Wir haben 100% Eigenversorgung bei Schwein und dennoch Tiertransporte über weite Strecken. Was wäre hier zu verbessern?

„Die Diskussion um Tiertransporte kommt nicht von der nationalen Ebene. Wir sprechen hierzulande von durchschnittlich 20 bis 30 Kilometern bis zum nächstgelegenen Schlachthof. In wenigen Fällen sind es auch einmal 200 bis 300 Kilometer.“

Das wirkliche Problem sind die internationalen Tiertransporte, die über Tausende Kilometer gehen, wo auf die Bedürfnisse der Tiere überhaupt nicht geachtet wird. Wenn dann diese schrecklichen Bilder über unsere Bildschirme flimmern und in jedes Wohnzimmer gesendet werden, ist die Aufregung verständlicherweise groß. Leider entsteht dann mitunter der falsche Eindruck, dass auch in Österreich Tierleid bei Transporten passiert. Für mich sind Langstrecken-Transporte für Schlachtschweine ein absolutes „No-Go“! Ich kann hier nur auf die internationale Gesetzgebung, sprich: Brüssel, verweisen und hoffen, dass man hier stärker einschreitet als bisher.“

Roland Graf ■

# Schön

**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

### Termine

#### 18. 5., online

##### Finanz-Quickie

Kurze und knackige Hilfe bei Ihren Finanzen.  
Referentin: Simona Nemetz  
Alle Infos & Anmeldung unter [www.lmakademie.at](http://www.lmakademie.at)

#### 12.–20. 6. & 3. & 4. 7., Landshut

##### Fleischsommelier

Fleischsommeliers sind absolute Experten des wertvollen Lebensmittels Fleisch, fit in Sensorik, kennen trendigste neue „Cuts“ und beherrschen modernes Marketing für dieses Kernprodukt des Metzgerhandwerks.  
Alle Infos und Anmeldung unter [www.fleischerschule-landshut.de](http://www.fleischerschule-landshut.de)

#### 9. 9.–5. 12., Landshut

##### Meisterkurs MK 445

Der Meistertitel ist die wichtigste Qualifikation auf dem Weg zur Selbstständigkeit oder zu Führungspositionen.  
Alle Infos und Anmeldung unter [www.fleischerschule-landshut.de](http://www.fleischerschule-landshut.de)

#### 13. 10., Wien

##### Personalhygiene schulen und umsetzen

Rechtliche Anforderungen; mikrobiologische Grundlagen; Anforderungen an Personal-, Produkt- und Betriebshygiene verstehen und umsetzen u.v.m.  
Alle Infos & Anmeldung unter [www.qualityaustria.com](http://www.qualityaustria.com)

#### 13.–21. 11. & 4. & 5. 12., Landshut

##### Fleischsommelier

Fleischsommeliers sind absolute Experten des wertvollen Lebensmittels Fleisch, fit in Sensorik, kennen trendigste neue „Cuts“ und beherrschen modernes Marketing für dieses Kernprodukt des Metzgerhandwerks.  
Alle Infos und Anmeldung unter [www.fleischerschule-landshut.de](http://www.fleischerschule-landshut.de)



Kompetenz vermitteln: Wer neue, anspruchsvolle Kunden von den Spezialitäten seines Metzgereibetriebes überzeugen will, braucht fundiertes Know-how über Fleisch- und Produktqualität und die Auseinandersetzung mit aktuellen Trends.

## DIE FLEXITARIER ALS NEUKUNDEN IM FOKUS

**K**ennen Sie Flexitariet? Sie ernähren sich flexibel, d.h.: Wie Vegetarier essen sie meist rein pflanzliche Produkte, aber gelegentlich eben auch Fleisch. Und wenn sie das tun, dann soll es besonders hochwertiges, im Idealfall sogar biologisch produziertes sein. Wäre das nicht eine wunderbare neue Zielgruppe für handwerkliche Metzgereien? „Auf jeden Fall“, erklärt Barbara Zinkl, die Geschäftsführerin der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut.

Denn gerade die Metzgereibetriebe können mit einer Produktpalette aufwarten, bei der Herkunftsgarantien inklusive, aber Zusatz- und Konservierungsstoffe meist tabu sind. Diese Themen wollen freilich kommuniziert sein. Denn eine junge, anspruchsvolle (zahlungskräftige) Klientel ist nicht allein mit Werbesprüchen zufriedenzustellen; sie erwartet neben fachlichem Know-how von Tierschutz über Rinder-/Schweinerassen bis Veredelung der Rohware moderne Ideen und Produkte.

### Fleischloses und „Hybrid-Würste“

So Fleisch – so gut. Doch die Haushalte werden immer heterogener: Flexitariet, Vegetarier und Veganer sitzen oft gemeinsam am Familientisch. Wie passt das mit dem regelmäßigen Einkauf beim Fleischer zusammen? Genau da sieht Zinkl die große Chance. Schließlich kennen Metzger ihre Kunden persönlich und sind die Spezialisten rund ums Thema Ernährung. Ob kreativer, zeitgemäßer Mittagsimbiss mit fleischlosen und vegetarischen Alternativen als Ergänzung zum Standardsortiment mit Braten & Co. oder innovative Grillpalette – es bieten sich zahlreiche Möglichkeiten, auch Flexitariet als Stammkunden ans Fachgeschäft zu binden.

Eine optimale Ergänzung des Sortiments stellen z. B. „Hybrid-Bratwürste“ dar. Der beliebte Grillartikel ist ein echtes Geschmackserlebnis und zielt auf die gesundheitsbewusste Käuferschicht ab. Teile von Fleisch und Speck werden durch Gemüse ersetzt. Dadurch ergibt sich enorme Fettreduktion, aber auch eine besonders ansprechende Produktfarbe und Vielfalt bei der Thekenpräsentation.

Um neuen und Stammkunden solche Spezialitäten schmackhaft machen zu können, rät Barbara Zinkl zur Weiterbildung. Das Fachwissen vermitteln z. B. Michael Spitzauer und Emiliano Fiorentino, beide Metzgermeister und Fleischsommeliers, in Online-Seminaren ganz ortsunabhängig für die Landshuter Schule. Motto: „Von Praktiker zu Praktiker.“ Von Imbissübers Grillsortiment bis zur handwerklichen Produktion von Hybridprodukten: Ein 1,5-stündiger Impulsvortrag skizziert aktuelle Marktveränderungen und Verzehrsgewohnheiten der Konsumenten, liefert kreative Impulse zur praktischen Umsetzung und öffnet reichlich Raum zur Diskussion. Ein Handout fasst Tipps und Tricks für diesen neuen Markt zusammen. „Gute neue Ideen kann heute jeder Betrieb brauchen“, findet Zinkl. ■

### Die nächsten Termine

11. 5. 2021, 14–16 Uhr – online

26. 5. 2021, 14–16 Uhr – online

**Impulsvortrag: „Sinkender Fleischkonsum? Die große Chance fürs Fleischerfachgeschäft“**

Infos, Termine und Anmeldung unter: [www.fleischerschule-landshut.de/Kursprogramm/Seminare&Workshops](http://www.fleischerschule-landshut.de/Kursprogramm/Seminare&Workshops)

## SO EINFACH UND PRAKTISCH KANN HYGIENE WIRKLICH SEIN

Seit mehr als 25 Jahren gehört OK-Paneele zu Österreichs Top-Anbietern für maßgeschneiderte Lösungen bei Wand- & Deckenverkleidungen.



Um den steigenden Anforderungen gerecht zu werden, werden immer neue, noch praktischere Lösungen für hygienische Wand- und Deckengestaltungen entwickelt, um so den Regeln der Küchenhygiene und den lebensmittelrechtlichen Bestimmungen gerecht zu werden. Durch geschickte Fachplanung lassen sich diese Ausstattungen sehr innovativ und selbst bei Umbau und Sanierung kosten-

günstig und rasch lösen. Der letzte Schrei in Sachen „Wand- und Deckengestaltung“ sind die sogenannten Glasbords, die von den Experten des niederösterreichischen Unternehmens OK-Paneele VertriebsgesmbH angeboten werden.

### Keine Chance für Schmutz

Bei der Glasbord Direktverklebung werden nur vier Millimeter auf den bestehenden Un-

tergrund aufgetragen, wobei alle Steckdosen oder Wasseranschlüsse nicht geändert werden müssen. Somit kann man direkt über alte Fliesen, zerkratzte Blechpaneele oder schadhafte Mauerflächen die Paneele anbringen. Die Paneele weisen wenige Fugen auf, es entsteht nur eine Vertikalfuge alle 1,2 Meter – und sind nicht nur dadurch leicht zu reinigen, sondern ist auch in Sachen Optik ein Augenschmaus.

### Glasbord ist die 1. Wahl

Auch Oliver Scheiblaucher, Mitgründer von Aumaerk GmbH, ist großer Fan der ersten Stunde: „Glasbord-Paneele sind einfach perfekt. Mühelose Reinigung, keine Fugen und keine Poren – das sind die besten Voraussetzungen für Top-Hygiene!“ ■

OK-Paneele-VertriebsgesmbH  
A 3100 St. Pölten T 02742/88 29 00  
W [www.o-paneele.at](http://www.o-paneele.at)

## AUTOMATISCHE REINIGUNG BEI ELOMA

Eloma „Qualität made in Germany“ ist seit 1975 einer der führenden Hersteller von hochwertigen Kombidämpfern, Heißluftöfen und Ladenbacköfen.

Eloma bietet für die Serien GeniusMT und JokerMT das vollautonome AutoClean Reinigungsprogramm serienmäßig an. Die Reinigungszyklen bzw. Reinigungsstufen werden in der Wochenprogrammierung einmalig hinterlegt und starten jeweils vollautomatisch in der produktionsfreien Zeit. Garantierte

Arbeitssicherheit ohne Kontakt zum Reinigungsmittel, keine Überdosierung möglich, keine Schutzkleidung erforderlich. Hinweis für nachgeschaltete Fettabscheideranlagen: Eloma MultiClean Produkte sind frei von Chlor und Enzymen und bilden keine stabilen Emulsionen.

