

Fleisch & Co

Ausgabe
07/2021

Fachzeitschrift für

- Herstellung
- Veredelung
- Vermarktung

frischer Lebensmittel

Einzelpreis € 5,90

Gerhard Zadrobilek, einst jüngster Sieger der Österreich-Radrundfahrt, ist heute mit seiner Wagyu-Zucht erfolgreich.



Rind statt Rad: Kobe boomt wie nie

GRAMILLER

www.gramiller.at



LEBENSMITTELVERPACKUNGEN
TO-GO-VERPACKUNGEN
HYGIENE & ARBEITSSCHUTZ
VERSANDVERPACKUNGEN

WWW.MEIERVERPACKUNGEN.AT/SHOP

MEIER VERPACKUNGEN

www.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



SCHRUTKA-PEUKERT
LADENBAU

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

Mehr klasse Läden sehen: WWW.SCHRUTKA-PEUKERT.DE

Inhalt

Fleisch & Meister

| | | |
|----------------------|---|----|
| Branchen-News | Von Bio bis Ruhestand | 03 |
| Erfolgreich | Die Wagys von Gerhard Zadrobilek | 06 |
| Umgezogen | Das neue Domizil von Adi Matzek | 09 |
| Mehr Zeit | Warum Martin Butz auf myMetzger setzt | 10 |
| Gustl | Der neueste Streich von Markus Dormayer | 12 |
| Weidegans | Gans-Genuss vom Feinsten | 14 |

Fleisch & Produktion

| | | |
|---------------------|---|----|
| Termine | Der Messe-Herbst kann kommen | 16 |
| Schutz | Interview mit einem Sicherheitsexperten | 18 |
| Ausgestattet | Neue Masken & Berufsbekleidung | 20 |
| Ausbildung | LMAk präsentiert ... Hygienemanager | 21 |
| News | Die neuen Trends bei Verpackungen | 22 |

Fleisch & Markt

| | | |
|-------------------|----------------------------|----|
| Klagenfurt | Die Kärntneri hat eröffnet | 26 |
|-------------------|----------------------------|----|

Fleisch & Genuss

| | | |
|------------------|--|----|
| Interview | Jubililar Eckart Witzigmann über Fleisch | 28 |
| Produkte | Vier Neuheiten für die Produktion | 30 |

Editorial



In den letzten 15 Jahren hat in Österreich jede vierte Fleischerei zugesperrt – und leider hat es diesen Sommer wieder zwei „erwischt“. Lesen Sie gleich auf den nächsten Seiten vom letzten Fleischhacker im niederösterreichischen Bezirk Lilienfeld und über die Kärntner Fleischerei Kriegl, die ihre Betriebs-schließung mit einem „offenen Brief“ zu erklären versucht.

Natürlich sind die Zeiten für die Fleischereien schwierig – durch Partnerschaften aber kann es leichter werden. Davon erzählten uns etwa Doris und Martin Butz, die dank des Partnerprogramms *myMetzger* wieder mehr Zeit für ihren Familienbetrieb und ihre Spezialitäten haben.

Dass der Beruf des Fleischhandwerkers sich aber auch erfolgreich weiterentwickeln kann (und muss), zeigt einmal mehr der innovative Fleischermeister Markus Dormayer, der mit seinem veganen Leverkas gerade für Furore sorgt.

In dieser September-Ausgabe gibt es aber noch vieles mehr zu entdecken: die Kobe-Rinder vom ehemaligen Radprofi Zadrobilek zum Beispiel. Oder die wunderschöne Ausstattung der Kärntneri in Klagenfurt, in der sich die Bäckerei Wienerroither, die Käseerei Kaslab'n und der Fleisch- und Wurstspezialist Friess gemeinsam von ihren allerschönsten Seiten zeigen. Und dann natürlich noch ein kurzes Interview mit dem Jahrhundertkoch Eckart Witzigmann und ...

Viel Vergnügen beim Schmökern!

Ihre Tanja Braune

office@dieschnatterei.com

IMPRESSUM: Fleisch & Co – Die österreichische Fleischerzeitung

Herausgeber, Verleger: Die Schnatterei e. U., 2230 Gänserndorf, Grenzstraße 180 / D1, Tel.: +43/(0)676 / 634 27 07, www.dieschnatterei.com. **Geschäftsführung:** Tanja Braune.
Bankverbindung: HYPO NOE, IBAN AT86 5300 0014 5402 4318, BIC HYPNATWW.

Redaktionsleitung und Chefredaktion: Tanja Braune, office@dieschnatterei.com.
Mitarbeiter dieser Ausgabe: Dima-Alexander Braune, Peter Denk, Roland Graf, Matthias Mayr, Andrea Pascher, Harald Platteter, Raimund Plautz, Philipp Tripolt

Tirol Redaktion und Social Media Management: Barbara Egger **Coverfoto:** Maximilian Lottmann
Medienberatung und Anzeigenservice: Die Schnatterei, Tanja Braune, Tel.: +43/(0)676 / 634 27 07, E-Mail: office@dieschnatterei.com

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

Abonnement: Aboservice Österreichischer Wirtschaftsverlag, Tel. +43 1 54664 135, aboservice@wirtschaftsverlag.at
Jahresbezugspreis: Inland: € 85,-/Ausland: € 120,-

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

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

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

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

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

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

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



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

Mail to: office@dieschnatterei.com

www.facebook.com/fleischerzeitung/

LinkedIn: Fleisch & Co

www.instagram.com/fleischundco

Diese Beilagen finden Sie in der Ausgabe



Natürliche Hüllen für Koch- und Brühwurst

Umfassende Produktpräsentation der Oskutex GmbH. Alle weiteren Infos gibt es auf der Homepage www.kallegroup.com

Eins ist sicher:

Das saustarke Handwerk

In diesem Folder gibt es alle Eckdaten zur Süffa – der Fachmesse für die Fleischerbranche. Alle weiteren Infos gibt es auf www.messe-stuttgart.de/sueffa/





NACHFRAGE NACH BIO AUF NEUEM REKORDHOCH

Corona hat Bio einen Turbo verliehen. Mehr als 11 % der Lebensmittel werden in Bio-Qualität gekauft.

Der Absatz von Biolebensmitteln in Österreich ist im Jahr 2020 neuerlich auf ein Rekordhoch geklettert. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Bio-Umsatz über alle Vertriebskanäle gerechnet um 316 Mio. Euro bzw. 15 % angestiegen. Aktuell liegt er bei 2.374 Mio. Euro. Auch die Bio-Umsätze im LEH weisen mit einem Anstieg von 17 % für das erste Halbjahr 2021 eine beeindruckende Entwicklung vor. Das zeigen die Ergebnisse der jährlich durchgeführten Markt-Erhebung und RollAMA-Zahlen, die Anfang September von AMA-Marketing und Bio Austria präsentiert wurden.

Corona als Triebfeder

„Corona hat die Menschen noch aufgeschlossener für die Qualität von Lebensmitteln gemacht. Bio-Produkte können davon besonders profitieren“, erklärt Michael Blass, Geschäftsführer der AMA-Marketing. Den höchsten Bio-Anteil verbuchen die Sortimente Milch und Naturjoghurt. Fast jedes dritte Produkt dieser Kategorie wurde biologisch produziert. Erdäpfel, Eier und Gemüse liegen ebenfalls weit über dem Durchschnitt. Jedes zehnte Produkt in den Warengruppen Obst, Butter und Käse stammt aus Bio-Landwirtschaft. Selbst „Bio-Stiefkinder“ wie Fleisch, Wurst & Schinken und Geflügel haben ordentlich zugelegt.

113 Euro pro Haushalt

Insgesamt machte der LEH 2020 mit Bio-Frischwaren (exkl. Brot und Gebäck) Umsätze im Wert von 717 Mio. Euro. Die Zahlen des ersten Halbjahres 2021 (420 Mio. Euro) zeigen ein Plus von fast 17%. So wurde von Jänner bis Juni mengenmäßig fast 20 % mehr bio eingekauft als in der Vorjahresperiode. 113 Euro hat ein Haushalt im ersten Halbjahr rund für Bio-Produkte im LEH ausgegeben.

Angebot und Nachfrage

81% aller Bio-Lebensmittel werden über den LEH vertrieben, 14 % über Direktvertrieb und Fachhandel, 5 % entfallen auf die Gastronomie. Insgesamt stieg der Verkauf von Bio-Lebensmitteln in Österreich seit 2016 von 1,6 auf 2,4 Mrd. Euro.

Österreichweit wirtschaften derzeit 24.480 Höfe biologisch, das sind 22,7% aller landwirtschaftlichen Betriebe. Sie bewirtschaften 679.872 Hektar bzw. 26,5% der gesamten landwirtschaftlichen Fläche. „Wir erleben einerseits eine extrem stark wachsende Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln, andererseits aber eine Stagnation bei der Produktion in Österreich“, so Gertraud Grabmann, Obfrau von Bio Austria, „hier muss man aus unserer Sicht gegensteuern, ansonsten droht ein Wertschöpfungsverlust für die heimische Landwirtschaft.“ ■

LASKA

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

LASKA. Sicherheit, Schutz, Hygiene

Selbstverständlich!

Stellen auch Sie sicher, dass Ihre Produkte unter optimaler Hygiene verarbeitet werden. Dafür bieten wir Ihnen eine große vielfältige Auswahl an Fleischer-Arbeitsbekleidung. Mit unserer Arbeitsbekleidung sind Sie immer auf der sicheren Seite.

LASKA. Für den optimalen Schutz am Arbeitsplatz.



- Sicherheitsbekleidung
- Arbeitsbekleidung
- Einwegbekleidung
- Arbeitsschuhe und Arbeitstiefeln
- Schürzen



LASKA,
der führende Anbieter
von Fleischereimaschinen
und Bedarfsartikeln zur Fleischwaren-
und Wursterzeugung
sowie Lebensmittelverarbeiter.

Via Brief teilte der Traditionsbetrieb mit, dass man Ende August schließen werde. Bürokratisierung, der Trend zu Discountern und der finanzielle Aspekt haben Daniel Kriegl dazu bewogen. Nun macht sich Bürgermeister Dohr auf die Suche nach einem Nachfolger.



FLEISCHEREI KRIEGL SCHLIESST - JETZT KÜMMERT SICH DER BÜRGERMEISTER

Die Fleischerei Kriegl in Bad St. Leonhard (K) gab kürzlich die Schließung des Betriebes bekannt. In einem offenen Brief wendete sich der Familienbetrieb an seine Kunden. Darin teilte man mit, dass man den Betrieb Ende August einstellen werde. „Die zunehmende Bürokratisierung, die kleinere Unternehmen ungleich schwerer trifft als große, anhaltender Facharbeitermangel, der weiterhin starke Trend zu Discountern und die sehr unsichere Zukunft haben uns zu diesem Schritt bewogen“, heißt es unter anderem in dem Schreiben.

Auch der finanzielle Aspekt spielte bei der Entscheidung eine wichtige Rolle, wie Geschäftsführer Daniel Kriegl (36), der den Betrieb vor zwei Jahren von seinen Eltern Monika und Adolf Kriegl übernommen hat, verrät: „Wir hätten kurzfristig mindes-

tens 200.000 Euro, langfristig rund 400.000 Euro investieren müssen. Knappe 80.000 bis 100.000 Euro hätten wir alleine für das Geschäft und Maschinen benötigt. Im Moment wäre die Fortführung noch möglich gewesen, aber wir hatten die Befürchtung, dass sich die Geschichte zu einer Never Ending Story entwickelt und die Kosten immer weiter steigen würden.“

Nachfolge gesucht

Bis zuletzt zählte der Traditionsbetrieb zwölf Mitarbeiter. „Wir hatten die Hoffnung, dass die Margen besser werden, aber es sieht für die Zukunft eher noch schlechter aus. Deshalb haben wir uns entschlossen, den Betrieb nicht mehr fortzuführen“, so Kriegl. „Die Kunden haben uns seit vielen Jahren die Treue gehalten. Dafür möchte ich mich herzlich bedanken.“

Bleibt die Frage, was mit den leerstehenden Gebäuden in Bad St. Leonhard passieren soll. „Es ist sehr schade, dass so ein Traditionsbetrieb schließt“, so Bürgermeister und Gewerbereferent Dieter Dohr (Liste Dohr). „Die Familie Kriegl hat in den über 30 Jahren Betriebsgeschichte sehr viel geleistet, sie haben die Regionalität gelebt“, so Dohr, der sich nun persönlich um einen Nachfolgebetrieb kümmern möchte. „Ich werde versuchen, mein Netzwerk auszunutzen und verschiedene Fleischereibetriebe kontaktieren, damit die Geschäftsfläche nicht lange leer stehen muss“, verrät der Bürgermeister. Denn für die Gemeinde ist die Schließung ein schwerer Schlag, war der Fleischereibetrieb der Familie Kriegl doch der einzige im Gemeindegebiet. Philipp Tripolt ■



Raimund Plautz

Bundesinnungsmeister der Fleischer & Fleischermeister

Nutzt bitte die Chance.