Die Geräteserien können via LAN oder W-LAN im ProConnect Datenmanagement überwacht, programmiert oder beaufsichtigt werden. HACCP-Daten, Garprogramm- oder Updates und servicerelevante Daten verwaltet der Anwender. Alle Daten verbleiben beim Endkunden. Eine externe Cloudlösung ist nicht erforderlich – Datensicherheit. ■

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



## PHT Clean Guard

Flexible Hygieneschleusen mit Temperatur- und Maskenkontrolle

# PHT



Seit 11 Jahren zuverlässiger Partner der Lebensmittelbranche für Hygiene und Technologie in Österreich.

Durchdachte Personal- und Betriebshygiene sichern Ihren wirtschaftlichen Erfolg und optimieren Arbeitsprozesse. Erfahren Sie mehr über unsere innovativen Hygiene-Gesamtsysteme:

[www.pht.group](http://www.pht.group)

Wir sind Partner von:  
**ITEC**  
FRONTMATEC HYGIENE

Lassen Sie sich beraten:  
[infoat@pht.group](mailto:infoat@pht.group)



# MIT TROCKENDAMPF GEGEN KEIME IN DER WILDVERARBEITUNG

Wildmanufaktur-Gosbach setzt auf volle Reinigungspower mit dem innovativen Dampfsaugsystem Blue Evolution XL+ von beam.

In der Wildmanufaktur-Gosbach wird jeden Tag Wildfleisch verarbeitet, gewürzt, verpackt und gekühlt. Die herkömmliche Reinigung mit Eimer, Bürste und Wasser sorgt hier zum Teil für Probleme: In den Kühlräumen bilden sich durch stehendes Wasser auf dem Boden Reif, Eis sowie Nebel und im Gewürzraum können die Zutaten verkleben. Um gerade auch in diesen besonders sensiblen Arbeitsbereichen für reibungslose Abläufe und Top-Hygiene zu sorgen, setzt das Unternehmen aus Bad Ditzgenbach auf das HACCP-zertifizierte Dampfsaugsystem Blue Evolution XL+ von beam. Das Multifunktionsgerät des bayerischen Qualitätsherstellers arbeitet mit minimalem Wassereinsatz, mit heißem Trockendampf und entfernt so auch hartnäckigen Schmutz rückstandslos. Dabei kommt der Blue Evolution XL+ ganz ohne Chemie aus – das ist Green Cleaning pur und passt perfekt zum nachhaltigen Konzept der Wildmanufaktur.

## Reinigung ohne Kompromisse

„Als EU-zertifizierter Wildverarbeitungs-betrieb hat Hygiene für uns oberste Priorität. Wir dürfen bei der Reinigung absolut keine Kompromisse eingehen und müssen gleichzeitig für reibungslose Produktionsabläufe sorgen. Toll, dass wir mit dem Blue Evolution XL+ jetzt ein Gerät gefunden haben, das unsere hohen Ansprüche erfüllt: Es sorgt für absolute Keimfreiheit, ist einfach im Handling und lässt sich gerade auch in feuchtempfindlichen Bereichen ideal einsetzen“,

sagt Michael Greiß, Metzgermeister und Betriebsleiter der Wildmanufaktur-Gosbach.

Mit dem Dampfsaugsystem von beam säubert das Team nicht nur den gesamten Küchenbereich und die Maschinenoberflächen, sondern eben auch die feuchtempfindlichen Kühl-, Gewürz- und Verpackungsräume der Manufaktur. Gerade hier punktet das Gerät mit seinem innovativen Konzept: Der Blue Evolution XL+ erledigt gleich vier Arbeitsschritte in einem – dampfen, saugen, wischen und Keime abtöten. Dabei arbeitet er mit bis zu 180 Grad heißem Trockendampf bei minimalem Wassereinsatz. In der Praxis bedeutet das: Die Flächen sind nach dem Reinigungsvorgang sofort wieder trocken und es kann sich keine Feuchtigkeit in den Räumen der Wildmanufaktur festsetzen.

## Green-Cleaning-Konzept von beam

Das Familienunternehmen betreibt auf der Schwäbischen Alb eine Zucht für Damhirsche samt Wildverarbeitungs- und Zerlegebetrieb. Außerdem hält es Rinder und Wollschweine in Freilandhaltung. Nach dem Motto „Klasse statt Masse“ legt es höchsten Wert auf Qualität, Regionalität und Umweltschutz. Die Manufaktur lehnt die Verarbeitung von Fleisch aus industrieller Massentierhaltung und Wild aus Treibjagden ab. Bei den Tieren wird auf Futterzusätze wie Wachstumshormone und Antibiotika verzichtet. „Wir stellen gesunde und umweltbewusste Lebensmittel her. Klar, dass wir auch in unserer Produktion für ein nachhaltiges Umfeld sorgen und den Einsatz von Putzmit-

eln auf ein Minimum reduzieren wollen. Auch aus diesem Grund haben wir uns für das chemiefreie Green-Cleaning-Konzept entschieden. Hier stimmen der ökologische Ansatz, die Leistung und der Service“, sagt Greiß.

Der Blue Evolution XL+ wird nur mit klarem Wasser befüllt und kommt ohne Chemie aus. Dabei wird er nicht nur dem hohen HACCP-Standard gerecht, sondern überzeugt auch beim 4-Felder-Test: Bei der Reduktion der Keimzahl steht er Geräten, die biozide oder chemische Substanzen wie Tenside verwenden, in nichts nach. „Mit unseren Systemen umgehen Lebensmittelproduzenten automatisch die Gefahr von chemischen Rückständen. Sie sind auf der sicheren Seite, denn wo keine aggressiven Reinigungsmittel eingesetzt werden, kann auch keine Chemiekontamination stattfinden“, erklärt Robert Wiedemann, Geschäftsführer der beam GmbH.

## Mit mehreren Aufsätzen

In der Wildmanufaktur-Gosbach punktet der Blue Evolution XL+ mit seiner vollen Power. Die Kraftstrom-Variante der Blue-Evolution-Reihe bringt eine enorme Reinigungsleistung und schafft eine Temperatur von bis zu 180 Grad. So können selbst härteste Verschmutzungen rückstandslos beseitigt werden. Mit dem Multifunktionsgerät lassen sich große Flächen genauso wie schwer zugängliche Stellen wie Ecken und Kanten optimal reinigen. Möglich machen das der über drei Meter lange Schlauch und die verschiedenen Aufsätze. „Gerade Fliesenfugen stellen eine Herausforderung bei der Reinigung dar, weil der Schmutz beim herkömmlichen Saubermachen mit der Bürste nicht wirkungsvoll entfernt, sondern eher verteilt wird. Mit der Punktstrahldüse kann jede Fuge einzeln gesäubert werden“, so Greiß.

Der Metzgermeister lobt auch den Service von beam: „Als ich das erste Mal vom Blue Evolution gelesen habe, war ich skeptisch. Die fachkundige Beratung auf der Südpack in Stuttgart und später auch bei uns in der Wildmanufaktur haben mich dann überzeugt. Die Einweisung war klasse und das beam-Team ist individuell auf unsere Reinigungsanforderungen eingegangen.“ ■



Die Dampfmacher GmbH  
A 1070 Wien, Kandlg. 17/29,  
T 0699/16 14 71 96  
W [www.diedampfmacher.com](http://www.diedampfmacher.com)



## SO HAT DER SCHIMMEL KEINE CHANCE MEHR

Schimmel an Wänden und Decken dauerhaft loswerden – das geht mit dem Bioni System der Harald Göls GmbH

Überall, wo Lebensmittel verarbeitet werden, ist Hygiene besonders wichtig. Doch gerade in Produktions- und Lagerräumen finden Schimmelpilze und Bakterien ideale Lebensbedingungen. Produktionsausfälle infolge immer wiederkehrender Sanierungs- und Anstricharbeiten sind oft die Folge. Während oft immer noch versucht wird, Schimmel auf Wänden und Decken mit fungizid ausgerüsteten „Anti-Schimmelfarben“ zu kaschieren, setzen immer mehr Lebensmittelhersteller auf das Lösungskonzept der Bioni System.

### Die Komplettlösung

Dieses System ist ein speziell entwickeltes Lösungskonzept zur Behandlung von Schimmelpilz- und Bakterienbefall. Ausschließlich als Komplettlösung angeboten besteht es aus der Kombination einer hochtechnologischen, schimmelpilzhemmenden Wand- und Deckenbeschichtungen sowie der fachgerechten Verarbeitung durch spezialisierte Bioni-Techniker. Die Besonderheit: Das 2-Schicht-System kann direkt auf von Schimmel befallene Untergründe appliziert werden, ohne dass die kontaminierten Altschichten entfernt werden müssen. Das spart Zeit und Geld und gewährleistet zudem, dass im Zuge der Vorbehandlung keine

Sporen im Raum verteilt werden.

### Patentiertes Konzept

Die Bioni System Komponenten sind für den Einsatz in dauerfeuchten Bereichen konzipiert und basieren auf den innovativen Beschichtungen des Schwesterunternehmens Bioni Cs GmbH, dem Technologieführer im Bereich hygieneverbessernder Spezialfarben auf Silber-Basis.

Die Beschichtungen von Bioni, die gemeinsam mit dem Fraunhofer Institut entwickelt wurden, haben dank ihres Funktionsprinzips eine um ein vielfaches höhere Lebensdauer als herkömmliche Anstriche und Beschichtungen.

Durch den Verzicht auf giftige Wirkstoffe ist Bioni nicht nur raumlufthygienisch unbedenklich und für den Einsatz in Lebensmittelbereichen zertifiziert, sondern auch völlig geruchsfrei, wodurch eine schnelle Nutzung der Räume nach der Sanierung gewährleistet ist. Außerdem zeichnet sich das System durch eine hohe Reinigungs- und Chemikalienbeständigkeit aus und ist auf nahezu jedem Untergrund anwendbar. ■

Bioni System Austria, Harald Göls GmbH  
 A 3474 Altenwörth  
 T 02279/28 730  
 W [www.objektbeschichtung.at](http://www.objektbeschichtung.at)

# LASKA

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

## Hygiene unter Kontrolle!

FRONTMATEC Hygienesysteme von LASKA sind nach einem durchdachten Baukastensystem konzipiert und können so ganz individuell an die jeweiligen betrieblichen Anforderungen angepasst werden.

„Erst desinfizieren, dann passieren!“



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



# MOBILE HYGIENESCHLEUSEN VON PHT SCHÜTZEN VOR CORONAVIREN

Die mobilen Hygieneschleusen PHT Clean Guard und Clean Perfect schützen vor einer Verbreitung von SARS-CoV-2-Erregern oder anderen gefährlichen Keimen innerhalb von Gebäuden und Produktionsstätten.

Im Kampf gegen die Ausbreitung des Corona-Virus ist schnelles Handeln und Flexibilität gefragt. Mobile Hygieneschleusen wie der Clean Guard und Clean Perfect der PHT Group sind besonders gut für den flexiblen und sicheren Einsatz geeignet. Mit ihrer kleinen Grundfläche sind sie leicht aufzustellen und können schnell die Zugangskontrolle von kleineren wie auch größeren Personengruppen effektiv sichern. Die Fertigung aus Edelstahl macht sie besonders hygienisch, stabil und robust.

## Kontaktlose Hygieneschleuse mit Masken- & Körpertemperaturkontrolle

Der PHT Clean Guard bietet eine kontaktlose Messung der Körpertemperatur mit anschließender Handdesinfektion und Freigabe durch ein motorisch angetriebenes Drei-Arm-Drehkreuz. Der PHT Clean Perfect ermöglicht zusätzlich die Kontrolle der Mund-Nasenschutzmaske. Personen mit erhöhter Temperatur, ohne Mund-Nasenschutz oder mit nicht desinfizierten Händen wird der Zugang verwehrt.

Der Verifizierungs- und Desinfektionsprozess dauert etwa 5 bis 10 Sekunden. Ein kon-

taktloser Desinfektionsmittelspender und Sensoren sichern, dass sich Anwender nicht durch die Berührung mit kontaminierten Oberflächen infizieren. Und wer einmal seine Atemschutzmaske vergessen hat oder sie nach längerem Tragen austauschen möchte, kann aus den hygienisch konstruierten Spendern leicht eine neue Maske entnehmen.

## Zugänge mit innovativen Hygieneschleusen schützen

Ein funktionierendes Hygienekonzept ist heutzutage ein essenzieller Bestandteil in der Lebensmittelindustrie. Insbesondere die Zugänge müssen streng geregelt werden. Eine Hygieneschleuse sorgt dafür, dass unerwünschte Kontaminationen erst gar nicht in hygienesensible Bereiche und somit in Kontakt mit anderen Personen, Produkten oder Rohstoffen kommen. Handwaschbecken, Händetrockner und Handdesinfektionsmöglichkeiten, Sohlenreinigungs- und Sohlendesinfektionsanlagen sowie ein Zugangssystem zur Reinigungs- und Eingangskontrolle gehören hier zur Grundausstattung.

Jedoch ist der Einbau einer komplexen Hygieneschleuse nicht immer erforderlich oder möglich. In diesen Fällen können individuelle

Hygienelösungen mit Handreinigungsbecken, Handreinigungsrinnen, hygienische Händetrocknern, Seifen- und Desinfektionsmittelspendern sowie Sohlenreinigern individuell und betriebsgerecht zusammengestellt werden. Zusätzliche Kontrollsysteme, in der Regel über Drehkreuze, stellen die Freigabe des Zugangs zu Produktionsstätten und anderen hygienesensiblen Bereichen sicher. Sie sollten so konstruiert sein, dass der Mitarbeiter sie möglichst berührungslos durchqueren kann und eine Übertragung über Bauteile der Kontrollsysteme ausgeschlossen wird. Damit es zu keinen Engpässen kommt, müssen die Anlagen auf den jeweiligen Personenfluss ausgerichtet sein.

## Professionelle Beratung für die passende Hygieneschleuse

Effiziente Hygieneschleusen müssen den diversen Aspekten der Personal- und Betriebs hygiene am jeweiligen Einsatzort entsprechen. Daher sind eine eingehende Hygieneberatung und eine individuelle Planung vor der Anschaffung anzuraten. Eine gute Planung beachtet sowohl lokale Bedingungen, individuelle Abläufe wie auch die rechtlichen Anforderungen und Verordnungen. Die Firma PHT erstellt maßgeschneiderte Hygienelösungen und liefert die passende Hygienetechnik, ganz gleich, ob für Neubau oder zur Umrüstung. Die Systeme des Hygieneexperten sind besonders handhabungssicher, energieeffizient sowie einsetzstabil und bieten ein Höchstmaß an Sicherheit und Hygiene. ■

## 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

PHT Partner für Hygiene und Technologie GmbH  
A 6020 Innsbruck, Grabenweg 68 / Top 7  
T 0512/319 502 W www.pht.group

# PATENTIERTE BÜRSTEN- REINIGUNG FÜR 100 PROZENT HYGIENE

Selbstreinigend, gründlich und ohne Personalaufwand:  
Die Hygienestationen der deutschen Hersteller ITEC-Front-  
matec sind für jede Betriebsgröße die optimalen Systeme.  
Nicht nur in Zeiten wie diesen eine wichtige Ausstattung.

Im Rahmen des betrieblichen Hygienekonzepts spielen Hygieneschleusen eine Schlüsselrolle. Als profiliertes Unternehmen hat der deutsche Hersteller **ITEC-Frontmatec** die Fragestellung, wer reinigt die Hygienestation, wann und vor allem wie gründlich, mit einem patentierten System zuverlässig gelöst.

## Selbstreinigende Stationen

Frontmatec ist weltweit führend in der Entwicklung maßgeschneiderter Automatisierungslösungen für die Lebensmittelindustrie und andere Branchen mit hohen Hygieneanforderungen sowie für die Versorgungswirtschaft. Es wurden Hygienestationen entwickelt, die sich im laufenden Betrieb selbst reinigen. Dies hat den Vorteil, dass der Hygienestatus während der gesam-

ten Produktionszeit ohne Personalaufwand sichergestellt ist.

Kritischer Kontrollpunkt in der Hygieneschleuse ist immer die Sohlenreinigung. Hier ist der höchste bakterielle Eintrag, der zuverlässig unterbunden werden muss. Es funktioniert so lange, bis die Sohlenreinigung durch Dauer und Häufigkeit der Benutzung die vollumfängliche Reinigungswirkung nicht mehr entfalten kann.

## Hygiene für jede Betriebsgröße

Genau hier setzt die patentierte Eigenreinigung der Hygienestation an, denn die Walzenbürsten und das Wanneninnere werden automatisch gereinigt. Die integrierte Schaum- und Reinigungsmittel-Anlage erreicht über Verteilerdüsen jeden Winkel und ist mit allen gebräuchlichen Additiven zu

betreiben. Der Anwender hat die Möglichkeit, unter Berücksichtigung des Verschmutzungsgrades die Reinigung zeit- oder taktgesteuert zu betreiben. Zusätzlich kann sie auch manuell betätigt werden. Einmal aktiviert, läuft ein programmiertes automatisches Reinigungsschema ab, dessen Funktion auch durch ein optisches Signal angezeigt wird.

ITEC bietet mit mehreren Typen und Größen eine Vielfalt von Hygienestationen, die durch ein Baukastensystem zur Aufnahme von Reinigungs- und Desinfektionsmodulen sowie Zugangskontrollen individuell für jeden Bedarf und jede Betriebsgröße konzipiert werden. ■

Johann Laska u. Söhne **A** 4021 Linz,  
Holzstraße 4, **T** 0732/77 32 11  
**W** [www.laska.co.at](http://www.laska.co.at)



## ALFA LAVAL LAUNCHT DEKANTER

Höchste Hygiene: Der neue Dekanter Alfa Laval Foodec Hygiene Plus setzt Maßstäbe bei der Hygiene in der Lebensmittelverarbeitung.

Die Dekanter Alfa Laval Foodec Hygiene Plus haben eine Vielzahl von Features, die für eine optimale Hygiene und effiziente Reinigung entwickelt wurden. Zum Beispiel kann die Trommel über Drainageöffnungen entleert werden. Das verbessert die Reinigungswirkung insgesamt und reduziert ungeplante Stillstände. Die integrierte CIP-Leiste (Cleaning-in-Place) erleichtert die Reinigung aller Stellen innerhalb des Gestells und der Außenseite der Trommel, während das CIP-Zulaufrohr das Reinigen der kritischen Bereiche des Zulaufbereiches, besonders der Dekanterzulaufzone und des Beschleunigungsbereiches, begünstigt. Alle produktberührten Flächen sind mit einer Oberflächengüte ausgeführt, um Anhaftungen und die Bildung von Biofilm zu vermeiden.

„Alfa Laval Foodec Hygiene Plus hebt die Dekanterhygiene auf ein neues Niveau“, sagt Christian Garbers, Division Manager Food & Water bei Alfa Laval Mid Europe. [www.alfalaval.de](http://www.alfalaval.de) ■



**MIT TROCKENDAMPF  
UND UVC-LICHT  
GEGEN KEIME!**

Kostenlose Vorführung: 0699/16147196 • [www.diedampfmacher.com](http://www.diedampfmacher.com)

## GUT GEWÜRZT DURCH DEN SOMMER

Die neuen Grillgewürze und Marinaden von Beck Gewürze und Additive können sich wirklich sehen – nein, schmecken lassen.