Vom 21. bis 23. September ist es so weit, der Produktwettbewerb findet in Klagenfurt statt. Es wäre so wichtig, dass ihr alle mitmacht. Daher möchte ich diese Kolumne nochmals für den Aufruf verwenden: Zeigt eure Stärken, präsentiert eure Produkte – und unterstützt so das Lebensmittelhandwerk. Zudem ist eine Kontrolle der eigenen Qualität stets wichtig. Jeder Teilnehmer bekommt von der geschulten Jury ein Feedback zu seinen Produkten und kann diese so gegebenenfalls wieder in Richtung Zeitgeist und Geschmackstrends anpassen. Nicht zuletzt kann sich der wichtige Wettbewerb nur mit vielen TeilnehmerInnen weiterhin selbst finanzieren – und das ist natürlich für den Fortbestand enorm wichtig.

Gemeinsam sind wir stark.

Auch wenn mich – wahrscheinlich uns alle – die derzeitigen Betriebsschließungen sehr schocken und traurig machen. Fakt ist, die Fleischerbranche hat sich stabilisiert, unsere Betriebe haben sich erholt und die Konsumenten nehmen das Fleischerhandwerk und unsere guten Produkte wieder vermehrt wahr – und wichtig: Wir haben ein gutes Standing, worauf wir aufbauen können. Daher meine Bitte: Nehmt die Gelegenheit wahr, versteckt euch nicht. Die österreichischen Betriebe sind top – und das sollen auch alle wissen. Präsentiert eure Produkte und macht so auf Euch und unsere wunderbare Branche noch einmal mehr aufmerksam. Ich freue mich, euch in Klagenfurt zu sehen!

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



Spanferkel für die Gruft

Mitte August lud Alexander Dearing zu einer Veranstaltung in sein Restaurant „Spikes“ am Golfplatz Tuttendörfel (NÖ). Getreu seines Mottos, mit regionalen und nachhaltigen Speisen zu bewirten, bat er den bekannten Langenzersdorfer Fleischermeister Markus Dormayer ein saftig-knuspriges Spanferkel zu machen. Es hat allen gut geschmeckt, dennoch blieb einiges über. Wegwerfen kam nicht infrage: So hat sich das Duo noch während des Events schnell ins Auto gesetzt und das knusprige Stück in die Wiener Gruft gebracht. Danke!



LILIENFELD: DER LETZTE FLEISCHER HAT ZUGESPERRT

Anfang August sperrte der letzte Fleischer im NÖ-Bezirk Lilienfeld zu. Fleisch & Co-Autor Peter Denk traf das Ehepaar Herbert und Gabi Illmeyer zum Gespräch.

Herbert und Gabi Illmeyer stehen wie jeden Tag im Geschäft, auf den ersten Blick scheint alles wie bisher, doch die Vitrine wirkt etwas leerer als sonst. Manche Kunden fragen noch nach G'selchtem oder Würsten. „Heute ist unser letzter Tag“, entgegnet der Fleischermeister, „es gibt nur noch die Ware, die in der Vitrine liegt!“ Und so sperrte in einem Bezirk mit über 26.000 Einwohnern nun der letzte Fleischhacker zu.

Fleisch & Co: Sie sind der letzte Fleischer im Bezirk – wie geht es Ihnen mit der Entscheidung, zuzusperren?

Herbert Illmeyer: „Nach über 40 Jahren als selbstständiger Fleischermeister gehe mit sehr gemischten Gefühlen in Pension. Es liegt nicht an mir, dass es keine weiteren Fleischerbetriebe im Bezirk mehr gibt. Die Großmärkte mit gezielten Preisaktionen machen es den Fleischereibetrieben sehr schwer. Zudem ist es für berufstätige Kunden natürlich viel einfacher in Supermärkten alles auf einmal einzukaufen.“

In den Jahren hat sich im Fleischerberuf viel getan ...

„Früher war es leichter, sich als Fleischer zu behaupten. Regionale Großkunden wie Krankenhaus, Berufsschule, Altersheime, Schu-

len haben ihre Aufträge lokal vergeben. Seit einiger Zeit wird alles über EU-Zertifikate und landesweite Einkaufszentralen abgewickelt. Auch wurde es immer schwerer, qualifiziertes heimisches Personal zu bekommen. Selbst Lehrlinge sind schwer zu bekommen.

Es ist leider so, dass Eltern und ihre Kinder den Fleischerberuf nicht mehr schätzen und den Beruf auch nicht lernen und ausüben wollen. Daher gibt es in dieser Berufsgruppe fast keine Facharbeiter mehr, die berechtigt wären ein Geschäft zu führen. Natürlich wäre es möglich, ein Geschäft mit regionalen Produkten im Sinne der wählerischen Kunden zu betreiben. Die persönliche Beratung und die Qualität der Produkte würden sicher auch in der heutigen Zeit noch geschätzt.“

Dafür boomen Bio-Läden ohne Bedienung ...

„Bioläden mit ihren unterschiedlichen regionalen Produkten spielen in Zukunft sicher eine Rolle, aber die Supermärkte werden den Handel wohl größtenteils dominieren. Die Innenstädte und Ortszentren verlieren ja auch leider immer mehr an Bedeutung als Einkaufsmöglichkeit.“

Peter Denk ■



www.anuga.com

TASTE THE FUTURE

ANUGA IN KÖLN:

09.–13.10.2021

ANUGA @HOME:

11.–13.10.2021 & ON DEMAND

ENDLICH wieder Anuga!



Jetzt Ticket
online kaufen:
anuga.com/tickets
Sicherer Messebesuch:
anuga.com/check

- ✓ Neues Leitthema „Transform“
- ✓ Neues Hybridmodell - physisch & digital
- ✓ Business & Networking auf der wichtigsten globalen Branchenplattform

Gesell GmbH & Co. KG
Sieveringer Str. 153
1190 Wien
Tel. +43 1 3205037
Fax +43 1 3206344
office@gesell.com

 koelnmesse



ZADROBILEK: „NOCH NIE SO GUT VERMARKTET“

Als Gerhard Zadrobilek vor 15 Jahren mit der Zucht reinrassiger Wagyu-Rindern aus Japan begonnen hat, war das ein gewaltiges Wagnis. Heute übersteigt die Nachfrage nach dem „Kaviar des Rindes“ das Angebot, berichtet der Pionier „Fleisch & Co“.

Die Geschichte beginnt ziemlich „österreichisch“: Denn die ersten Anfeindungen, als der Radrenn-Profi a. D. 2006 mit japanischen Rindern startete, kamen von anderen Landwirten. Die ihn zuvor kaum beachtet hatten, als er noch mit schottischen Hochlandrindern seine Züchterkarriere verfolgte. „Passt doch nicht hierher“ war zu hören, aber auch „warum keine heimische Rasse?“. Und natürlich schwang unterschwellig mit, ob der nach wie vor jüngste Sieger der Österreich-Radrundfahrt – Zadrobilek holte den Pokal 1981 mit gerade 19 Jahren – es denn überhaupt ernst meine mit

dem Bauerndasein. „Wenn du eines lernst im Radsport, dann bei Hindernissen durchzuhalten“, kann der Niederösterreicher heute schon schmunzelnd von den einstigen Resentiments von manchen Bauernfunktionären erzählen.

Von seiner Terrasse in Laab am Walde schweift der Blick dabei über sattgrüne Wiesen, nur wenige Kilometer von der Wiener Stadtgrenze entfernt. Mitten in diesem Idyll steht dann auch eine Herde der dunklen Japan-Rinder, über die zwar viel Unsinn erzählt wird, deren Filets aber dennoch auch um 200 Euro pro Kilo gehandelt werden.

Von Japan nach Laab am Walde

Zadrobilek hatte rückblickend großes Glück, als er sich um die erste Wagyu bemühte. Damals gelangten ganz offiziell per Embryonen-Transfer noch wirklich original japanische Tiere nach Europa. Heute wäre das undenkbar, der Schmuggel von befruchteten Eizellen wird mittlerweile streng geahndet und Lebendvieh wird generell nicht exportiert. Davon unbehelligt, kann der heuer 60 Jahre alt gewordene Gründer von „Kobe Beef Austria“ garantieren, seinen Kunden ausschließlich reinrassige Wagyu anzubieten. 45 Tiere sind es aktuell, die zunächst in Mutterkuhhaltung im Wienerwald aufwachsen, ehe sie zu einem Weidepartner zur Aufzucht kommen.

Diese Aufzucht erfolgt dann überdurchschnittlich lange, „32 Monate sind die Ochsen in der Regel alt“. Der Preis dieser Rindfleisch-Rarität berechnet sich daher auch nicht nur aufgrund ihrer Seltenheit, sondern auch aufgrund der langen Fütterung. „Das Filet verkaufe ich nur im Ganzen und das macht für drei Kilo Fleisch dann schon 700 Euro aus“, rechnet Zadrobilek vor.

Der Trend 2021

Wobei 2021 geschäftlich ein wahres Ausnahmejahr für ihn darstellte: „Noch nie konnte ich die Tiere ‚nose to tail‘ so gut vermarkten wie heuer.“ Vom Gulaschfleisch bis zum Filet gingen alle Stücke zu Kunden, „während früher oft Schnitzelfleisch oder Ähnliches übrig geblieben ist“.

Für den Rinderzüchter liegt dies zum Teil auch an den lange dauernden „Lockdowns“: „Die Leute wollten sich offenbar daheim etwas Gutes gönnen“, kann er mit den vier pro Jahr geschlachteten Wagys die Nachfrage aktuell nicht bedienen. Zumal auch der Schlachtkörper der Japan-Rinder mit 450 bis 480 Kilogramm recht gering ausfällt. Allerdings genügen von dem reich mit intramuskulärem Fett ausgestatteten Fleisch beim Essen auch weitaus geringere Mengen als von herkömmlichen Steaks.

Qualität auf dem Grill

Für seine Gäste schneidet Gerhard Zadrobilek gerne Cuts wie Beiried oder Kruspelzspitz dünn auf und serviert sie Minuten später direkt vom Grill. „Selbst Spitzenköche machen hier oft Fehler“, plaudert er aus der Schule. Denn idealerweise werden die Teile unter einem Zentimeter dick geschnitten und „in der japanischen Tradition auch eher durch (leicht rosa) als zu roh serviert“. Auch Würzungen sind praktisch unnötig, wer Ketchup oder Grillsaucen zu seinem Austro-Ko-

be ordert, hat den Test des Ex-Radprofis nicht bestanden. Denn schließlich basiert der ganze Mythos dieses Fleisches auf seiner herausragenden Qualität: „Das wäre, wie wenn man Cola in einen großartigen Rotwein leert.“

Das japanische Bewertungssystem

Die Güte des Fleisches wird sogar objektiv gemessen; das japanische Bewertungssystem für Rinder entscheidet darüber, welches Fleisch sich überhaupt „Kobe“ nennen darf. Die „Japan Meat Grading Association“ bewertet dazu in einem komplexen System den Fleischanteil am Schlachtkörper, die Farbe

des Fleisches und seines Fetts sowie die Festigkeit. Gewertet wird dabei die Stelle zwischen sechster und siebenter Rippe, die den traditionellen Teilungspunkt von Rindern in Japan darstellt.

Der niedrigste Wert gemäß dieser fünfteiligen Skala bestimmt die Gesamtqualität. Als Spezialwertung davon ist für alle Eigentümer von Wagyu-Rindern der Provinz Hyogo die zwölfteilige Marmorierungsskala („Beef Marbling Standard“) entscheidend: Erreicht Fleisch Werte zwischen acht und zwölf, dann kann die Note „exzellent“ vergeben werden. Und nur in diesem Fall darf dann von „Kobe Beef“ gesprochen werden.



Wagyu: Was ist was?

Das ABC zum japanischen Beef

A 5 Höchste mögliche Fleischqualität im japanischen System. A steht dabei für ein Fleisch-Karkassen-Verhältnis von 72 % oder mehr, 5 für einen BMS (siehe Stichwort) zwischen 8 und 12.

BMS Die Abkürzung für „Beef Marbling Standard“, die maßgebliche Skala der Fettmarmorierung in Japan – sie reicht von null bis zwölf.

Kobe Beef Es gibt kein Kobe-Rind, sondern nur Fleisch, das dieses Prädikat tragen darf. Es muss aus der Präfektur Hyogo stammendes Schwarzvieh sein, einen BMS von zumindest sechs erreichen und stammt meist aus kleinen Herden (traditionell unter zehn Tieren).

Tajima-Ushi Ein japanisches Synonym für die wichtigste Wagyu-Rasse „Kuroge Wagyu“ beziehungsweise japanisches Schwarzvieh.

Nur von dieser Blutlinie stammendes Rindfleisch kommt für den höchsten Standard der Präfektur Hyogo infrage – das berühmte Kobe Beef.

Wagyu Eigentlich selbsterklärend, bedeutet „Wa“ Japan und „gyu“ Rind.

Vier Rassen werden unter diesem Begriff zusammengefasst:

Japanese Black (Kuroge Wagyu, ca. 90 % des Bestands)

Japanese Shorthorn (Tankaku Wagyu)

Japanese Polled (Mukaku Wagyu) und

Japanese Brown (Akage Wagyu).



Fleischbeschau im Wienerwald: „Rot-sehr viel Weiß-Rot“ ist das Ideal für die Cuts vom reinrassigen Wagyu. „Noch auf den letzten Metern kannst du die Qualität aber verhauen“, ist Gerhard Zadrobilek ein gebranntes Kind. Denn je höher der Marmorierungsgrad, desto schneller sind die dünn geschnittenen Stücke durch, erklärte der Züchter dem Fleisch & Co-Autor Roland Graf am Grill.

Denn Wagyu, wörtlich „Japan-Rind“, bezeichnet als Sammelbezeichnung gleich vier Rinder-Rassen. Die wichtigste davon und als einzige für die Kobe-Klassifizierung infrage kommende heißt in ihrem Heimatland auch „Tajima-Ushi“ (japanisches Schwarzvieh).

Partner Wiesbauer

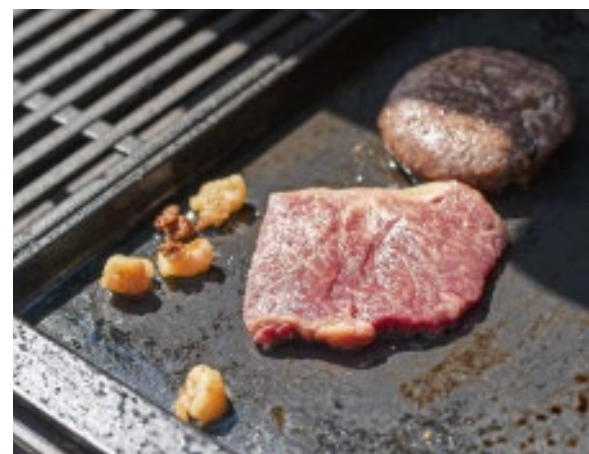
Es sind auch jene Rinder, die Gerhard Zadrobilek zwischen seinen Weiden hin- und hertreibt. Und deren Fleischqualität bei neun gemäß „Beef Marbling Standard“ rangieren. „Zwölf wäre für unseren Geschmack kaum angenehm, das wäre praktisch weiß vor intramuskulärem Fett.“ Schließlich soll man auch das Fleisch schmecken, in das Jahre lang so viel Herzblut investiert wurde. Entsprechend innovativ ist man in Laab auch, wenn es darum geht, abseits der Edelteile Produkte anbieten zu können. Mit Wiesbauer-Gourmet als Partner tüftelte Zadrobilek lange an seinen eigenen Burger-Patties. „Wie dick soll der ideal sein und wie fein faschirt – da haben wir uns alle schon lange darüber Gedanken gemacht.“

Delikatessen vom Kobe

Mittlerweile folgten den Burgern, die unter anderem die Bäckerei Szihn

(„Er macht die besten Buns für Burger“) vertreibt, auch weitere Innovationen. „Gemeinsam mit Hink machen wir Rilletes und eine Creme vom Wagyu.“ Damit kommen auch „Private“ recht einfach in den Genuss des Mythenumrankten Rinds. Denn die Kunden ließen sich klar in zwei Gruppen einteilen, erklärt der Züchter: „Wir haben viele Neugierige, die das einmal probieren wollen und von denen du dann nichts mehr hörst. Aber auch viele, die dabei bleiben, weil ihnen die Qualität so schmeckt.“ Für den kommenden Verkaufstag, bei dem man Fleisch ab Hof bestellen kann, ist Gerhard Zadrobilek dementsprechend bereits ausgebucht. Selbst der Burger-Vorrat in seiner eigenen Gefriertruhe geht langsam, aber sicher bedenklich zur Neige. „Mir ist es als Landwirt wichtig, dass es den Tieren zeitlebens gutgeht“, denkt der Wagyu-Pionier zwar aufgrund der Nachfrage aktuell ans Expandieren. Das Fleisch seiner schwarzen Ochsen wird aber auch weiterhin eine äußerst limitierte Delikatesse bleiben. Roland Graf ■

Kobe Beef Austria A 2381 Laab im Walde T 0650/66 65 666
W www.kobe-beef-austria.at



„Noch nie konnte ich die Tiere ‚nose to tail‘ so gut vermarkten wie heuer.“

Gerhard Zadrobilek Österreichs Wagyu-Beef-Pionier



Der umtriebige Doppel-Weltmeister fand in einem ehemaligen Bauernhof im niederösterreichischen Burgerwiesen eine neue Heimat und startet mit Vollgas durch.

ADI MATZEK GRILLT WIEDER ALLE EIN

Jeder, der Adi Matzek auch nur ein bisschen kennt, weiß, dass er vor Ideen nur so sprüht und immer wieder Neues auf Lager hat. So war es in diesem Fall: Nach einem Familienrat fiel die Entscheidung, das gemietete Seminarzentrum in Maria Dreieichen aufzugeben und es in einen Vierkanthof in Burgerwiesen zu verlegen. Die neue Grillschule 3.0 war geboren!

Neue Erlebniswelt

Der ehemalige Bauernhof musste mithilfe lokaler Handwerker noch umgebaut werden, aber Matzek hat sich in das Objekt und den 1.000-m²-Außenbereich verliebt: „Es ist die Weitläufigkeit, eine gewisse Luftigkeit, die uns begeistert. Hier kann jeder sein Eckerl finden.“ Hier hat er genug Platz, um alle seine Griller perfekt in Szene zu setzen. Matzek: „Wir haben neben den ‚normalen‘ Grillern einen Bereich für Smoker, das ist noch immer ein eigener Mikrokosmos im Bereich der Lebensmittelzubereitung. Wir zeigen aber auch den Dutch Oven, wie man mit Holzkohle grillt und vieles mehr.“

Doch der neue Standort besticht nicht nur durch den Außenbereich, auch neue Büros und ein Grillshop finden Platz. Genau so wie



Romana und Martin Schreiner in ihrem neuen Rindermaststall – samt AMA-Auszeichnung.

ein großer Seminarraum, eine Zigarrenlounge und ein gemütliches Zimmer, in dem seine Rum-Schätze zur Verkostung bereitstehen. Matzek hat dabei immer seine Kunden im Sinn, denn „bei neun Seminar-Typen findet jeder den passenden Kurs“.

Wissensvermittlung deluxe

Für Matzek steht die „wertvolle Lebenszeit“, im Mittelpunkt. „Wir sprechen nicht nur über die Technik des Grillens, sondern auch über Fleischeinkauf, die Fleischspezifikationen, denn man kann sich mit Rassendifferenzierung auseinandersetzen, ebenso wie mit Reifemethoden. Ich finde es schade, dass sich die Kunden ausländische Fleisch-Gustostückerln holen (müssen), weil gewisse Fleischstücke hierzulande einfach nicht angeboten werden.“

Aber Matzek denkt bereits weiter: „Die Konsumenten fragen mich immer, wo es gutes Fleisch gibt. Daher möchte ich eine Fleischerlandkarte entwickeln, die einen Überblick bietet, wer welches Fleisch anbietet.“

Bei Matzek liegt der Fokus auf dem großen Erlebnis, er will mit Geschmackskultur unterhalten und hat dazu tolle Nachbarn, wie die Biobackstube und -akademie „Broctocnik“ von Sauerteig-Pionier Fritz Potocnik, der die handwerklichen Traditionen hochhält. Ebenfalls in Burgerwiesen sind Romana und Martin Schreiner zu Hause, die in viel Eigenregie einen vorbildlichen Rinderstall für ihren Mastbetrieb gebaut haben und dort ihr Vieh ausschließlich auf Strohhallen stellen. Weitere Kooperationen werden demnächst angedacht. *Andrea Pascher* ■

Neue Seminare mit Adi

Seminare zur Neuausrichtung der Fleischtheke im Grillbereich inklusive Steaktasting

Mit diesen interessanten Themen ist eine spannende Weiterbildung in Zusammenarbeit der LMAK und dem Doppelgrillweltmeister Adi Matzek umgesetzt worden. Die Teilnehmer waren sich einig: ein tolles Programm, das unbedingt wiederholt und erweitert werden soll. Für alle Interessierten gibt es daher jetzt das Seminar **Schnittführung und Benennung internationaler A-B-C-Cuts inklusive Zubereitung**. Die LMAK und Adi Matzek freuen sich auf Teilnehmer aus allen Bundesländern, die sich und ihre Mitarbeiter auf die geänderten Kundenbedürfnisse der Grilltheke schulen wollen. Alle Infos: www.LMAkademie.at



KIND- UND
SCHWEINEFLEISCH
8 OBERIO
• AUS OBERLÖSTESSELN
• GEMTECHNIFIZIERT
• OHNE GLYKOLISAT
• NAUHAUIGE LANDWIRTSCHAFT



Butterschinker
10 Tage € 2,00
Frankfurter
€ pro kg 10,00

Schweins
Schopf
Oberio
€ kg



WIEDER AUF DAS KONZENTRIEREN, WAS MAN **GUT UND GERNE MACHT**

Die Fleischerei Butz ist für ihre Top-Qualität über die Grenzen Oberösterreichs bekannt. Um noch mehr Zeit für das Fleischerhandwerk und ihren Familienbetrieb zu haben, sind Doris und Martin Butz eine erfolgreiche Partnerschaft mit gourmetfein eingegangen.

Die Fleischerei Butz ist wohl die Verkörperung dessen, was man als Traditionsbetrieb im besten Sinne des Wortes bezeichnen kann – und eines der wenigen verbliebenen Unternehmen im Fleischerhandwerk, das auch nach 145 Jahren noch gut im Geschäft ist. Das ist keine Selbstverständlichkeit, so wie alle anderen Betriebe in der Branche ist auch die Firma der Familie Butz mit all den vielfältigen Herausforderungen konfrontiert, die das veränderte Einkaufsverhalten der letzten Jahrzehnte mit sich brachte.

Traditionelle Familienrezepte

Seit im oberösterreichischen Lambach 1876 der Grundstein für das seit vielen Generationen in Familienhand geführte Unternehmen gelegt wurde, mag sich viel geändert haben, nicht aber die Philosophie des Handwerks. Nach wie vor werden hier in bewährter Art und Weise und nach alten Fa-

milienrezepten zahlreiche und sehr beliebte Spezialitäten hergestellt. Viele Konzerne suggerieren das so beliebte Idealbild des lokalen Metzgers. Hier findet man ihn tatsächlich noch.

Gut für die Zukunft gerüstet

Doch Tradition und Fortschritt schließen einander nicht aus, wie Martin Butz, Eigentümer der Fleischerei, gerne betont: „Um das Gute dauerhaft und auch noch für die nachfolgenden Generationen zu bewahren, müssen wir uns laufend weiterentwickeln. Das gilt nicht nur für die Gesellschaft insgesamt, sondern ganz speziell auch für die Fleischer-Branche. Wir haben das für unseren Betrieb bereits vor einiger Zeit erkannt und die nötigen Schlüsse daraus gezogen, allen voran etwa die starke Partnerschaft mit gourmetfein.“

Ein gutes Stichwort. Die Firma gourmetfein, mittlerweile über die Landesgrenzen hinaus als Marktführer bei Glaubwürdigkeit

und Transparenz bekannt, sorgt seit Monaten für Aufsehen. Der Pionier der Herkunftskennzeichnung, der mit seiner kompromisslos garantierten Rückverfolgbarkeit im gesamten deutschsprachigen Raum wohl einzigartig ist, beliefert die Fleischerei Butz mit Fleisch- und Wurstwaren aus ihrer nachhaltigen Fleischlinie „Oberio Hofgenau“.

Die Vorteile einer Partnerschaft

Ein hoher Standard und die gleichbleibende Qualität waren eine wesentliche Voraussetzung für Martin Butz, die Kooperation mit gourmetfein einzugehen. Denn er sehe sich seine Kunden dafür persönlich in der Verantwortung, wie er erzählt: „Durch die Partnerschaft mit gourmetfein haben wir die Möglichkeit, unseren langjährigen Kunden auch weiterhin das volle Sortiment an Fleisch- und Wurstwaren anbieten zu können, bei durchgängig höchster Qualität. Wir konzentrieren uns in der eigenen Fertigung

auf Erzeugnisse, die wir nach alten Familienrezepten selbst herstellen und unsere beliebten Wildspezialitäten. Gourmetfein-Produkte wie das Schweine- und Rindfleisch, Spezialsorten an Leberkäse oder Spezialitäten vom Tochterunternehmen ‚Zellinger – Feinkost by gourmetfein‘ sind dabei die perfekte Ergänzung zu unserem Sortiment.“

Fleisch und Wurst vom Feinsten

Die hohen Standards sind ein Thema, das sich bei Martin Butz durchzieht. Ihm ist bewusst, dass es im Jahr 2021 von immer mehr Menschen verlangt wird, dass besonders bei Fleisch auf die ethischen und ökologischen Rahmenbedingungen geachtet wird. Das heißt: So viel Tierwohl und Naturschutz wie nur irgendwie möglich, damit der Fleischkonsum tatsächlich voller Genuss sein kann und nicht zum schlechten Gewissen führen muss.

Für ihn ebenfalls ein maßgeblicher Grund für die Zusammenarbeit mit gourmetfein. Kunden können sicher sein, dass für die Produktion ausschließlich „Oberio Hofgenau“ Schweine- und Rindfleisch von Tieren der 200 gourmetfein Partner-Bauern aus Österreich verarbeitet wird. Für die Aufzucht dieser Tiere werden ausschließlich Futtermittel frei von Glyphosat und Gentechnik verwendet und zur Gänze auf Regenwald-Soja aus Übersee verzichtet. Sie haben die Sicherheit, dass die Tiere nicht in Langstrecken-Tiertransporten gequält wurde und können sich bewusst sein, dass mit jedem Bissen nachhaltig die kleinbäuerliche, heimische Landwirtschaft unterstützt und gestärkt wird.