**Hamburger Würzung**  
für saftige, würzige und leckere Burger! Zum Schwach-Werden!



**Spare Ribs BBQ Würz** würzig-peppige Gewürzmischung für beste „Ripperln“



**SoftFix Marinade Schaschlik** Tomatig-rot, fruchtig-scharf, dezent-rauchig



**SoftFix Marinade Gyros** Fein abgestimmte Kräuter und etwas Knoblauch



**Pulled Pork Smokey**  
Perfekter Würzgenuss aus Zwiebel, Pfeffer, Knoblauch & leichtem BBQ-Smoke



**Sun Shine oG Gewürzsalz** „Power-Mix“ aus Kurkuma, Ingwer, Chili & Lemon – leckeres Trenderoma



**SoftFix Marinade ZwiebelSteak** Süßlich-würziges Aroma für rauchig-deftiges Grillfleisch



**SoftFix Marinade Café de Paris**  
Kraftvolle Marinade für delikaten, „französischen“ Grillgenuss



**Hamburger Würzung**  
Würzmix aus Roter Rübe, Karotte und Hagebutte – diese Farbe und volles Aroma ...



**SoftFix Marinade Gaudium** Rassig, rot und rund: Geschmacksbooster für zünftiges Grillgut



**SoftFix Marinade Hofgarten** Diese violett-rote Marinade zieht in jeder Theke die Blicke auf sich!

Beck Gewürze und Additive GmbH  
A D-91220 Schnaittach, Kirschenleite 11-13,  
T +49/9153/92 29  
W [www.beck-gewuerze.de](http://www.beck-gewuerze.de)



**Oliver Broger**

Geschäftsführer von christl SpiceTechnology

### Hochwertige Grillerei.

Wir erkennen auf den verschiedensten Märkten, dass sich Grillen weiterentwickelt und nun alle Gesellschaftsschichten erreicht. Der Trend zu hochwertigem Grillgut sowie Grillausrüstungen ist klar erkennbar. War es früher noch mit dem einfachen Holzkohlegrill und Würsteln am See oder im Garten, hat es sich heute gewandelt zu Events und hochwertigen Anlässen mit ganzen Menüs. Auch wir von der Christl Gewürze GmbH haben diesen Trend schon vor längerer Zeit erkannt und unser Sortiment entsprechend angepasst. Waren es früher schwere Marinaden, so geht es heute in Richtung leichte Würzungen und hochwertige Meersalzmischungen.

### Die neuen Gewürztrends.

Auch haben wir sehr verschiedene Gewürzmischungen mit den Trendregionen Asien/Afrika und Amerika in unserem Sortiment. Es wird auch immer vermehrt auf die entsprechende Fleischqualität geachtet. Fleisch wird heute überwiegend nach dem Grillen mit speziellen Würzungen nur noch aromatisiert. Daher ist es auch für uns selbstverständlich, die Würzmischungen nach neusten Trends ohne Allergene/Geschmacksverstärker und künstliche Aromen anzubieten. Im Bereich Burger hat sich sehr viel weiterentwickelt, der Konsument leistet sich sehr hochwertige Rohstoffe von verschiedensten trendigen Fleischrassen. Hier verfügen wir über zahlreiche spezielle Entwicklungen, um dem Burger auch noch einen Mehrwert mitzugeben. Proteinanreicherung und Super-Food-Komponenten mit Würzungen aus aller Herren Ländern.

Infos unter [www.christl.cc](http://www.christl.cc)

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

# GRILLSAISON IST ERÖFFNET

Buns, Semmeln & Co von Edna gehören zu jedem Grillfest unbedingt dazu.

Endlich ist es wieder so weit: Die Tage sind länger und den Abend kann man ganz in Ruhe im Freien ausklingen lassen. Das ist für viele der Startschuss in die Grillsaison. Für den perfekten Start ist eine gute Vorbereitung natürlich das A und O. Die Auswahl von Salat und Co. ist natürlich ganz entscheidend. Damit bei der Backwaren-Auswahl nichts schiefgeht, kommt der Tiefkühlbackwarenspezialist EDNA ins Spiel. Nachfolgend ein paar leckere Empfehlungen rund um die Grillsaison.

## Das Bratwurstbrötchen

Klassische Kaisersemeln mit dem charakteristischen Stern sind nicht nur ein vielseitiges Frühstücksweckerl, sondern auch die ideale Basis für gegrillte Speisen. 100 % natürliche Zutaten und eine besonders lange Teigführung sorgen für einen aromatischen, knusprigen Genuss und bieten deshalb eine leckere Grundlage für die beliebte Bratwurst.

## Grillgenuss zum Mitnehmen

Das bereits fertig gebackene und vorge schnittene Panini aus Weizenteig ist auf der Oberseite mit einem rustikalen Grillmuster versehen und deshalb perfekt für die Barbecue- und Grillsaison. Klassisch belegt mit



Tomate-Mozzarella oder Grillgemüse ist es zudem ein schnell und einfach zubereitetes Sandwich für jedes To-go-Geschäft..

## Ciabatta-Brot

Im Aussehen und Geschmack rustikaler als ein Original Ciabatta vereint das Ciabatta-Brot traditionelles Bäckerhandwerk mit original italienischer Backkunst. Sein ländlicher Charme spiegelt sich nicht nur in seiner Optik, sondern auch im Geschmack wider. Dieses luftige Weißbrot ist wie gemacht für die wohl beliebteste Grillvorspeise, die es gibt – Bruschetta.

## Trendfood Burger

Von klassischen Hamburgern bis hin zu ausgefallenen Kombinationen: Trendige

Gourmet Burger sind nach wie vor der absolute Bestseller bei jedem Grillangebot. Und selbst die Auswahl an unterschiedlichen Burgerbuns ist riesig. Und Edna, die Spezialisten in Sachen Tiefkühlbackwaren liefern einzigartige Burger in echter Gourmet-Qualität.

Der beliebte Klassiker von Edna ist wahrscheinlich der FF Gourmet Burger. Unbedingt verkostet werden sollten aber auch die neuesten Kreationen wie die BB Brezel Brioche und New modern Burger. „BB“ steht hier für „Brezel-Brioche“ – eine Kombination von herzhaftem Brezel-Style und französischer Backkunst. Diese Buns, belegt mit gegrillten Speisen, bilden ein wahres Geschmackserlebnis, das Ihre Kunden so schnell nicht mehr vergessen werden.

[www.edna.at](http://www.edna.at) ■

## DER PURE GRILLGENUSS

NEU

Die Pure Oil Marinaden stehen für Genuss ohne zugesetztes Palmöl und gehärtete Fette. Die bewährte Sorte **Louisiana** sowie die Newcomer **Pflaume & Ingwer** und **Oriental BBQ** sind ausgewogen abgestimmt und schmecken herrlich würzig. Die Geschmackspalette reicht von charakteristisch-klassisch bis hin zu süß und außergewöhnlich.



WIBERG

Gewürzmüller

GEWÜRZMÜHLE  
NESSE



## VEGGIE-BBQ - MEHR ALS NUR GEMÜSE

Neues für den Grill: Traditionelles BBQ in neuer trendiger Variante.

Betriebe, die ihren Kunden pflanzlichen Grillgenuss bieten möchten, finden bei Frutarom die passenden Zutaten für authentische Grillspezialitäten mit charakteristischem Geschmack. Hersteller können auf die Expertise der Produktentwickler und Fachberater zurückgreifen, die auf individuelle Wünsche eingehen, Zutaten passgenau zusammenstellen und Rezepturen kreieren.

### Geschickt kombiniert

Veganes Grillgut vereint pflanzliche Proteine, aus Hülsenfrüchten oder Getreide, mit Gewürzen und Kräutern. Dabei muss einerseits das Mundgefühl stimmen, andererseits sollen die Spezialitäten schmecken und aussehen wie das Original.

### Bratwurst „Around the World“

Internationale Wurstspezialitäten zeigen die vielfältigen Möglichkeiten pflanzlicher Köstlichkeiten für den Grill. Ob klassische Thüringer Bratwurst oder italienische Salsiccia mit Kräutern und Gewürzen – beides kann „à la veggie“ hergestellt werden. Auch die kräftig gewürzte Sucuk, bekannt in der Türkei, in Südosteuropa und im arabischen Raum sowie die scharfe Merguez aus Nordafrika sind in pflanzlicher Form erhältlich.

Wer auf den Geschmack gekommen ist und die eigene Theke mit pflanzlichen Grillspezialitäten bereichern will, kontaktiert die Frutarom Fachberater. Gemeinsam mit dem Kunden kreieren die Spezialisten authentisches Grillgut fürs Veggie-BBQ direkt im jeweiligen Betrieb. ■



Frutarom Savory Solutions Austria GmbH  
A A -5020 Salzburg, A.-Schemel-Str. 9,  
T 0662/63 82-0 W www.frutarom.eu



## GEWINNEN SIE EIN INTERESSANTES GRILLSEMINAR MIT ADI MATZEK

Für alle Grillbegeisterten:  
Gewinnen Sie ein Seminar im Wert von € 139,- mit dem Doppel-Grillweltmeister!

Grillen und Barbecue als Lebenskultur: Dieses Basis-Grill-Seminar vermittelt das 1x1 des richtigen Grillgenusses sowie umfassendes Know-how in Sachen Grillkultur, Handhabung mit Glut und Feuer und macht Sie somit fit für das gesellschaftliche Grillgespräch. Dabei hat die Bezeichnung „Basis Grill Seminar“ nichts mit schnöden Anfängertum zu tun, sondern weist lediglich auf die breite Produktpalette hin. Zusätzlich zur Präsentation verschiedener Grillgeräte, Energiequellen und Grillmethoden, werden nämlich auch nützliche Tipps und Tricks zur Fleischauswahl, dem richtigen Würzen und dem richtigen Zeitmanagement vermittelt.

### Das gibt es zu gewinnen

Die Seminarleitung übernimmt „the one and only“ Doppel-Grillweltmeister Adi Matzek und erklärt unter anderem alles über Griller, Energiequellen und Zubehör. Natürlich wird er auch Wissenswertes über die Produkte, Qualität und direktes und indirektes Grillen und die Vorstellung von innovativer Grillgeräte von diversen Herstellern geben.

Aber nicht nur das: Es gibt auch eine praktische Grillvorführung mit Verkostung der Produkte, den Grillschulwein, einen gemeinsamen fachlichen Austausch samt Netzwerken – und für jeden Teilnehmer eine persönliche Urkunde und das von Matzek designte „Stilo-Kostwerkzeug“.

### Mitspielen – und gewinnen!

Wir verlosen ein Seminar im Wert von € 139,- mit dem Doppel-Grillweltmeister Adi Matzek. Was Sie dafür tun müssen? Schicken Sie uns eine Mail (mit Name und Adresse) an [office@dieschnatterei.com](mailto:office@dieschnatterei.com) und verraten Sie uns, welche Storys Sie in Fleisch & Co besonders interessiert haben – und warum. Einsendeschluss ist der 4. Juni 2021! Das Team von Fleisch & Co wünscht viel Glück. ■

**Teilnahmebedingungen:** Die Gewinner werden durch Verlosung ermittelt und schriftlich verständigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Der Preis kann nicht in Bargeld abgelöst werden. Das Mindestalter für die Teilnahme beträgt 18 Jahre. Die Gewinner erklären sich durch ihre Teilnahme einverstanden, dass deren angegebenen Daten zur Gewinnabwicklung an den Sponsor des Preises (Adi Matzek, Grillschule, 3591 Burgerwiesen 8) weitergegeben werden. Die Schnatterei e.U. als Veranstalter dieses Gewinnspiels haftet weder für die allfällige Mangelhaftigkeit des Preises noch für sonstige Schäden, die im Zusammenhang mit der Nutzung der gewonnenen Preise entstehen.

**Bedford  
erhältlich bei:**



## MADE IN AUSTRIA

### Abwechslung beim Grillen

Für Abwechslung in der Grillsaison sorgt das vielfältige Sortiment der Traditionsmarke Senna: von Ketchup, Senf und Mayonnaise über Dressings bis zu Saucen wie Grill, Burger, Sour Cream oder Barbecue – zum Verfeinern oder als Dip zu Fingerfood & Snacks.

Ein Geschmackserlebnis, in der Tube oder hygienisch verpackt im Stick-Pack. [senna.at](http://senna.at) ■



## KLASSISCH AUFREGEND

**Hellmann's mit Knoblauch Note** Der Geschmackscluster Knoblauch gilt als All-Time-Favourite unter den österreichischen KonsumentInnen. Aufgrund der bewährten cremigen Textur eignet sich die Mayonnaise besonders zum Dippen und Verfeinern von Burgern, Sandwiches, Pommes und Co. Im bewährten 250-ml-Squeezer aus 100% recyceltem PET lässt sich die Hellmann's Mayonnaise mit Knoblauch Note besonders gut portionieren und ist für KonsumentInnen praktisch in der Handhabung. [www.hellmanns.com](http://www.hellmanns.com) ■



## KUNER SQUEEZER

### Praktisch, neu – und sehr geschmackvoll

Die Kuner Yofresh trägt zum Ausbau der Variantenvielfalt bei und stellt die Neuigkeit im Mayonnaise-Regal dar. Mit einem Joghurt-Anteil von 15% eignet sie sich perfekt für die Zubereitung von Saucen und Dips. Verpackt im modernen Squeezer aus 100% recyceltem PET ist sie besonders einfach zu portionieren. Die neue Squeezergröße im 430-ml-Format sorgt zudem für ein perfektes Shelf-Standout, sodass sich Kuner Yofresh von den Mitbewerbern optisch abhebt.

[www.kuner.at](http://www.kuner.at) ■



## SUMMER EDITION

**Steakhouse Ketchup** Wie jedes Jahr gibt es auch heuer die heiß begehrte FELIX Ketchup Limited Edition. Idealer Dip für eingefleischte BBQ-Fans: Die Kombination aus dezent rauchiger Paprikanote und Tomatenbasis verleiht dieser Ketchup-Kreation einen besonders feinen Geschmack. Durch seine rauchige Note passt es hervorragend zu Steak und Spareribs, verleiht aber auch gegrilltem Gemüse und Käse eine Extraportion Geschmack! Alle Felix Ketchups werden in Österreich hergestellt und sind frei von Geschmacksverstärkern, Konservierungsstoffen, sowie gluten- und laktosefrei [www.felix.at](http://www.felix.at) ■



# Kommt gerade recht zur Spargel- zeit.



UNSER **neu**  
Trüffelkoch-  
schinken

Trüffel sind unsere Leidenschaft. Kochschinken auch. Und beides haben wir vereint in unserem neuen Trüffelkochschinken. Der perfekte Begleiter zu köstlichen Spargelgerichten. Mehr dazu unter [bedford.de](http://bedford.de)

**Bedford**<sup>®</sup>  
Delikat essen



## ECHTER GESCHMACK OHNE VIEL SCHNICKSCHNACK

Pure Oil ist der Name der neuen Range an Gewürzmüller Marinaden. Die Linie steht für Genuss ohne zugesetztes Palmöl und gehärtete Fette. Die zeitgemäßen Marinaden punkten mit unverfälschtem Geschmack und schenken dem Grillgut mithilfe von Rapsöl eine appetitliche Optik.

Die bewährte Gewürzmüller Marinade Louisiana sowie die beiden Newcomer in den Geschmacksrichtungen Pflaume & Ingwer und Oriental BBQ sind ausgewogen abgestimmt und schmecken herrlich würzig. Die Palette der Pure Oil Range reicht von charakteristisch-klassisch bis hin zu süß und außergewöhnlich.

Die Ölmarinaden sind einfach zu verarbeiten, schützen das Grillgut vor dem Austrocknen und lassen Fleisch, Fisch sowie Gemüse glänzen.

### Der würzige Allrounder

Wenn der pure, typische Grillgenuss gefragt ist, liegt man mit der Geschmacksrichtung

Louisiana goldrichtig. Die rote Marinade ist der Klassiker unter den Pure Oil Produkten. Paprika, Zwiebel und Pfeffer sorgen für vollwürzigen Geschmack. Die Louisiana Würzmarinade Pure Oil ist ideal für Schwein, Rind, Geflügel, Wild, Fisch und Gemüse geeignet. Egal, was auf dem Grillrost brutzelt, diese Marinade passt immer, wenn zum klassischen BBQ geladen wird.

### Für den fruchtigen Touch

Der fruchtige Pure Oil Newcomer vereint Pflaume, Ingwer und Paprika. Die elegant zusammengestellte Marinade mit rauchiger Note passt hervorragend zu Schweine-, Rind- und Geflügelfleisch sowie zu Gemüse. Wer

beim Grillen gerne mit neuen, außergewöhnlichen Geschmacksrichtungen punktet, ist mit der würzig-süßen Sorte Pflaume und Ingwer bestens beraten.

### Mit orientalischer Würze

Die Pure Oil Geschmacksrichtung Oriental BBQ hält, was der Name verspricht: Die geschickte Gewürzauswahl zaubert orientalisches Flair auf den Grillrost. Anis, Zimt und Piment sorgen zusammen mit gutem Raucharoma für ein harmonisches Geschmackserlebnis. Die edelwürzige Marinade passt ideal zu Fisch, Gemüse, Schwein, Rind, Geflügel und Wild.

[www.fruitarom.eu](http://www.fruitarom.eu) ■

## GRILLEN WIE EIN WELTMEISTER

Kompromisslose Bio-Qualität, volle Transparenz bei der Herkunft und einfach schön im Regal. Die Gewürze, Kräuter, Pfeffer und Salze des österreichischen Jungunternehmens ehrenwort. Genussmomente verschreiben sich voll und ganz dem Genuss und wollen mit dieser Leidenschaft anstecken. Mit Adi Bittermann hat man einen Partner gefunden, der diese Werte zu 100% teilt. Die Unternehmer ließen daher nichts anbrennen und die Zusammenarbeit wurde rasch besiegelt. Rechtzeitig zur Grillsaison kommen die innovativen Grill-Rubs, die aus dieser Kooperation entstanden, nun auf den Markt.

### Limited Edition Design

Die aus den USA stammenden Grill-Rubs sind seit einigen Jahren in aller Munde. Das Grillgut wird mit diesen vor dem Grillen eingerieben – sie sind daher so etwas wie eine Trockenmarinade. Die Basis für Grill-Rubs besteht meist aus Salz und Zucker, die für eine Grundwürze und eine karamellierte Kruste dienen. Ergänzt mit zahlreichen Gewürzen erhält das Grillgut damit einen unwiderstehlichen Geschmack! Adi Bittermann schöpft mit seiner

Das Bio-Gewürze-Start-up ehrenwort hat sich mit dem Grillweltmeister und Haubenkoch Adi Bittermann zusammengetan, um ganz besondere Grill-Rubs zu entwickeln.

langjährigen Erfahrung als Grillweltmeister aus dem Vollen! Es wurden daher gleich drei Grill-Rubs für verschiedenes Grillgut entwickelt.

**Green & Tasty Grill-Rub für Rind, Schwein und Gemüse** vereint kräutrige Noten von Lorbeerblättern und Oregano mit der würzigen Schärfe von schwarzem Pfeffer. Abgerundet wird diese aromatische Mischung mit einer leichten Fruchtnote von getrockneten Orangenschalen.

**Hot & Smoky Grill-Rub für Geflügel und Meeresfrüchte** besticht durch ein rauchiges Aroma von Paprikapulver und Gewürzen und sorgt mit Chili-Schärfe für das gewisse Etwas.