Wieder Zeit für das Wesentliche

Durch die enge Kooperation mit gourmetfein ist auch der Rücken frei, sich wieder voll auf das traditionelle Fleischerhandwerk zu konzentrieren. Eine gleichbleibend hervorragende Produktqualität ist die eine Sache. Es braucht heutzutage aber mehr, um die Kunden zu begeistern. Ohne zielgerichtetes Mar-

„In der eigenen Fertigung konzentrieren wir uns auf Erzeugnisse, die wir nach alten Familienrezepten selbst herstellen.“

Martin Butz, Inhaber der Fleischerei Butz



keting, digitale Kommunikation und das gewisse Alleinstellungsmerkmal geht es nicht mehr. Und das kostet alles sehr viel Geld.

Um das Metzgerhandwerk in Österreich zu bewahren, hat gourmetfein die Serviceplattform „myMetzger“ ins Leben gerufen. Der Verbund bietet kleinen Metzgereien zahlreiche moderne Marketingtools, die sofort einsatzbereit sind. Damit sie sich wieder auf das konzentrieren können, was sie am besten und liebsten machen.

Mit digitalem Mehrwert

Als myMetzger-Partner, wie Martin Butz es ist, wird man unter anderem mit professionellem Marketing unterstützt. Das reicht von perfekten Produktfotos, ansprechend gestalteten Flugblättern, Point-of-Sales-Maßnahmen, einer Kundenbindungs-App, modernen Webseiten, Digital Signage und so vieles mehr.

„Ich kann jetzt wieder das tun, was wir in der Familie seit Jahrzehnten schon am besten und am liebsten machen, dazu muss man die Zeit haben, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren und das kann ich mit myMetzger nun wieder. Viele stehen vor der Entscheidung, aufzugeben, weil sie das Gefühl haben, dass sie mit all den neuen Anforderungen heutzutage nicht mehr zu recht kommen. Eine unternehmerische Partnerschaft auf Augenhöhe kann da viel verändern und den Rücken freimachen. Natürlich gibt es auch ähnliche Programme, ich war davor bei den Bonusfleischern. Mit dem digitalen Mehrwert und der modernen Zugangsweise von myMetzger fühle ich mich jedoch für die Zukunft bestens gerüstet“, so Martin Butz. ■

Fleischerei Butz **A** 4650 Lambach
T 07245/28 861-0 **W** www.butz.at

Von klassischer Werbung bis zur digitalen Kommunikation: myMetzger bietet Fleischerei-Betrieben eine Serviceplattform, damit diese nicht nur weitermachen, sondern sich auch auf das konzentrieren können, was sie am besten und liebsten machen.
Alle Infos: www.mymetzger.at





Die Revolution des Fleischerhandwerks: Fleischermeister Markus Dormayer hat sich mit Nadina Ruedl, Gründerin der veganen Metzgerei „Die Pflanzerei“, zusammengetan – das erste gemeinsame Produkt wurde jetzt präsentiert: der vegane Leverkas Gustl!

DER VEGANE LEVERKAS „GUSTL“ EROBERT ÖSTERREICH

Die besten Geschichten beginnen manchmal mit einer einfachen Mail. Fleischermeister Markus Dormayer, der in seiner Fleischerei im niederösterreichischen Langenzersdorf bereits seit neun (!) Jahren mit einer sensationellen veganen Blutwurst für Furore sorgt, entdeckte das Start-up-Unternehmen „Die Pflanzerei“ – und kontaktierte Gründerin Nadine Ruedl. Bereits ein paar Monate später werkten die beiden innovativen Köpfe daran, einen typischen österreichischen Leberkäse in einer veganen Variante zu kreieren. Bis zum ersten Bissen brauchte es seine Zeit, viele Tests und Versuche –, jetzt aber ist das perfekte Rezept gefunden und der vegane Leverkas namens „Gustl“ steht in den Startlöchern, um Österreich und auch den Rest der Welt zu erobern.

Wieso veganer Leberkäse?

Für Nadina Ruedl hängt das ganz stark mit der Kindheit zusammen: „Mit einer nostalgischen Erinnerung, an den Besuch beim Metzger, an die Glocke, die dort beim Eintreten läutet und den Geruch des Leberkäses mit Gurkerl. Das ist noch immer so präsent in meinen Gedanken“, erzählt Ruedl. Den-

noch hat sich die Wienerin vor zweieinhalb Jahren dazu entschlossen, sich vegan zu ernähren. „Bis zu diesem Zeitpunkt habe ich sehr gerne, aber immer hochwertiges Fleisch gegessen. Bei der Umstellung auf vegan wollte ich dann alles 1:1 umsetzen, bin aber schnell draufgekommen, dass das nicht wirklich funktioniert“, erzählt sie von ihren ersten Vegan-Realitäten, „und wenn man dann im Supermarkt steht und die ganzen Dinge mit den eigenartigen Farben sieht und keine gute vegane Fleisch-Alternativen findet – das ist dann nicht das, was ich mir für meinen Genuss wünschte! Daraus ist dann der Idee entstanden, etwas zu kreieren, das funktioniert und schmeckt.“ Immerhin ernähren sich heute etwa 800.000 Österreicher vegetarisch oder vegan und bis zu 45 Prozent wollen als Flexitarier ihren Fleischkonsum einschränken.

Die Geburtsstunde von Gustl

Und hier kommt dann das Können von Markus Dormayer ins Spiel. Es war für den Fleischermaestro gar nicht so einfach, eine vegane Leberkäse-Variante zu entwickeln. Und dass obwohl er die letzten Jahre bereits

etwa 170 Kilo vegane Blutwurst in der Woche produziert –, aber bis zum sogenannten „Leverkas“ waren es „schreckliche Nächte“, gibt Dormayer im Interview zu und lacht: „Ich habe erst im April vom Papa (Anm. d. Red.: Franz Dormayer) den Fleischerei-Betrieb übernommen und damit natürlich genug Arbeit. Trotzdem hat mich die Idee nicht mehr losgelassen und ich habe in den letzten Monaten in den ‚Gustl‘ sicher mehr als 60 Stunden in die Entwicklung reingesteckt – meist in der Nacht.“ Nachsatz: „Ohne meine Eltern und meine Frau wäre sich das aber nicht alles so ausgegangen.“

Um die richtige Mischung zu finden, ging das Duo nach der klassischen Methode „Versuch und Scheitern“ vor. Dormayer: „Wir



haben insgesamt etwa 200 kg an Zutaten verworfen, bis wir das richtige Rezept gefunden haben. Es kommt vor allem auf die grünen Erbsen in Pulverform an, das ist unsere aus Frankreich stammende pflanzliche Eiweiß- und Ballaststoffquelle, dafür wird alles andere regional hergestellt, wie die Erdäpfel, rote Rübe, Zwiebel, etc.“ Und Ruedl ergänzt: „Die regionale Verfügbarkeit war für uns wichtig, aber ohne das französische Erbsenpulver wäre die Textur des Bräts nicht zustandezubringen und dieses wird leider in Österreich nicht produziert.“

Kritische Fleischerbranche

Für die Entwicklung des Leverkas lag der Fokus nicht nur in der veganen Welt, sondern es sollten auch die Fleischesser angesprochen werden. Ruedl: „Vegan wird oft mit Verzicht definiert, das ist es aber nicht. Es geht darum, eine Systemveränderung zu ermöglichen und Fleischessern eine zusätzliche Möglichkeit zu bieten. Das Interesse unter den Fleischessern ist da. Wenn man weiß, was schmeckt – und da ist Markus natürlich der perfekte Partner –, so können wir es schaffen, dass der Genuss von pflanzlichen Produkten in Zukunft ganz normal sein wird!“

„Viele“, so Ruedl, „denken, dass vegan produzierte Lebensmittel grundsätzlich aus dem Labor stammen, davon sind wir aber weit weg. Bei uns geht es ganz einfach ums Handwerkliche. Wir haben einen Kutter, in dem wir die Zutaten mixen und im Ofen den ‚Gustl‘ wie jeden normalen Leberkäse fertig backen.“ Für Markus Dormayer ist das ganze nicht so einfach, denn aus der Fleischerzunft gibt’s nicht nur positives Feedback, „aber ich hab’ einen breiten Buckel“, schmunzelt er und bringt es auf den Punkt: „Es ist doch egal, ob ich Fleischwurst mache oder Pflanzenwurst. Gute Zutaten werden in eine Form gebracht, denn Stangenwurst ist ja auch eine runde Kunstform. Aber der Erfolg gibt mir sowieso recht. Ich mache Wurst, in welcher Art auch immer. Hauptsache sie schmeckt und es ist etwas Gutes drinnen. Die Konsumenten, wie wir jetzt sehen, sind auch von der Qualität und dem Geschmack überzeugt.“

**Wer mag Gustl kennenlernen?
Die nächste Verkostung findet bei der „Edelstoff Wien“ vom 9. bis 10. Oktober in der Marx Halle statt.**

Der Weg ist das Ziel

Nachdem Familie, Freunde und selbst der Hund von Markus Dormayer den „Gustl“ verkostet haben, war der „Leverkas“ bereit – und wurde Ende August auf der „Veganmania“, der veganen Messe auf der Wiener Donauinsel präsentiert. Der Erfolg dort war enorm. Die langen Warteschlangen vor dem witzigen Fahrradmobil, dem Foodbike der „Pflanzerei“, waren mehr als ein Beweis dafür, dass der Kas einer guten Zukunft entgegenseht. Einige, ebenfalls neu aufgestellte Mitbewerber, haben sich schwer getan – hier hielten sich Wartezeiten und wohl auch Geschmack in Grenzen.

Der Weg bis dahin war natürlich von Herzblut und Stress gekennzeichnet. Ohne weitere Unterstützung hätte Gustl vielleicht nicht so bald das Licht der Welt erblickt. Aber die Ideengeberin Nadine Ruedle suchte und fand Förderer, die die nötige Unterstützung boten, wie etwa bei „greenstart“, der Start-up-Initiative des Klima- und Energiefonds. Eine Fachjury wählte „Die Pflanzerei“ in die Runde der zehn förderungswürdigen Projekte. Damit konnte Ruedl ein Startkapital von 10.000 Euro ergattern. Ausschlaggebend für den Zuschlag war, dass bei der Herstellung der veganen Wurstprodukte der CO₂-Fußabdruck gegenüber tierischen Varianten zwischen 78 % und 89 % reduziert werden kann. Gleichzeitig kommen auch regionale Rohstoffe zum Einsatz und damit wird auch die heimische Landwirtschaft eingebunden. Nicht nur die Herstellung des veganen Lebensmittels sind Ruedl und Dormayer wichtig, es wird auch auf andere „Kleinigkeiten“ geachtet, wie etwa die Servietten, in der eine Leverkas-Semmel eingewickelt wird, die ebenfalls nachhaltig hergestellt werden. Selbst beim mittlerweile gefragten T-Shirt „Ungustl“ wird auf Nachhaltigkeit und faire Produktion gesetzt.



Damit weiterhin Förderungen fließen können, bedeutet das, hunderte Stunden aufzuwenden, um Anträge und Businesspläne zu schreiben, wofür die studierte Betriebswirtin Ruedle aber ein Händchen hat. So wurde auch Geld beim Förderprojekt „Re:Wien“ lukriert. Mittlerweile geht der Blick auch über die Grenzen hinweg, so wurde beim Berliner Verein „ProVeg“ um Unterstützung angesucht, damit können auch Kontakte zu internationalen Experten und Ressourcen geknüpft werden.

Ein Gustl kommt selten allein

Doch der Weg ist noch nicht am Ende. Dormayer und Ruedl sind schon wieder am probieren und entwickeln bereits nächste Spezereien. „Ich hoffe, dass ich demnächst die ‚vegane Weiswurst‘ perfekt hinkriege, allein es fehlt mir an Zeit“, plaudert der Fleischermeister aus der Produktion und verrät auch gleich, dass im Hinterkopf schon Rezepte für vegane Bratwürstl & Co schlummern. Auf jeden Fall werden in den nächsten Monaten diverse Lebensmittelmesse mit dem Foodbike angefahren (nächster Termin siehe oben). Zugleich gibt es schon Interessenten, die für die „Pflanzerei“ aufs Radl steigen und den „Gustl“ unter die Leute bringen möchten. Außerdem, aber darüber wird noch nicht einmal hinter vorgehaltener Hand etwas verraten, hat auch der Handel schon großes Interesse signalisiert. „Für uns ist es wichtig, ein Vertriebsnetz in Gang zu bringen und wir planen demnächst auch einen Pop-up-Store in Wien sieben zu bespielen“, verrät Ruedl.

Auf alle Fälle geht somit das Fleischerhandwerk in neue, spannende Zeiten. Und Markus Dormayer zeigt erfolgreich vor, welchen schmackhaften und erfolgreichen Perspektiven all seine Kollegen entgegen sehen dürfen. Bravo! *Andrea Pascher* ■



Die Pflanzerei –
die vegane Metzgerei in Wien
M nadina.ruedl@die-pflanzerei.at
W <https://die-pflanzerei.at>

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



Der österreichische Weg für mehr Genuss: Der Verein Österreichische Weidegans bietet eine gute Alternative zur importierten Mastgans. Fleisch & Co-Autor Matthias Mayr hat mit Obfrau und Bäuerin Heidi Hebesberger gesprochen.