**Sweet & Rustic Grill-Rub für Lamm, Wild und Kalb** sorgt mit süßlichen Gewürzen wie Nelken und Muskatnuss und würzigen Noten von Knoblauch und Zwiebel für ein tolles Aromenspiel. ■

Ehrenwort GmbH  
A A -1070 Wien,  
Stiftgasse 25/22  
W [www.ehrenwort.at](http://www.ehrenwort.at)



# BBQ PRIME SORGT FÜR ÜBERRASCHUNG

Unter der Dachmarke BBQ Prime hat die Obertrumer Gewürzmanufaktur Raps eine neuartige Serie an Gewürzmischungen für Grill und Pfanne entwickelt. Zielsetzung war ein besonders sortentypisches Geschmacksbild mit überraschenden Kopfnoten abseits der üblichen und bekannten Geschmacksvariationen.

Wir haben uns sehr eingehend mit dem vorhandenen Marktsortiment auseinandergesetzt und dabei festgestellt, dass das Angebot, ganz unabhängig von dem, was auf dem Etikett steht, zusehends vergleichbarer und geschmacklich ähnlicher wird“, sagt Raps-Vertriebsleiter Mag. Alexander Lackner zum gängigen Angebot für Profis und Hobbygriller. „Tatsächlich unterscheiden sich einzelne Würzungen oftmals nur noch durch Schärfe, Salzgehalt und Farbe, die eigentliche Geschmacksvielfalt bleibt zunehmend auf der Strecke.“

## Mut zum Risiko

Laut Lackner liegt die Ursache dieser Aromenverarmung oft in der Tiefpreispolitik vieler Hersteller und daran, dass viele Anbieter mit ihrem Produkt lieber auf Nummer sicher gehen wollen – und daher auf bewährte Geschmacksprofile setzen, anstatt das Risiko eines neuen Geschmacksbildes einzugehen. „Dieser Entwicklung wollen wir mit der BBQ Prime-Serie entgegensteuern“, sagt Lackner. Ähnlich den sehr erfolgreichen Raps Willys, einer Serie von Grillmarinaden auf Basis von 100% Rapsöl, setzt die Obertrumer Geschmacksschmiede auch mit BBQ

Prime auf qualitativ sehr hochwertige Zutaten mit erkennbar eigenständigem, sortentypischem Charakter.

## Mit ausgefallenen Aromen

Die acht Sorten der BBQ Prime Range unterscheiden sich nicht nur durch ihr originäres Geschmackskonzept von den üblichen Grillmischungen, auch untereinander behauptet sich jede Sorte durch besonders heterogene Herz- und Kopfnoten. „Wir haben in der Entwicklung ganz bewusst von der üblichen „eine für alles“ Strategie abgesehen und besonderes Augenmerk auf eine ganz deutliche Ausrichtung jeder einzelnen Sorte gelegt. Weil wir überzeugt sind, dass die dadurch entstandene Vielfalt unter den ambitionierten Profi- und Hobbygrillern viel Anklang finden wird“ ist Lackner stolz auf die neue Grillserie.

Neben geräucherten Zutaten oder den verschiedenen Rauchnoten werden in den BBQ Prime Mischungen auch ausgefallene Geschmacksgeber wie zum Beispiel Apfel, Bohnenkraut, Gerstenmalz oder Zitronenschale verarbeitet. Verbindendes Element aller Sorten ist der Einsatz von hochwertigem Meersalz.



Zur Markteinführung bietet Raps die BBQ Prime Serie seinen Kunden in schwarzen Streudosen mit partiellem Metallic-Effekt zum Weiterverkauf an den Endkonsumenten an. In weiterer Folge werden die Mischungen auch in Tresorbeuteln zur direkten Verarbeitung durch den Metzger oder die Gastronomie angeboten. ■



RAPS GmbH  
A 5162 Obertrum,  
Handelsstraße 10  
T 06219/75 57-0  
W [www.raps.at](http://www.raps.at)



**GRILLSCHUTZFAKTOR:**  
**LECKER**  
Marinaden. Grillgewürze. Rezepturen.

**JETZT TESTEN!**  
+49 9153 9229-0  
<https://cutt.ly/beck-testen>

**Beck**  
Gewürze und Additive  
Beck Gewürze und Additive GmbH  
[www.beck-gewuerze.de](http://www.beck-gewuerze.de)



## GRILLEN IM REGIONALEN KONTEXT „DER MERKLINGER“ HOLZBACKOFEN

Der Holzbackofen „Der Merklinger“ ist ein Allrounder für alle Garmethoden mit Holzfeuer und revolutioniert die Outdoor-Küche.

Warum braucht man eigentlich im Catering einen Ofen und zusätzlich noch einen oder sogar mehrere Grills? Das hat sich auch Markus Merklinger gefragt und sich auf die Suche nach einer Lösung gemacht und wollte einen Allrounder schaffen, in dem man backen, grillen, kochen, smoken und auch räuchern kann. Nach fünf langen Jahren Tüftelei war es so weit: Der Merklinger Holzbackofen war geboren!

Der entscheidende Unterschied zu den Mitbewerbern: Der Merklinger ist ein Holzbackofen, eigentlich eine kompakte Outdoorküche, für höchste Ansprüche. Der Merklinger ist bis ins kleinste Detail durchdacht, gebaut in kompromissloser Qualität und in Deutschland aus regionaler, ehrlicher Handarbeit gefertigt. Er ist unkompliziert, robust und steht für 100% feurigen Geschmack! Die Anwendungsmöglichkeiten sind fast unbegrenzt und dabei ist er einfach zu bedienen.

Übrigens Der Merklinger verspricht nicht nur feurigen Genuss, sondern gewann auch den German Design Award 21.

### **Vielfältig einsetzbar**

Im Inneren können verschiedene Temperaturzonen z. B. direkte (über den Flammen) und indirekte (über den Steinen) gebildet werden. Beim indirekten Grillen kann das Fleisch bei gleichmäßigen Temperaturen vorgegart werden. Die Vorteile: Erstens ist es gesünder, da das Fett nicht in die Glut tropft. Zweitens wird der Geschmack des Holzfeuers noch viel stärker angenommen.

Der Merklinger Holzbackofen ist natürlich auch praktisch in der Corona-Zeit, wo es im Außenbereich doch immer noch „sicherer“ ist. Er ist eine mobile Outdoorküche und mit vier hochwertigen Vollgummirädern ausgestattet, womit ein Ortswechsel spielend möglich ist. Und er ist ganzjährig einsetzbar, was auch Catering-Unternehmen unter den aktuell schwierigeren Bedingungen stark entgegenkommt.

### **Viele Fans**

Der Merklinger Holzbackofen ist ein Produkt fürs Leben. Nachhaltig und regional, gemeinsam gut Essen – und hat auch schon viele Fans gewonnen.

Alexander Reich (*siehe Bild*), Metzgermeister und Inhaber der Fleischerei Reich im deutschen Mering ist überzeugt: „Ein gemeinsamer Kreislauf aus regionalen Bauern, Produzenten und Dienstleistern bringt für alle Mehrwert. Dies schafft Vertrauen bei unseren Kunden, ist gut für die Umwelt und die Zukunft. Und hier passt der Merklinger perfekt dazu!“

Auch das Team vom Catering-Service Washington Rojas aus Augsburg sieht dies ähnlich: „Wir sind absolute Befürworter für mehr Regionalität. Ein regionaler Premium-Ofen wie der Merklinger Holzbackofen und Grill, regionale Fleischer, regionale Catering-Events, bedeuten noch mehr Regionalität in den Gerichten.“

Und auch Olli Siefers, Grill-Weltmeister, Fleischsommelier und Buchautor, ist begeistert vom Merklinger: „Man kann damit alles machen, von Pizza, Brot bis zu Rippchen. Besonders schön ist natürlich die Top-Qualität und Ausstattung, die bis ins kleinste Detail, durchdacht robust und hochwertig verarbeitet ist. Der macht richtig viel Spaß!“

[www.dermerklinger.de](http://www.dermerklinger.de) ■

## Der Buchtipp



### Wie grillt eigentlich Österreich?

Grill-Weltmeister und Bestsellerautor Adi Bittermann ist eine österreichische Institution. Als Chef seiner Grillschule in Niederösterreich haben unzählige lernwillige Hobby-GrillerInnen von seinem Wissen und seiner Grillkunst profitiert. Nicht wenige Familien-Wochenenden wurden dadurch kulinarisch gerettet! Aus seinen Kursen weiß Adi auch, dass hinter so manchem Gartenzaun unentdeckte Talente schlummern.

### **Zu Besuch bei Grill-Fans.**

Passend zum Grillstart hat sich Adi daher auf eine kulinarische Reise durch die österreichischen Bundesländer gemacht – vom Grillen über den Dächern Wiens bis in die schönsten Ecken Oberösterreichs oder der Steiermark – und stellt 26 leidenschaftliche Grillfreunde vor, die unter dem Motto „hinter jedem Gartenzaun steht ein kleiner Weltmeister“ ihrem Hobby frönen.

Wunderschön von Fotokünstler Thomas Apolt abgelichtet, lässt einen das Buch in eine faszinierende Welt der österreichischen Grillgeheimnisse eintauchen und viel über Grill-Lifestyle und bunte Lebensphilosophien lernen.

**So grillt Österreich**  
Die besten heimischen Rezepte aus neun Bundesländern, Adi Bittermann & Thomas Apolt, Brandstätter-Verlag, € 30,-



## 50:50 – FÜR NACHHALTIGEN FLEISCHGENUSS

Jetzt neu: Das erfolgreiche Wiener Start-up Rebel Meat mischt das Fleischregal mit halb Fleisch-, halb Veggie-Würsteln, Burgern & Co. auf.