GANS REGIONAL: WIE DIE ÖSTERREICHISCHE WEIDEGANS DER IMPORTWARE DEN KAMPF ANSAGT

Heidi Hebesberger ist nicht nur selbst Ganslbäuerin aus Oberösterreich, sondern auch Obfrau des Vereins „Österreichische Weidegans“ und schafft eine österreichische Alternative zu importierten Mastgänsen. Der österreichische Weg wird dabei konsequent weitergedacht und neben der Vermarktung des ganzen Tieres inklusive Daunen, ist mit der eigenen Bruterei und Elterntierherden auch die Vorproduktion regional.

1992 ... ein Wirtshaus und eine Handvoll Pioniere

Die Österreichische Weidegans wurde auf Initiative der Landwirtschaftskammer Oberösterreich und der Bezirksbauernkammer Freistadt als alternative Grünlandnutzung ins Leben gerufen. Dem Ruf zur ersten Versammlung folgten damals nur eine Handvoll Bäuerinnen und Bauern und ein Betrieb hat begonnen. Aber Oberösterreich

war für den Projektstart trotz des verhaltenen Starts eine Bank. „Auf jedem Hof in Oberösterreich hatte man früher Gänse, bis in die 70er-Jahre“, erzählt Heidi Hebesberger (*im Bild oben rechts*) über die Tradition der Gans. „Die Gans war ein Hochzeitsgeschenk ... wegen der Daunen und der Bettwäsche für das Brautpaar“, beschreibt die Obfrau die lang gehegte Tradition im Lande.

So ist es auch, dass rund 50 Prozent der aktuell knapp 300 Mitgliedsbetriebe, aus Oberösterreich stammen. „Mittlerweile decken wir aber ganz Österreich ab“, hält die umtriebige Ganslbäuerin stolz fest.

Weidegans vs. Mastgans

Den wohl größten Unterschiede der österreichischen Weidegans zu ihrer Konkurrenz rund um Martini und Weihnachten, machen die Haltung und das Futter aus. Die Österreichische Weidegans muss auf der Weide gehalten werden und die Basis ist das

Grünland. So kommt es auch, dass rund 100m² pro Gans benötigt werden, je nach Ertragskraft und Niederschlagsmenge.

Die Mastgänse jedoch sind nur bedingt im Auslauf zu finden und werden hauptsächlich mit Mais gefüttert. Und auch die Aufzucht ist unterschiedlich: So lebt die österreichische Weidegans rund 20 bis 25 Wochen und die importierte Konkurrenz nur rund zwölf Wochen. „Die Österreichische Weidegans hat einen ausgeprägteren Geschmack, ein besseres Aroma und es bleibt mehr in der Pfanne“, hält Heidi fest. Sie spricht damit die geschmacklichen Vorzüge und beste Qualität in der Küche an.

Elterntiere, Bruterei, Kooperation und Daunenvermarktung

Neben diesen Eigenschaften zählt auch der konsequente österreichische Weg vom Elterntier bis zum Mitgliedsbetrieb. Der Verein setzt hier nicht nur bei der Weidegans an,



sondern hat in den letzten 20 Jahren bereits viele weitere Schritte erfolgreich umsetzen können.

Das wohl Beachtlichste ist die Vorproduktion auch ins Land zu holen. So ist, neben zwei Elterntierherden, auch eine Brüterei für die Mitgliedsbetriebe im Einsatz. Eine junge oberösterreichische Familie hat eine Klein-Brüterei übernommen und auf die Anforderungen der Weidegans abgestimmt. Im Zusammenspiel mit den Elterntierbetrieben entsteht so ein großes Stück Unabhängigkeit und Qualität für die Mitglieder. Die Gössel sind somit komplett aus österreichischer Wertschöpfung und der Weg ein schneller und direkter zum Mitgliedsbetrieb.

Bereits von Beginn an wurde die Kooperation unter den Höfen forciert. „Obwohl wir speziell in Oberösterreich mittlerweile viele regionale Ganslbauern haben, sehen wir uns nicht als Konkurrenten“, spricht Heidi über die Stimmung innerhalb der Gänseriege. So werden auch Gemeinschaftsschlachtanlagen betrieben und zur Verfügung gestellt.

„Unser Ziel war immer das ganze Tier zu verwerten und das schaffen wir jetzt!“, fasst Heidi ein weiteres Erfolgsprojekt zusammen. Auf ihrem eigenen Hof hat sie eine eigene Trocknungsanlage für die Daunentrocknung entwickelt. Die Anlage steht auch den Mitgliedern zur Verfügung und sie können so aus den eigenen Daunen mit diesem Trocknungs- und Ausscheidungsverfahren hochwertige Daunenprodukte wie Decken und Polster herstellen lassen. So kann der kleine Hof entweder seine vormaligen Schlachtabfälle verkaufen oder selbst Produkte daraus herstellen lassen und vermarkten.

Weidegans: Dreh- und Angelpunkt

„Unsere Betriebe vermarkten regional, aber mit der Homepage haben wir eine Anlaufstelle, um überhaupt zum Bauern zu finden“, beschreibt Heidi auch zugleich eine wichtige Arbeit des Vereins – die Kommunikation. Mit knapp 300 Mitgliedern hat man eine beachtliche Größe erreicht und so steht

Wachstum nicht an erster Stelle. Neben einer steigenden Qualität soll vor allem eine bessere Direktvermarktung forciert werden und die Kommunikation, auch online, in den Fokus rücken. „Wir haben die beste Beratung am Hof und können Rezepte mitgeben und stehen für unsere Qualität ein – im Geschäft findest du da nichts“, stellt die Obfrau die Vorteile der Ab-Hof-Vermarktung ins Rampenlicht. Auf der Homepage finden sich neben Rezepten und aktuellen Imagefilmen, somit auch die direkten Kontakte zu den regionalen Gansln in ganz Österreich.

Heidi Hebesberger strotzt vor Energie und Motivation für „ihre“ Betriebe und die eigenen Gansln. In den letzten Jahrzehnten wurde viel erreicht und eine österreichische Alternative zur Importware geschaffen und so nennt sie auch die einfachste Methode, um für noch mehr Regionalität zu sorgen und Menschen zum Denken anzuregen: „Den Wirt fragen – wo ist das her?“

Matthias Mayr ■

Österreichische Weidegans. Heidi Hebesberger
A 4542 Nussbach **T** 07587/83 21
W www.weidegans.at

Kleiner Anzeiger

Wir suchen einen Verkäufer

Zur Erweiterung unseres Vertriebsnetzes suchen wir einen Verkäufer für das Peböck Produktprogramm – Desinfektions-, Reinigungs- und Waschanlagen, im Gebiet Westösterreich und Süddeutschland. Verdienstmöglichkeit mit Provision € 5.000–€ 7.000. Eigener Pkw wird zur Verfügung gestellt. Ihre schriftlichen Bewerbungen an Peböck Group h.peboeck@peboeck.at

Produktion

Reparaturen Pökelinjektor Günther Vorschubkupplung Pumpeneinheit – usw-impella 0664/10 30 121.

Mehr Kutter- und Cliptechnik




Inserieren Sie im Kleinanzeiger und werben Sie für wenig Geld.
Tanja Braune • T +43 676 634 27 07 • E office@dieschnatterei.com

Termine

14.–16. 9., Wien

Der Bauernmarkt Kulinarische Vielfalt der heimischen Landwirtschaft zum Kosten & Netzwerken. Am Hof, Wien 1
www.bauernmarkt-amhof.at

15. 9., online

Grüne Lügen, böse Folgen
Eine Diskussion über Greenwashing, Ökomythen und darüber, was das Klima wirklich rettet. Ein Veranstaltung des VKI <https://vki.at>

21. 9., Klagenfurt

Eröffnungsfeier Der Fleischerverband feiert die Eröffnung des neu errichteten Geschäftsgebäudes in Klagenfurt.
www.fleischerverband.at

4. & 5. 11., online

ZeroMeat – virtuelle Kongressmesse zum Thema Fleischersatz
ZeroMeat.digital bietet Fleischersatzprodukten eine interaktive B2B-Plattform. Hier können sich interessierte Branchen-Player im Rahmen einer Webkonferenz mit Vorträgen und Workshops interaktiv austauschen.
<https://zeromeat.digital>

13. & 14. 11., Wieselburg

Bio Österreich
Die 7. Ausgabe der beliebten Spezialmesse für Produkte und Nachhaltigkeit.
www.messewieselburg.at

18. 11., Wien

Tech Day 2021
Mehr als 170 führende Vertreter des heimischen Handels sowie der Tech- und Start-up-Szene diskutieren über eCommerce-Shopsysteme, neueste Payment-Trends, Omnichannel-Lösungen, Blockchain, AI, ...
www.handelsverband.at



EINE GANZ BESONDERE SÜFFA

Die Fachmesse findet von 18. bis 20. September 2021 statt: Die Organisatoren erwarten einen hohen Anteil an Entscheidern und gute Investitionslaune.

Das Süffa-Jubiläum kommt mit Verspätung, aber es kommt. Vom 18. bis 20. September ist es endlich so weit, dann können alle Profis der Fleischbranche bei der 25. Ausgabe der erfolgreichen Stuttgarter Fachmesse wieder richtig durchstarten. Veranstalterin und Partner:innen sind sich einig: Die Süffa nimmt in diesem Jahr eine wichtige Sonderstellung ein – mit Riesenchancen für alle Teilnehmenden, denn insgesamt ist die Branche bislang gut durch die Corona-Zeit gekommen.

Breites Themenspektrum

Die Mischung macht's: Seit ihrer Erstveranstaltung habe sich die Messe einerseits durch Kontinuität ausgezeichnet, aber auch immer „mit dem Markt bewegt“, sagt Projektleiterin Sophie Stähle. „Dabei war es stets unser Anspruch, das gesamte Themenspektrum vom traditionellen Handwerk bis zur Großproduktion abzudecken.“ Das Angebot der 135 ausstellenden Unternehmen in den Messehallen spannt erneut einen weiten Bogen: Arbeits- und Betriebstechnik, Rohstoffe und Halbfabrikate, Küchentechnik, Lebensmittelsicherheit und Hygiene, Verkaufsförderung und Werbung, Nahrungsmittel und Getränke oder Dienstleistungen – Neues und Bewährtes, eine Fülle von Informationen sowie reichlich Gelegenheit zum fachlichen Austausch.

Tipps für die betriebliche Praxis

Spannende Impulse und wertvolle Praxistipps bietet das Rahmenprogramm mit den beliebten Süffa-Specials. Dazu gehören „Süffa-Dauerbrenner“ wie der Tag der Metzgerfrauen oder die Bühne für Trends und Neues, aber auch Sonderschauen und Themenbereiche. Sie bieten neben passendem Equipment, Rohstoffen oder Gewürzen viele professionelle Anregungen und Know-how. Das BBQ-Areal etwa trägt einem Trend Rechnung, der in den vergangenen Pandemie-Monaten vielerorts für steigende Umsätze gesorgt hat. Daneben setzt die Süffa 2021 mit den Themen Hof- und Weidenschlachtung, Feinkost sowie Wild & Jagd weitere Schwerpunkte für findige Metzger:innen, die ihr Angebot erweitern möchten. Gerade das Zusatzgeschäft Wild verfüge über hohes Wachstumspotenzial, meint Samuel Golter vom Landesjagdverband Baden-Württemberg: „Die Kunden sind sehr anspruchsvoll, wollen frische regionale Ware statt Massenfleisch. Wildprodukte aus heimischen Wäldern stehen darum zunehmend hoch im Kurs.“ Ein bisschen Nervenkitzel darf schließlich auch nicht fehlen: Täglich knistert die Spannung bei den vom Landesinnungsverband ausgelobten Süffa-Qualitätswettbewerben. Die dort vergebenen Preise sind begehrte Gütesiegel und wirksame Instrumente in der Kundenkommunikation.

Weiterbildung mit Weitblick

Erstmals veranstaltet die „allgemeine fleischer zeitung“ auf der SÜffa die „afz Akademie“, die spannenden Austausch und Weiterbildung mit Weitblick verspricht. Am Samstag, 18. September, referieren hochkarätige Expert:innen und erfahrene Praktizierende über zeitgemäße Erfolgsbausteine wie bäuerliche Fleischqualität, Veredelung, Online-Vermarktung und – in einem Praxisvortrag mit Live-Zerlegung – über Fleischkompetenz im Gespräch mit der Kundschaft.

Sichere Messeteilnahme

Sorgen um die eigene Gesundheit brauche man sich bei einem SÜffa-Besuch nicht zu machen, versichert Andreas Wiesinger, Mitglied der Geschäftsleitung der Messe Stuttgart. „Der Gesundheitsschutz von Besucher:innen, Aussteller:innen und Mitarbeiter:innen steht an oberster Stelle. Dazu haben wir in enger Kooperation mit den Behörden ein tragfähiges Durchführungskonzept erstellt, das laufend mit den geltenden Vorschriften abgeglichen wird und bei Bedarf flexibel reagieren kann.“ Das hauseigene Signet „SAFE EXPO“ fasst zahlreiche ineinandergreifende Sicherheits- und Hygienemaßnahmen zusammen. Neben Online-Ticketing und einer intelligenten Besucher:innen-Führung ermöglichen die Einhaltung der sogenannten 3G-Regeln, moderne Lüftungstechnik oder eine allgemeine Maskenpflicht den Messebetrieb in Corona-Zeiten. Wiesinger: „Wir sehen einem reibungslosen Ablauf der SÜffa zuversichtlich entgegen. Alle Messeteilnehmenden können sich auf ein ungetrübtes Messeerlebnis freuen!“ ■



BEREITS ZAHLREICHE ZUSAGEN ZUR ANUGA

Der Messeherbst kann sich sehen lassen. Bereits rund 4.000 Unternehmen aus 91 Ländern haben ihr Kommen zur diesjährigen Anuga zugesagt. Die Leitmesse für globale Ernährungswirtschaft findet von 9. bis 13. Oktober in der Rheinmetropole Köln statt.