Nach der Teilnahme bei der Start-up-Show „2 Minuten 2 Millionen“ und dem Erfolg der Tiefkühl-Burger-Patties erweitert das Wiener Food-Start-up Rebel Meat sein Sortiment um vier weitere Bio-Produkte. Ab April sind die 50:50-Burger-Patties, Bratwürsteln, Käsekrainer und Faschiertes erhältlich. Diese bestehen zu einer Hälfte aus Bio-Fleisch und zur anderen Hälfte aus pflanzlichen Bio-Zutaten, wie Karfiol, Karotten und Hirse, bieten dabei aber vollen Fleischgenuss. Damit spricht Rebel Meat insbesondere ernährungs- und umweltbewusste Fleischesser\*innen und Flexitariar\*innen an. Denn durch den reduzierten Fleischanteil verbrauchen die Produkte nicht nur weniger Ressourcen, sondern haben auch

einen höheren Ballaststoffgehalt, weniger Cholesterin und einen geringen Fettgehalt.

### Weniger is(s)t mehr

Die meisten Menschen lieben Fleisch, aber wollen dennoch ihren Fleischkonsum reduzieren –, sei es wegen der Umwelt, wegen der Gesundheit oder einfach, um ausschließlich qualitativ hochwertiges Tierwohl-Fleisch zu essen. Auf diese Flexitariar setzen die Gründer von Rebel Meat Cornelia Habacher und Philipp Stangl. Die Botschaft dahinter ist klar – deutlich weniger, aber dafür besseres Fleisch, am besten in Bio-Qualität. Neben dem reduzierten Konsum geht es dem Team von Rebel Meat aber um mehr:

Wieder ein Bewusstsein für den Wert von Fleisch zu schaffen, aufzuzeigen, dass die industrielle Massentierhaltung keine Zukunft hat und mehr auf regionale Bio-Landwirtschaft gesetzt werden muss.

Philipp Stangl, Gründer und CEO des Wiener Start-ups dazu: „Trotz des starken Wachstums der letzten Jahre machen rein pflanzliche Fleischersatzprodukte nach wie vor weniger als 1% des Fleischmarktes aus. Mit unseren Produkten bieten wir alltagstaugliche Lösungen für eine breite Zielgruppe an. So wollen wir dazu beizutragen, als Gesellschaft tatsächlich signifikant weniger, dafür besseres Fleisch zu essen.“

[www.rebelmeat.com](http://www.rebelmeat.com) ■

... die neuen BBQ Marinaden 2021

## Weil guter Geschmack zählt!



### Lust auf was Neues ...

bring neuen Schwung mit Geschmack und Abwechslung in dein Grillsortiment – mit unseren Flüssigmarinaden liegst du genau richtig!

**christl**  
GewürzTechnologie



Erfolgreiches Konzept: Bis zu 80 Essen, in der Vor-Corona-Zeit bis 200, werden in der Mittagszeit verkauft.

# SICHTBARE FLEISCHKOMPETENZ MIT SAHNEHÄUBCHEN

## Fleischerei Moßhammer

**Inhaber:** Josef Moßhammer  
**Mitarbeiter:** 20, davon fünf im Verkauf  
**Dienstleistungen:** 24/7 gekühlte Verkaufsautomaten, Catering, Grillseminare, Jausenbox, Lunchbox mit Rezepten, Mittagsmenü mit Lieferdienst per Radkurier, frisches gekühltes Hundefutter, Automat für Kuchen und Torten  
**Shopfläche:** 85 m<sup>2</sup>  
**Stehische:** 3, mit max. 12 Hockplätze  
**Theke:** 6,00 lfm Kühltheke Sirius 3, 1,70 lfm Heiße Theke mit Platte 74, Kühltheke mit selbst gemachten Convenienceprodukten, Präsentationstische mit Regalen und Displays  
**Planungsdauer:** 10 Monate  
**Umbau:** 19 Tage  
**Leistungen:** Beratung, Planung, Ausführung Laden- & Innenausbau, Bauleitung, Lichtkonzept we-shoplight  
[www.aichinger-austria.at](http://www.aichinger-austria.at)

Aichinger plant und baut Fleischerei Moßhammer in Graz

Die Kunden fahren am Wochenende bis zu 30 Kilometer ins Grazer Unviertel, suchen 20 Minuten einen Parkplatz, riskieren Strafzettel, stehen mindestens weitere 20 Minuten in dem lang gezogenen Laden in der Warteschlange.

„Der nächste bittet!“: Nicht bei Josef Moßhammer und seinem Team. Er weiß, dass der Kunde nicht nur seinen Einkaufszettel abarbeiten möchte, sondern dass er angesprochen werden, Anregungen und Neues entdecken möchte. Konnten die Kunden aufgrund der Geometrie des Raumes und der alten Kühltheke das umfangreiche Angebot nur einsehen, wenn sie sich aneinander vorbeischieben, erlaubt das neue Shoplayout und der Thekenaufbau der Kühltheke SIRIUS 3 von Aichinger dieses. Mit Erfolg: Die Kunden kaufen noch mehr und hochwertiger ein.

### Wenn Grazer umbauen ...

Ernst Sommerauer, Verkaufsleiter von Aichinger, lebt in Graz und wusste um die handwerklichen und unternehmerischen Qualitäten des steirischen Innungsmeisters, aber auch um das Potenzial bei der Gestaltung des Ladens in der Zinzendorfsgasse. Der Standort wird von Montag bis Donnerstag von den Anwohnern, Beschäftigten in den Büros und den Studierenden im Unviertel stark frequentiert. Ab Donnerstagnachmittag ist dieser für die Wocheneinkäufe der Kunden eine Herausforderung. „Ich muss dankbar sein, dass die Kunden das auf sich nehmen. Das ist allerdings auch die Verpflichtung, immer besser zu werden“, bringt es Josef Moßhammer auf den Punkt.

Er hatte gerade den Umbau des Gästehauses im gleichen Gebäude mit drei Einzel- und

sieben Doppelzimmern abgeschlossen und wollte zunächst nur den lang gezogenen Eingangsbereich optimieren. Ernst Sommerauer entwickelte hierfür ein Konzept mit einer SB-Kühltheke, in der selbst gemachte Fonds, Saucen und fertige Gerichte im Glas und Take-away-Verpackungen angeboten werden. Zudem drei Präsentationstische mit Displays und umgebenden Regalen. Auf den Tischen werden die losen Zutaten für ein warmes Gericht für zwei Personen mitsamt Rezeptkarte präsentiert. Auf dem Display läuft dazu das Video, das die Zubereitung erklärt.

Josef Moßhammer ist ein ambitionierter Unternehmer und ein selbstkritischer Geist. Zehn bis zwölf Kochboxen verkauft er so pro Woche. „Nachschärfen“ wird er das Konzept deshalb. Dafür haben das neue Ladenlayout und -design seine selbst gemachten Convenienceprodukte „richtig nach vorne geschoben“. Er geht davon aus, dass er in diesem Jahr mindestens 50.000 Einheiten verkaufen wird. Auch über den Onlineshop markta.at.

Die verschiedenen 30 Eigenprodukte mit eigenem Label werden ergänzt durch ausgesuchte hochwertige Produkte regionaler Erzeuger, die zumeist im Einzelhandel in Graz nicht zu beziehen sind. Ernst Sommerauer hat mit seinem Gestaltungs- und Lichtkonzept den früheren Eingangs- und Wartebereich in einen umsatz- und ertragreichen Regionalmarkt verwandelt.

### Alles im Blick

Und er hat mit Weitsicht erkannt, dass die Anzahl der Stehtische und Hockplätze im Imbissbereich zu reduzieren sind. Eine ungewöhnliche Maßnahme, vor allem vor dem Hintergrund von 150 bis 200 Mittagessen, die zwischen 11 und 14 Uhr vor der Corona-Pandemie verkauft wurden. Selbst in der gegenwärtigen Situation, in der viele umgebende Bürogebäude und die nahe Universität nahezu verwaist sind, sind es noch immer 80 Einheiten. Angeboten werden die Gerichte und warmen Snacks auf der Platte 74 von Aichinger: in hochwertigen Kasserolen und Keramiktöpfen statt GN-Behältern.

Durch den kleineren Verweilbereich wurde Raum gewonnen für die Kunden, die nun freie Sicht und Zugang zur gesamten Fleisch- und Wurstausslage haben und daher mehr einkaufen. Und die Mittagsgäste nehmen den Imbiss zum Verzehr mit oder setzen sich in den Hof der Fleischerei.

### Kundenbindung vom Feinsten

Es ist mehr als ein Hof. Es ist der Ort, an dem aus Kunden Fans und Freunde der Moßhammers werden. Mehr als 100 Grill-, Wurst- und Fleisch-Seminare hat Josef Moßhammer in Vor-Corona-Zeiten pro Jahr veranstaltet. Kunden, vor allem junge, werden zu Experten gemacht, die fortan seine Wurstspezialitäten und speziellen Cuts schätzen – und zahlen.

Nicht nur an der neuen Sirius 3-Theke von Aichinger, sondern auch außerhalb der Öffnungszeiten in einem in der Fassade integrierten Verkaufsautomaten. Diesen und einen zweiten im Eingangsbereich eines Baumarkts bestückt die Fleischerei Moßhammer mit 80 verschiedenen Produkten – in der Grillsaison und vor langen Wochenenden und Feiertagen mehrmals täglich. Der Bestand ist stets online.

### Multi-Channel bei Moßhammers

Apropos online: Wer sich nicht anstellen und auch nicht am Verkaufsautomaten einkaufen möchte, dem liefert die Fleischerei Moßhammer die Onlinebestellung nach Hause – natürlich mit einem örtlichen Fahrradkurier.