Die Anuga 2021 steht in den Startlöchern und spielt gemeinsam mit der SÜffa eine entscheidende Rolle für einen erfolgreichen Re-Start des Marktes. Zugleich setzt die Weltleitmesse für Lebensmittel und Getränke auch konzeptionell neue Maßstäbe: Mit der „Anuga@home“ verknüpft die Weltleitmesse die großen Stärken einer physischen Veranstaltung mit zukunftsweisenden digitalen Möglichkeiten. Der hybride Ansatz ermöglicht es den Fachleuten der Ernährungsbranche, attraktive Messeauftritte und Produkte zu entdecken und über innovative Kanäle mit relevanten Ansprechpartnern in Kontakt zu treten.

Die Veranstalter zeigen sich zufrieden: Bereits rund 4.000 Unternehmen aus 91 Ländern haben per Ende August ihr Kommen für die diesjährige Messe, die von 9. bis 13. Oktober in Köln stattfindet, zugesagt. Ein umfassendes Hygienekonzept soll für Sicherheit sorgen.

Trends und Innovationen im Blick

Unter dem Leitthema „Transform“ greift die Messe für Lebensmittel und Getränke in diesem Jahr wegweisende Zukunftsthemen auf und präsentiert u. a. Innovationen aus dem Bereich zellbasierter Proteine, Fleischersatzprodukte, Clean Label, Free From, Health sowie Functional Foods. Auch die Kongresse, die im Rahmen der Messe stattfinden, knüpfen an das Leitthema an. So feiert die New Food Conference mit einem Fokus auf zellbasierte Proteine in diesem Jahr ihre Anuga-Premiere. Darüber hinaus beleuchtet die Nachhaltigkeitskonferenz des Zentrums für Nachhaltige Unternehmensführung (Forschungsinstitut in der Fakultät für Wirtschaft und Gesellschaft der Universität Witten) die Komplexität der Nachhaltigkeitsherausforderungen entlang der Lieferkette. Der Innovationsgipfel Newtrition X. greift Themen des Wandels auf und gibt Einblicke in neue Erkenntnisse aus der personalisierten Ernährung. ■





„ARBEITSSCHUTZ LOHNT SICH!“

Sicherheitsexperte Dr. Oliver Polanz im Interview über die Bedeutung von Prävention und die praktische Umsetzung von Maßnahmen in Unternehmen

Arbeitsschutz geht Hand in Hand mit Prozessoptimierung und zahlt sich so gleich doppelt aus: Das wird von einer internationalen Studie bestätigt, die einen Return on Prevention von 2,2 ermittelt hat. In der Praxis bedeutet das: Ein in die Prävention investierter Euro beschert Unternehmen einen Erfolg in Höhe von 2,20 Euro – in Form von einem Plus an Sicherheit und Effizienz sowie von niedrigeren Kosten für Un- und Ausfälle.

Wie wichtig Prävention für Betriebe ist, betont auch Dr. Oliver Polanz (*im Bild oben*), der Leiter für Arbeits-, Gesundheits-, Umweltschutz und Qualitätsmanagement (HSEQ) beim Multitechnik-Dienstleister SPIE Deutschland und Zentraleuropa. Im folgenden Interview gibt er Tipps für die praktische Umsetzung von Arbeitsschutzmaßnahmen. Ihm kommt es dabei vor allem auf einen gut geführten Dialog mit den Mitarbeitenden und auf die enge Zusammenarbeit mit Herstellern wie etwa der Günzburger Steigtechnik an. Das Familienunternehmen aus Bayern gilt als Innovations- und Technologieführer für Steigtechniklösungen und hat bereits mehrfach neue Ideen für

SPIE im Bereich Arbeitsschutz umgesetzt – etwa den Desk-Surfer, die steckbare Plattformleiter und die Stufen-Baugrubenleiter.

Fleisch & Co: Warum ist Arbeitsschutz so wichtig für Unternehmen?

Dr. Oliver Polanz: „Jeder Arbeitsunfall ist einer zu viel, denn er kann massive Auswirkungen auf das Privatleben haben und großes persönliches Leid für das Unfallopfer bedeuten. Für mich muss beim Arbeitsschutz deshalb immer der Mensch an erster Stelle stehen. Daher basieren bei SPIE alle Maßnahmen auf unserer Fürsorgepflicht gegenüber den Mitarbeitenden, den Kunden, Nachunternehmern und auch gegenüber unbeteiligten Dritten. Mit guter Prävention nehmen wir als Unternehmen aber nicht nur unsere soziale Verantwortung wahr, sondern wir beeinflussen auch unseren wirtschaftlichen Erfolg. Zum Beispiel konnten wir die Unfallhäufigkeit in den vergangenen sieben Jahren durch unterschiedliche Maßnahmen um über 55 Prozent reduzieren und auch die Kosten für Ausfälle sind um fast die Hälfte gesunken. Das ist ein toller Erfolg und zeigt, dass sich Arbeitssicherheit in jeder Hinsicht lohnt.“

Auch eine Studie zur Berechnung des sogenannten Return on Prevention kommt ja zum Ergebnis, dass sich Investitionen finanziell doppelt auszahlen. Würden Sie das so bestätigen?

„Ich bin der festen Überzeugung, dass ein gut geplanter Arbeitsschutz wenig bis gar keine Mehrkosten verursacht. Dabei ist natürlich enorm wichtig, dass an Arbeitsschutz wirklich von Anfang gedacht und dass er in jedem einzelnen Arbeitsschritt berücksichtigt wird. Ist das der Fall, dann können sich die Investitionen natürlich auch in betriebswirtschaftlicher Hinsicht auszahlen, denn Arbeitsschutz geht immer Hand in Hand mit Prozessoptimierung. So haben wir bei SPIE die Arbeitsabläufe an vielen Stellen nicht nur sicherer, sondern eben auch effizienter gemacht – unter anderem durch eine ganze Reihe an Neuentwicklungen. Ein Beispiel ist die mobile Plattform Desk-Surfer, die die Günzburger Steigtechnik für uns umgesetzt hat. Wir sind hier mit unserer Idee auf offene Ohren gestoßen und haben gemeinsam eine Lösung entwickelt, die das Unterfahren von Einbauten wie Schreibtischen ermöglicht und so einen sicheren Stand für die Plattform gewährleistet.“

Der Desk-Surfer macht Arbeiten an den technischen Einrichtungen in der Zwischendecke so sicher und einfach wie nie zuvor. Hier zeigt sich ganz klar: In der Praxis bedeutet die Umsetzung von Arbeitsschutzmaßnahmen oft auch eine deutliche Zeitsparnis sowie Kostenersparnis.“

Sie verstehen Arbeitsschutz also als Managementprozess?

„Ein gut implementierter Arbeitsschutz wirkt sich auf alle Bereiche aus. Er erhöht die Sicherheit, die Effizienz sowie die Qualität der Arbeit und außerdem steigert er auch die Motivation der Beschäftigten – übrigens völlig unabhängig von der Größe eines Unternehmens. Um diese Effekte erzielen zu können, müssen die betrieblichen Prozesse von Anfang an gut durchdacht sein. Nur so werden Gefährdungen überhaupt erkannt und nur so können geeignete Maßnahmen ergriffen werden. Ganz wichtig ist, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in diese Prozesse mit eingebunden werden. Ihr Vor-Ort-Know-how ist entscheidend für die gelungene Umsetzung von Arbeitsschutz.“

Wie sieht eine ideale Umsetzung von Arbeitsschutz in der Praxis aus?

„Die ideale Umsetzung von Arbeitsschutz hängt ganz entscheidend von der Kultur in einem Unternehmen ab. Wie bereits gesagt, kommt es darauf an, dass alle Beteiligten – Mitarbeitende, Führungskräfte, aber auch die Hersteller von Hilfsmitteln und Werkzeugen – ein gutes Verständnis von Arbeitssicherheit haben. Dieses wird durch verschiedenste Maßnahmen erreicht. Ein Muss sind für mich leicht verständliche Handlungsanweisungen, die optimal an die Zielgruppen angepasst sind. So erfahren die

Kolleginnen und Kollegen vor Ort einfach und schnell, wie sie Arbeitsschutz in der Praxis umsetzen sollen. Nur so kann ihre Einstellung gegenüber Arbeitsschutz nachhaltig positiv beeinflusst werden. Dabei geht es übrigens nicht darum, ob die Vorgaben überhaupt umgesetzt werden – das ist bei uns selbstverständlich. Es muss vielmehr um das ‚Wie‘ gehen.“

Welche Rolle spielen hier Sicherheitsexperten wie Sie?

„Die Schnittstelle liegt bei den sogenannten Gefährdungsbeurteilungen, die vom europäischen Recht gefordert und von den Führungskräften mithilfe der Arbeitsschutzexperten umgesetzt werden müssen. Leider werden sie oft als notwendiges Übel betrachtet. Das ist schade, denn ich sehe darin eher eine große Chance, individuelle Schutzmaßnahmen entwickeln zu können. Wir Sicherheitsexperten dürfen dabei meiner Meinung nach nicht als Kontrolleure auftreten, sondern eher als Berater für das Unternehmen. Dazu gehört, dass wir über unseren Tellerrand hinausblicken, ein Ohr für die Führungskräfte und die Themen im Unternehmen haben, aber genauso auch das Marktumfeld verstehen. Nur so kann eine Umsetzung von Arbeitsschutz auf Augenhöhe gelingen. Es ist unsere Aufgabe, neue technische Maßnahmen zu recherchieren und zu entwickeln, dafür arbeiten wir bei SPIE zum Beispiel eng mit Behörden, Partnerunternehmen und Herstellern zusammen – wie eben auch bei der Entwicklung des Desk-Surfers.“

Können Sie Beispiele für gelungene Arbeitsschutzmaßnahmen nennen?

„Bewährt hat sich unter anderem unsere Kooperation mit der Günzburger Steigtechnik, die beim Arbeitsschutz wirklich ein toller Partner ist. Wir haben zum Beispiel auch zwei Leitern gemeinsam realisiert: Eine davon, die steckbare Plattformleiter, lässt sich flexibel an unterschiedliche Einsatzzwecke anpassen. Sie ist für eine Person leicht zu handhaben und kann von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auch in kleinen Servicefahrzeugen optimal transportiert werden. Weil unsere Belegschaft außerdem in Gräben bis zu zwei Meter Tiefe arbeitet, haben wir zudem eine Stufen-Baugrubenleiter entwickelt. Die Arbeitssicherheit hat sich so deutlich verbessert, denn zuvor mussten die Kolleginnen und Kollegen hier oft komplett ohne Hilfsmittel auskommen. Beide Leitern basieren übrigens auf Anregungen unserer Belegschaft.“

Ich kann nur jeder Führungskraft raten, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zuzuhören. Es lohnt sich, in den Dialog zu gehen. Denn die besten Ideen kommen von denen, die täglich im Einsatz sind und Herausforderungen aus erster Hand kennen. Es müssen nicht immer große Neuerungen sein. Oft genügen schon kleine Änderungen, um Prozesse sicherer zu machen.“

Handlungsanweisungen und sichere Hilfsmittel hin oder her – am Ende muss der Arbeitsschutz gelebt werden. Wie motivieren Sie Ihre Belegschaft die Maßnahmen umzusetzen?

„Wir müssen es den Kolleginnen und Kollegen so einfach wie möglich machen. Bei SPIE verfolgen wir deshalb einen Ansatz, der sich stark am Marketing orientiert. Konkret bedeutet das: Unsere Vorgaben werden an die Zielgruppen angepasst, sie basieren auf den Begebenheiten vor Ort und werden in die Sprache unserer Mitarbeitenden übersetzt. Wir verzichten komplett auf Rechtsbezüge und halten die Handlungsanleitungen so kurz und prägnant wie möglich. Bei einigen Themen haben wir so schon Erfolge erzielt: Zum Beispiel arbeiten wir teilweise mit QR-Codes, die direkt an den Anlagen angebracht sind. Die Kolleginnen und Kollegen vor Ort werden über den Code zu einem Video geführt, das ihnen die effiziente und vor allem sichere Wartung Schritt für Schritt erklärt. Erfolgreich ist Arbeitsschutz dann, wenn er die Belegschaft auf allen Hierarchieebenen erreicht.“ ■



Räuchern-Garen-Reifen

ist unsere Passion

Größte Auswahl an überholten Anlagen aller Fabrikate für Handwerk u. Industrie.

Aktuelles Angebot:



FESSMANN TURBOMAT 1800

FESSMANN TURBOMAT 1900

FESSMANN TURBOMAT 3000

FESSMANN div. Klima-Reifeanl.

REICH FoodSystems GmbH

73660 Urbach T +49 7181 990953

info@reich-foodsystems.com

www.reich-foodsystems.com



Besonders unter speziellen klimatischen Bedingungen wie im Kühlhaus oder bei hohen Temperaturen verhindert das Membransystem der Topaz Mehrweg-Masken eine Durchfeuchtung und den damit verbundenen Verlust der Schutzwirkung.

MEHRWEGMASKEN REDUZIEREN DURCHFEUCHTUNG

Besonders bei höheren Temperaturen und in speziell klimatisierten Arbeitsbereichen wie im Kühlhaus kennen Maskenträger vor allem ein Problem: Bei herkömmlichen Produkten durchfeuchten Atemluft und Schweiß das Material besonders schnell. Die Maske muss dann häufig gewechselt werden, um ein unangenehmes Feuchtegefühl im Gesicht und vor allem aber den Verlust der Schutzwirkung zu vermeiden. Mit einer speziellen Membrantechnologie reduziert die Trans-Textil GmbH dieses Risiko erheblich und bietet als deutscher Hersteller mit ihren waschbaren OP-Masken ein öko-

logisch verantwortungsvolles Medizinprodukt im Mehrwegsystem an.

Weniger Abfall

Dabei kommt das Prinzip, ein viren- und flüssigkeitsdichtes Membransystem in einen Textilverbund (Laminat) einzubringen, aus der Medizintechnik. Seit vielen Jahren fertigt Trans-Textil am Standort Freilassing in Bayern solche waschbaren Hightech-Materialien, die etwa in Mehrweg-OP-Mänteln international im Einsatz sind. Diese Technologie kommt auch bei den „Topaz Mehrweg-Mund-Nasen-Schutzmasken“ zum Tragen. „Das Waschen von

Masken ist ein Beitrag zur Kreislaufwirtschaft und zur Reduktion von Abfall, den wir alle während der Pandemie millionenfach praktiziert haben“, erläutert Geschäftsführer Matthias Krings.

Innovatives Filterprinzip

Mit der Membrantechnik reduziert Trans-Textil nicht nur die Durchfeuchtung drastisch, sondern erfüllt mit seinen Masken auch die Anforderungen an ein zugelassenes Medizinprodukt nach der internationalen Norm EN 14683. Der Typ IIR steht bei der waschbaren OP-Maske zudem für die höchste Stufe der Bakteriellen Filter-

leistung sowie den entsprechenden Spritzwiderstand von außen. Die Barriere der Membrane wirkt dabei rein mechanisch, sodass keine zusätzlichen chemischen Stoffe auf die Oberfläche aufgebracht werden müssen.

Zusätzlich bestätigt die Zertifizierung nach Standard 100 by Oeko-Tex in der höchsten Produktklasse I die humanökologische Unbedenklichkeit auf dem Niveau von Baby-Bekleidung. Die Barrierewirkung ist zudem permanent und benötigt keine elektrostatische Aufladung – ein Vorteil im längerfristigen Gebrauch sowie für die Transport- und Lagerfähigkeit.

www.trans-textil.de ■

QUALITÄT UND HYGIENE HABEN IMMER PRIORITÄT

Salesianer bietet passende Lösungen für fachgerechte Berufsbekleidung in der Lebensmittelindustrie.

Food-Artikel legen einen langen mit vielen Anforderungen gepflasterten Weg zurück. Dabei sind viele Hürden heutiger Qualitäts- und Hygienekriterien zu nehmen, die auch die Berufsbekleidung betreffen. Dazu sollen die Bekleidungsstücke auch angenehm zu tragen und funktionell sein. Das österreichische Familienunternehmen Salesianer bietet passende Lösungen für die Lebensmittelbranche und stellt regionale Wäschbearbeitung und Kundenbetreuung sicher.

Normkonformes Service

Der gesamte Reinigungsprozess bei Salesianer ist exakt auf die Erfordernisse der jeweiligen Kleidungsstücke abgestimmt und basiert auf einem Hygienemanagement unter den strengen Kriterien der Österreichischen Gesellschaft für Hygiene, Mikrobiologie und Präventivmedizin sowie dem RABC-Hygienemanagementsystem zur Aufbereitung von Textilien aus dem Lebensmittelbereich. Damit sind alle Voraussetzungen für ein er-



folgreiches Audit im Bereich Berufsbekleidung für Salesianer Kunden garantiert.

Außerdem setzt das Miettextil-Unternehmen sehr auf Nachhaltigkeit und arbeitet mit sensorgesteuerten Technologien, die ressourcen- und umweltschonend

arbeiten. Aber auch bei der Konfektionierung wird auf wichtige Details geachtet. So schützen innen liegende Taschen und reißfeste Druckknöpfe aus Metall vor Abriss und bieten zusätzliche Sicherheit, da Metallknöpfe detektierbar sind. www.salesianer.at ■



LEBENSMITTELAKADEMIE
des österreichischen Gewerbes



Sind Sie bereit für neue Herausforderungen? Möchten Sie in Zukunft in Sachen Hygiene selbst die Nase vorne haben? Dann ist eine Ausbildung zum Hygienemanager im Lebensmittelbereich genau das Richtige für Sie oder Ihren Betrieb.

HYGIENEMANAGER IM LEBENSMITTELBEREICH

Nach erfolgreicher erster Kursserie im Vorjahr bietet die Lebensmittelakademie auch heuer die wichtige Ausbildung zum Hygienemanager im Lebensmittelbereich an. Bestehend aus sechs unterschiedlichen Modulen bietet der Kurs

eine fundierte Ausbildung im Umgang mit den neuen Rechtsvorschriften für den Lebensmittelbereich. Die Teilnehmer lernen das theoretische Grundwissen zu den Themen Mikrobiologie, Schädlingskontrolle und Hygiene und erstellen in praktischen Übungen HACCP-Konzepte.

Der krönende Abschluss der Ausbildung ist die Prüfung. Nach deren bestehen können Sie selbst als zertifizierter Hygienemanager oder zertifizierte Hygienemanagerin tätig sein. Für Ihren Betrieb bedeutet das eine rechtssichere Unabhängigkeit –, denn schließlich kann nicht jede oder jeder behaupten, selbst Eigenkontrollen nach den Grundsätzen des HACCP-Systems durchführen oder sogar seine eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter schulen zu können. Mit dieser Qualifikation schaffen Sie auf jeden Fall einen Mehrwert für sich selbst und Ihren Betrieb. Übrigens: Eine AMS-Förderung ist bei diesem Kurs möglich!

Geleitet wird der Kurs von Ing. Helmut Lechner, der selbst viele Jahre lang im Bereich der Lebensmittelsicherheit und Lebensmittelhygiene tätig war. Also schnell sein und gleich anmelden unter lm-akademie@wko.at. Die Anmeldung läuft ab jetzt bis inkl. 4. Oktober 2021. Alle aktuellen Informationen zu weiteren Kursen der Lebensmittelakademie finden Sie wie immer online unter: www.LMAkademie.at. Außerdem stehen wir auch jederzeit unter 05 90 900/3634 für Anfragen zur Verfügung. ■

HygienemanagerIn

Ausbildung zum/zur HygienemanagerIn im Lebensmittelbereich

Dieser Kurs bietet eine fundierte Ausbildung im Umgang mit den neuen Rechtsvorschriften für den Lebensmittelbereich. Sie erwerben das theoretischen Grundwissen und erstellen in praktischen Übungen HACCP-Konzepte. Nach positivem Abschluss mittels schriftlicher & mündlicher Prüfung (und mind. 75 % Anwesenheit bei den Kursen) bekommen Sie ein Zertifikat und können selbstständig Hygienemanagementkonzepte und Eigenkontrollen nach den Grundsätzen des HACCP-Systems sowie Mitarbeiterschulungen durchführen.

Modul 1: 18.–21. Oktober

Modul 2: 25., 27.–29. Oktober

Modul 3: 2.–5. November

Modul 4: 8.–11. November

Modul 5: 15.–18. November

Modul 6: 22.–25. November

Ort: Haus der Lebensmittelinnung Wien
1080 Wien, Florianigasse 13

Termine

14. 9., online

Kostenrechnung und Kalkulation

Grundlagen der Betriebswirtschaft mit 100% Praxisbezug!
Trainer: Simona Nemetz, MA
Alle Infos und Anmeldung unter www.LMAkademie.at

28. 9., online

Gute Hygienepraxis und HACCP für den Lebensmittelbereich

„Rechtlich verpflichtende Hygieneschulung gem. EU-VO Nr. 852/2004 über Lebensmittelhygiene.“
Referent: Ing. Helmut Lechner
Alle Infos und Anmeldung unter www.LMAkademie.at

29. 9., online

12. qualityaustria Lebensmittelforum

Agilität und Integrität in Zeiten großer Veränderung.
Anmeldung unter www.qualityaustria.com

29. 9., online

LMIV-Quickie

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

Trainer: Simona Nemetz, MA
Alle Infos und Anmeldung unter www.LMAkademie.at

5. 10., online

BIO-Zertifizierung – leicht erklärt

Ihr effektiver Weg zum Bio-Zertifikat, zur sicheren Bio-Produktion und zu allen notwendigen Informationen.
Referent: Ing. Mag. Joe Ritt
Alle Infos und Anmeldung unter www.LMAkademie.at

20.–26.11., Landshut

Wurst- und Schinkensommelier

Top-Weiterbildung!
Alle Infos: <https://fleischer-schule-landshut.de>

Schüler stellen Thermo- boxen aus Baumrinde her

Salzburger Schüler der HBLA Ursprung stellen Thermoboxen, die sonst aus Styropor produziert werden, aus Holz und gepresster Baumrinde her. Die Kisten können beispielsweise für die gekühlte Lagerung und den Transport von frischen Lebensmitteln wie Fleisch oder Gemüse zum Einsatz kommen. Interesse aus der Wirtschaft gibt es bereits.

Rindermägen helfen beim Plastikabbau

Neue Ergebnisse einer Forschergruppe des Austrian Centre of Industrial Biotechnology (acib) und der BOKU Wien zeigen, dass Bakterien aus Kuhmägen verwendet werden können, um Polyestersorten abzubauen, aus denen u. a. Textilien, Verpackungen und kompostierbare Plastiksackerln gemacht sind. Alle Ergebnisse finden Sie auf www.fleischundco.at.

Ishida's virtuelle Welt

Lebensmittelhersteller können das Sortiment von Wiege-, Verpackungs- und Qualitätskontrollsystemen in einem virtuellen Showroom online erleben. Besonderer Fokus wird auf Konstruktionsmerkmale der Ishida-Anlagen gelegt, die den Lebensmittelherstellern helfen, viele unterschiedliche Herausforderungen an die Verpackungslinie zu meistern. Infos: www.ishidaeurope.com

Innovation aus Finnland

Woodly hat ein transparentes, kunststoffähnliches Material auf Holzzellulosebasis hergestellt. Seit August setzt der finnische Fleischproduzent HKScan auf die Innovation und verpackt seine Grillwürste damit. „Was Woodly von anderen unterscheidet, ist, dass es nicht versucht, Plastik zu ersetzen, sondern es aus nachwachsenden Rohstoffen herstellt.“ <https://woodly.com>

HOCHWERTIGE PRODUKTE ZEITGEMÄSS VERPACKEN

Hersteller von Lebensmitteln stellen sich immer wieder die Frage, mit welcher Verpackungstechnologie die eigenen Produkte am besten verpackt werden können. Um diese Frage zu beantworten, sollen mehrere Faktoren berücksichtigt werden. Auf einer Seite sind Haltbarkeit und Optik der Produkte besonders wichtig, auf der anderen Seite müssen Gesamtkosten durch den Verpackungsprozess berücksichtigt werden.

Studien haben gezeigt, dass eine Schrumpfverpackung durch die hohe Sauerstoffbarriere einen ausgezeichneten Beitrag zur Haltbarkeit leistet. Selbstverständlich ist für eine lange Haltbarkeit eine Grundvoraussetzung, dass die Verpackungsmaschine die zu verpackenden Produkte unter einem möglichst tiefen Vakuum verpackt und die Verpackung perfekt verschließt. Der optimale Zielwert des Vakuums hängt stark von der Produkteigenschaft ab. Rauchwaren sind

trockener als Frischfleisch, was die Evakuierung vereinfacht. Frischer Lochkäse oder ganze Hühner hingegen weisen eine andere Struktur als feste Lebensmittel auf und müssen vorsichtiger evakuiert werden.

Ansprechende Optik ist das A & O

Am Point of Sale kaufen die Endkunden zunächst mit dem Auge. Noch bevor das Produkt gefühlt oder verkostet werden kann, ist eine ansprechende Optik wichtig. Moderne Schrumpfverpackungen stellen das Produkt in den Vordergrund und nicht die Verpackung. Das Produkt bzw. die Verpackung erhält einen handwerklichen Look im Vergleich zu alternativen Technologien. Durch diese Optik der Schrumpfverpackung unterstreicht es die Premiumqualität des verpackten Produkts. Zusätzlich wird durch den Schrumpfprozess die überschüssige Verpackungsfolie auf ein Minimum reduziert. Dies ist gerade in der heutigen

Zeit wichtig, in der Endkunden im Geschäft so wenig wie möglich Verpackung sehen möchten. Das aktuelle Material der Schrumpfbeutel wird aus einer sehr dünnen Folie hergestellt, die dennoch durchstoßsicher ist und eine hohe Barrierefunktion bzw. Dichtigkeit besitzt. Somit ist ein sicheres und ressourcenschonendes Verpacken möglich.