Die Fleischerei Moßhammer lässt es im besten Sinne laufen. Nicht so gelaufen sind hingegen die gekühlten Abholfähler am Laden. Der Fleischermeister hat das erkannt und nutzt nun die Fläche für einen Verkaufsautomaten für frische Kuchen und Torten. Mit Erfolg: Pro Tag werden mehr als 100 Stück verkauft – vor einer Fleischerei. Das Sahnehäubchen auf einem für den Standort maßgeschneiderten Konzept – auch beim Ladenbau. *Volker Simon* ■

Fleischerei Moßhammer  
A 8010 Graz, Zinzendorfsgasse 12  
T 0316/31 91 95 W [www.mosshammer.at](http://www.mosshammer.at)

Fotos: Aichinger



Kurze Wege und optimale Raumnutzung kennzeichnen das Flächenlayout.

Mehr als ein Eingang: Das Kühlregal ist der Umsatzbringer für selbst gemachte Convenienceprodukte.



24/7-Frische: Verkaufsautomaten sind in die Fassade der Fleischerei integriert.

Brigitte und Josef Moßhammer betreiben in Graz erfolgreich ihre Fleischerei im Multi-Channel-Vertrieb.





# RAN AN SPECK UND BLUNZ'N

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

Unter den Fleischern und Direktvermarktern erfreuen sich der „Speck-Kaiser“ sowie das „Goldene Blunz'nkranzl“ großer Beliebtheit –, denn anders sind diese hohen Teilnehmezahlen nicht zu erklären. So wurden bei der Prämierung „Speck-Kaiser“ im Vorfeld der leider coronabedingt abgesagten „AB HOF“-Messe heuer trotz „pandemischer Krise“ rund 460 Proben eingesendet. Zusätzlich sehr 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 nahen Ausland (Deutschland,

Italien) zur Verkostung eingebracht. Diese hohe Anzahl verdeutlicht einmal mehr die hohe Akzeptanz dieser bereits traditionellen Prämierung sowohl bei DirektvermarkterInnen als auch bei gewerblichen ProduzentInnen eindrucksvoll.

## 14 Speck-Kaiser aus fünf Bundesländern

Die insgesamt 14 vergebenen Speck-Kaiser-Auszeichnungen teilen sich auf fünf gewerbliche und auf neun landwirtschaftliche Produkte auf. Die Speck-Kaiser verteilen sich auf fünf Bundesländer auf. Die Hälfte der begehrten Trophäen gehen an ProduzentInnen aus Niederösterreich. Drei weitere kommen aus Oberösterreich, weitere zwei aus Kärnten. Jeweils einen Speck-Kaiser findet man in Tirol und Vorarlberg.

## Die Unterscheidung hat sich bewährt

Die bereits seit geraumer Zeit durchgeführte Unterteilung der Kategorien nach gewerblichen und bäuerlichen ProduzentInnen hat sich auch 2021 wieder bestens bewährt und ist erneut auf große Zustimmung bei allen HerstellerInnen gestoßen.

Um die hohe Qualität der Prämierung beizubehalten bzw. noch zu steigern, wurde auf ein Verkostungsteam von knapp 40 Experten aus dem schulischen, landwirtschaftlichen und gewerblichen Umfeld zurückgegriffen.

Außerdem wurde wieder eine eigene, besonders kompetente Verkostungsgruppe installiert, die ausschließlich für die Bestimmung der Kategorie-SiegerInnen, also den GewinnerInnen des „Speck-Kaiser“, verantwortlich war.

## TeilnehmerInnen profitieren zusätzlich

Übrigens: Alle TeilnehmerInnen profitieren von ihrer Einreichung aber noch zusätzlich: Denn den ProduzentInnen wird nicht nur im Detail das Ergebnis der Verkostung in den einzelnen Beurteilungskriterien (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.

## Alle guten Dinge sind drei!

Das goldene Blunz'nkranzl ist einer der jüngsten Wettbewerbe der Prämierungsreihe im Zuge der „AB HOF“-Messe, die heuer zum dritten Mal erfolgreich durchgeführt wurde.

## „Speck-Kaiser“-Preisträger 2021

### **Bauchspeck vom Schwein geräuchert – landwirtschaftliche Produktion**

Familie Anker-Feistl, Niederndorferberg

### **Karreespeck vom Schwein geräuchert – landwirtschaftliche Produktion**

Stefan Gröbl und Mitbesitzer, Pöchlarn

### **Schinkenspeck vom Schwein geräuchert – gewerbliche Produktion**

Fleischerei Johann Freudenschuß, Hilm

### **Schinkenspeck vom Schwein geräuchert – landwirtschaftliche Produktion**

Harold Fleisch- u. Wurstspezialitäten, Sitzenberg-Reidling

### **Schinkenspeck vom Schwein ungeräuchert – gewerbliche Produktion**

Fleischerei Ing. Stefan Seiser, Strassburg

### **Sonstige Rohpökel-Spezialitäten vom Schwein – landwirtschaftliche Produktion**

Silvia und Wolfgang Kabas, Kappel/Krappfeld

### **Rohpökelwaren vom Rind – landwirtschaftliche Produktion**

Familie Liesbeth Fritz sen. und jun., Warth/Arlberg

### **Rohwürste – landwirtschaftliche Produktion**

Landwirtschaftliche Fachschule Hohenlehen, Hollenstein

### **Rohwürste – gewerbliche Produktion**

Fleischerei Rainer Binder, Hofkirchen

### **Erhitze Würste – landwirtschaftliche Produktion**

Hofladen Mayrhofer, Engerwitzdorf

### **Kochpökelwaren essfertig – gewerbliche Produktion**

s'Blunz'nsemmerl Herbert Lechner, Scheibbs

### **Kochpökelwaren essfertig – landwirtschaftliche Produktion**

Brigitte und Andreas Hofbauer, Gföhl

### **Aufstriche – landwirtschaftliche Produktion**

Christine und Klaus Grausgruber, Breitenschützing

### **Aufstriche – gewerbliche Produktion**

Fleischerei Doris und Franz Steiner, Sollenau



Stefan Seiser aus Strassburg im Gurktal holte sich den „Speck-Kaiser“ in der Kategorie „Schinkenspeck vom Schwein ungeräuchert“ – gewerbliche Produktion.

ERÖFFNUNG  
GRILLSAISON



Art. 252\*  
FF-Rusty Burger,  
geschnitten

## Unsere Gourmet-Burger

Art. 1324\*  
FF-OMG Burger,  
geschnitten

Art. 1600\*  
FF-Gourmet Burger  
rund, geschnitten

Bestellen Sie jetzt  
bei Ihrem Großhändler,  
im C+C Markt oder  
direkt bei EDNA!

GEBÜHRENFREI  
[www.EDNA.at](http://www.EDNA.at)  
TEL. Bestellung 0 800/20 20 85  
TEL. Service 0 800/20 20 84  
FAX. Bestellung 0 800/20 20 86

# EDNA

EDNA Backwaren GmbH  
Rutzenmoos 20 ·  
A-4845 Rutzenmoos



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



Auch 2021 erfolgreich: Herbert Lechner aus Scheibbs (im Bild mit Familie) holte sich den „Speck-Kaiser“ in der Kategorie „Kochpökelwaren essfertig“ – gewerbliche Produktion sowie das „Goldene Blunz'nkranz!“ 2021 in der Kategorie „Blutwürste deutsch-österreichische Art“.

Ziel dieses Wettbewerbes ist es, BlutwurstproduzentInnen einen Produktvergleich durch eine unabhängige Fachjury anzubieten. Durch die Prämierung der Produkte sollen neue Impulse in Richtung Qualitätsbewusstsein gesetzt, eine Hilfestellung für die Vermarktung geboten und die Blutwurst selber einer breiteren Öffentlichkeit bekannt gemacht werden.

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 über 60 Proben eingesendet, was die Bedeutung dieses Wettbewerbes bestätigt.

Die Jury konnte drei Mal „Das goldene Blunz'nkranz!“ vergeben. Dabei wurden zwei gewerbliche und eine landwirtschaftliche Produktion ausgezeichnet. Es gehen, wie bereits im Vorjahr, alle Trophäen an die

erfolgreichen ProduzentInnen aus Niederösterreich.

Besonders in der Kategorie „kreative Blutwürste im Darm“ war die hochkarätige Fachjury über den Ideenreichtum der eingereichten Proben erstaunt – von Schokolade über Pfeffer bis zu Früchten ist alles dabei, um die Delikatessen zu verfeinern.

#### Siegerehrung online

Da aufgrund der Corona-Maßnahmen die „AB HOF“-Messe auch heuer abgesagt werden musste, fand die Siegerehrung der Produktprämierungen online statt. Bei dieser Online-Siegerehrung zeichneten Bundesministerin Elisabeth Köstinger und Landeshauptmann-Stellvertreter Stephan Pernkopf die SiegerInnen für ihre ausgezeichneten Produkte aus.

Die SiegerInnen sowie alle weiteren PreisträgerInnen sind unter [www.messewieselburg.at](http://www.messewieselburg.at) zu finden.

Johannes Rottensteiner ■

### „Goldenes Blunz'nkranz!“-Preisträger 2021

#### Blutwürste deutsch-österreichische Art – landwirtschaftliche Produktion

Christian Fallbacher, Pixendorf

#### Blutwürste deutsch-österreichische Art – gewerbliche Produktion

s'Blunz'nsemmerl Herbert Lechner, Scheibbs

#### Französische Blutwürste – gewerbliche Produktion

Fleischerei Markus Dormayer, Langenzersdorf

**BBQ PRIME**

GEGEN GESCHMACKSARMUT



Unsere neue BBQ Prime Serie ist das Opus Eximium für Grill und Pfanne.

Weg vom Einheitsgeschmack, heißt das Motto dieser herausragenden Mischungen. Nicht alltägliche Zutaten, angefangen bei Apfel über verschiedenen Rauchnoten bis Zitronenschale sorgen zusammen mit feinstem Meersalz für authentische und sortentypische Geschmacksbilder. BBQ Prime steht für eine neue Vielfalt auf dem heißen Rost, von Fisch über Fleisch bis Gemüse.