Leistungsstarke Maschinen

Schließlich sind Gesamtkosten bei der Auswahl der optimalen Verpackungstechnologie zu betrachten. Für eine optimale Schrumpfverpackung eignen sich ganz besonders Kammerbandmaschinen in Kombination mit Schrumpftank und Trockner. Einerseits sind diese Maschinen sehr leistungsstark, andererseits in der Handhabung einfach, flexibel und im laufenden Betrieb kosteneffizient. Moderne Schrumpfverpackungen können deshalb auch sehr wirtschaftlich eingesetzt werden, weil die Foliendicke bereits mit etwa 45 µm beginnt. Je dicker die Folie, desto höher der Preis.

In Österreich werden Verpackungsmaschinen der Marke Supervac hergestellt. Das Unternehmen ist seit mehr als 55 Jahren am Markt und stellt Vakuumverpackungsmaschinen, Schrumpf-, Kühl- und Trocknungseinrichtungen, Einfüllhilfen und Lösungen zur vollautomatischen Beutelbefüllung her. „Supervac steht für ästhetisch ansprechende Verpackungen mit maximaler Produktlebensdauer“, sagt Geschäftsführer Alexander Aigner zu den Anforderungen der Maschinen von heute. ■

Supervac ermöglicht ihren Kunden mit neuesten Technologien und nachhaltigem Service durch die Firma Gramiller wettbewerbsfähig und erfolgreich zu sein.



ALLES FRISCH VERPACKT

Laska präsentiert das Programm des deutschen Herstellers Intervac.

Mit dem deutschen Hersteller Intervac hat Laska seit Jahren einen Hersteller von Vakuumkammer-Maschinen im Programm, der höchste technische Präzision und Ausführung gewährleistet. Das Sortiment reicht von kleinen Einkammer-Tisch- und Standmaschinen, Doppelkammermaschinen bis hin zu Bandmaschinen. Ergänzt wird es durch Schrumpftanks, automatische Tauchbecken und Gebläse-Trockensysteme. Beinahe jedes Modell gibt es in unterschiedlichen Größen und Ausstattungsvarianten – es steht daher für jede Betriebsgröße in Gastronomie, Gewerbe und Industrie das ideale System zur Verfügung.

Mit Digitalsteuerung

Alle Verpackungsmaschinen verfügen über eine Digitalsteuerung für ein Höchstmaß an Bedienungskomfort. Standard ist eine Doppelnah-Siegelung. Optional sind eine Trenndrahtsiegelung zur präzisen Trennung des überstehenden Beutelrandes, eine Bi-Aktiv-Siegelung für dicke Folien und Aluminium-Beutel, sowie eine Siegelung mit Druckluft unterstütztem Trennmesser lieferbar.

Durch optionale Begasung wird eine längere Haltbarkeit ohne Gewichts-, Aroma- oder Frischeverlust erzielt. ■

S.A.M. X3 wird auf der SÜFFA in der Halle 5, Stand C50 präsentiert.



SAMPAKS: DAS ERFOLGSKONZEPT IM FRISCHEVERKAUF

Dieses Jahr präsentiert die Kärntner Kuchler-Group zwei der neuesten innovativsten S.A.M.-Produkte auf der SÜFFA in Stuttgart.

FrISCHE Stangenware schneiden, ablegen, in mehrlagigen SamPaks verpacken und appetitlich präsentieren – das gestattet echte Frische in Selbstbedingung und lästige Wartezeiten an den Frischetheken entfällt.

Erfolgskonzept für Frischeverkauf

Ob vollautomatisch oder manuell: Das Schneiden und Verpacken vor den Augen der Kunden schafft Vertrauen in Frische und Qualität. Die einzigartigen SamPaks werden ohne Vakuum, Schutzgas oder Konservierungsstoffe gefertigt. Dank höchster Hygiene und getrennter Lagen – einzeln zu

öffnen – sind sie dennoch deutlich länger haltbar als Aufschnitt in herkömmlicher Papierverpackungen.

Die neueste Geräte-Generation der S.A.M. X-Serie setzt einen Meilenstein: sowohl in der Bedienung – Eingabe nach gewünschtem Gewicht, Preis oder Scheibenzahl ins Touch Tablet genügt, alle weiteren Arbeitsschritte übernimmt das Gerät – als auch im Frischemanagement. ■

S.A.M. KUCHLER Electronics GmbH
A 9020 Klagenfurt, Klatteweg 4-6
T 0463/43 543 W www.sam-kuchler.com

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



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



WIE NACHHALTIG KÖNNEN FOLIEN SEIN?

Folien so nachhaltig wie möglich machen – die Firma Meier Verpackungen beschäftigt sich seit Jahren mit dieser Thematik.

Für den Aufbau ihres nachhaltigen Portfolios an Folienlösungen verfolgt das Unternehmen drei verschiedene Ansätze. Jeder Schritt in Richtung Nachhaltigkeit ist ein guter Schritt. Je nach Anwendungsgebiet der Folien entscheidet sich, ob Reduce, Replace oder Recycle der beste Ansatz ist. So berät die Firma Meier Verpackungen ihre Kunden kompetent bei der Wahl der optimalen und nachhaltigen Folienlösung.

Reduzieren

So dünn wie möglich, so dick wie nötig. Der Einsatz höherwertiger Materialien erlaubt Stärkenreduktionen und somit Gewichts- & Müllreduktionen bei Folien von bis zu 40 %.

Ersetzen

Größtmöglicher Verzicht auf Kunststoff dank Folien aus nachwachsenden Rohstoffen. Hochbarriereausstattung, Tiefziehfähigkeit oder optionales Sichtfenster, unsere Papierfolien bieten 100 % Nachhaltigkeit ganz ohne Kompromisse. Komplettiert wird das Sortiment durch verschiedene Zellulosefolien, die wie Papierfolien vollständig biologisch abbaubar sind.

Recyclen

Mit vollständiger Recyclingfähigkeit Folien ein neues Leben schenken. Monofolien und Polyolefinfolien lösen zunehmend Mehrverbundfolien ab. ■

Meier Verpackungen GmbH
 A 6845 Hohenems, Diepoldsauer Straße 37
 T 05576/71 77-0 W www.meierverpackungen.at

ZWEI IN EINEM: SCHMACHTL PRÄSENTIERT DEN ERSTEN KOMBI-GABELSENSOR GSX

Mit ihrem neuen Kombi-Gabelsensor GSX stellt Schmachtl eine Weltneuheit vor. Diese vereint die Vorzüge der Licht- mit der Ultraschall-Variante. Der neue GSX rundet das Gabelportfolio von Schmachtl ab und eignet sich insbesondere für Etikettiermaschinen in der Verpackungsindustrie.

Die klassische Aufgabe in der Verpackungsindustrie ist das Aufbringen von Etiketten in verschiedensten Formen, Größen sowie Materialien auf Verpackungen mittels Etikettiermaschinen. Voraussetzung für eine präzise Positionierung des Labels ist eine sichere und zuverlässige Erkennung der aufzubringenden Etiketten – selbst bei hohen Bandgeschwindigkeiten. Das ist Aufgabe von Gabelsensoren, welche Sender und Empfänger in einem Gerät vereinen und über eine hohe Betriebssicherheit verfügen. Zudem überzeugen sie durch eine hohe Empfindlichkeit sowie eine einfache Montage ohne Justageaufwand. Bislang bot Schmachtl hierfür zwei Gabelsensor-Varianten: Licht und Ultraschall. Ab jetzt auch eine Kombivariante aus Licht und Ultraschall. Damit erweitert Schmachtl ihr Portfolio um eine Weltneuheit und rundet ihr Portfolio ab.

Weltneuheit GSX14E

Der Gabelsensor GSX ist der weltweit Erste seiner Art, welcher die beiden Detektionsprinzipien Ultraschall und Licht in einem

Gehäuse kompakt kombiniert. Damit vereint er die Vorteile beider Prinzipien und ist sehr flexibel einsetzbar. Er erkennt zuverlässig, schnell und positionsgenau eine hohe Vielfalt von Etiketten, unabhängig von deren Material und Beschaffenheit. Das erhöht den Maschinendurchsatz und vermeidet Stillstandzeiten. Selbst Etiketten aus inhomogenem Cavitated-BOPP-Material lassen sich durch das optische Funktionsprinzip sicher erkennen. Besonders eignet sich der Gabelsensor für Applikationen, in denen verschiedenste Arten von Etiketten erkannt werden müssen. Der Anwender spart damit nicht nur Platz, sondern auch Aufwand und Kosten bei der Montage und Inbetriebnahme. Durch einfaches Einlernen der Etikett-Träger-Kombination über die Teach-Taste kann der neue Gabelsensor schnell und einfach eingerichtet werden. Für alle Objekte ist nur eine universelle Montageposition erforderlich. ■

Schmachtl GmbH
 A 4020 Linz, Pummererstraße 36
 T 0732/76 46-0 W www.schmachtl.at



FlatMap gewinnt Swiss Packaging Award 2021: Ressourcenschonend, lange haltbar, attraktiver Look – Verpackungsneuheit für geslicte Ware.



AUFMERKSAMKEITSSTARKE OPTIK UND WENIGER KUNSTSTOFFEINSATZ

FlatMap heißt das neue Verpackungssystem für geslicte Ware unter Schutzatmosphäre, das soeben den prestigeträchtigen Swiss Packaging Award 2021 in der Kategorie „Convenience“ gewann. Der Schweizer Fresh-Food-Verpackungsmarkt gehört mit Blick auf die Qualität und die Innovation zu den weltweit anspruchsvollsten Märkten!

Sicher und attraktiv

Das neue Verpackungssystem setzt auf geschnittene Fleisch- und Wurstwaren, Käse oder Fisch aufmerksamkeitsstark in Szene. Die geslicten Lebensmittel werden auf einem flachen Produktträger aus gebleichtem oder ungebleichtem Frischfaserkarton platziert.

Dieser ist mit einer polymeren Schutzschicht kaschiert, welche für die notwendige Stabilität sorgt und eine zuverlässige Barriere gegen Fett, Wasser und Sauerstoff bildet. Die Verpackung wird sicher unter Schutzatmosphäre versiegelt und verlängert damit die Haltbarkeit der Produkte. Alle gängigen, für das MAP-Verfahren geeigneten PP-Folien können zur Versiegelung eingesetzt werden. Beim verbraucherfreundlichen Öffnen der Verpackung wird die Oberfolie mit einer gut zu greifenden Peellasse vollständig von der Verpackung abgezogen und später zur weiteren Aufbewahrung wieder glatt über das Produkt gestrichen. Durch die besonders flache Konzeption von FlatMap entsteht eine einzigartige Qualität des Wiederverschlusses, die für eine erstklassige Lagerung im Kühl-

schränk ohne Umpacken – und damit für maximale Frische geschnittener Ware bis zur letzten Scheibe – sorgt.

Das neue FlatMap-System zur Versiegelung unter MAP für Aufschnittware ist ein prozesssicheres Verfahren, das sich mit allen technisch vorbereiteten Sealpac Traysealern der A-Serie realisieren lässt.

Planen, ansehen und verändern

FlatMap steht für außergewöhnliche Möglichkeiten in Sachen Branding, Verbraucherinformation und Präsentation: Das als Produktträger eingesetzte Kartonboard ist auf beiden Seiten hochwertig bedruckbar, bietet damit viel Fläche für Produktinformation und eignet sich ausgezeichnet zur Markenbildung und Verbraucherkommunikation. Die hochwertige, neuartige Verpackung kann hängend, stehend oder liegend im Kühlregal präsentiert werden. Gestaltet in attraktivem Design, lassen sich Wurst, Käse oder Fisch in Scheiben einladend direkt auf dem Kartonträger servieren. Ein weiteres großes Plus des aufmerksamkeitsstarken FlatMap-Systems ist der ressourcenschonende Materialeinsatz.

Im Vergleich zu herkömmlichen MAP-Verpackungen kann mehr als 75 Prozent an Kunststoff eingespart werden. Gleichzeitig wird das Recycling verbessert: Nach der Entnahme der Produkte lässt sich die dünne Kunststoffbeschichtung einfach mit einer Peellasse vom Kartonträger abziehen und alle Verpackungsbestandteile separat in den entsprechenden Wertstoffsammlungen entsorgen.

Ebenbürtige Convenience

Mit dem Swiss Packaging Award zeichnet das Schweizerische Verpackungsinstitut (SVI) jedes Jahr herausragende Leistungen im Verpackungswesen aus. In der Jury-Begründung für die Auszeichnung von FlatMap in der Kategorie „Convenience“ heißt es: „In immer mehr Verpackungen wird der Materialanteil aus nicht erneuerbaren Rohstoffen gesenkt und durch nachwachsende Rohstoffe ersetzt. Die Herausforderung dabei: Die ursprüngliche Funktionalität zu erhalten. Die Neuentwicklung FlatMap löst diese Herausforderung nach Ansicht der Jury überzeugend. Die Kombinationsverpackung aus Karton und Kunststoff bietet gegenüber der reinen Kunststofflösung eine überzeugende Performance in Bezug auf Öffnen und Wiederverschließen. Zudem ist die sortenreine Entsorgung der beiden Komponenten vorbildlich gelöst. ■

Sealpac GmbH

A D-26133 Oldenburg, An der Kolckwiese 10
T +49 (0) 441 940 005 100 W www.sealpac.de

Schon

IHR ERFOLG – UNSERE KOMPETENZ

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

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



DREI AUF EINEN STREICH: MEISTERHAFTES **HANDWERK**

Die Bäckerei Wienerroither, Fleisch- und Wurstspezialist Frierss und die Käserei Kaslab'n haben ein kulinarisches Gemeinschaftsprojekt in Klagenfurt eröffnet.

Drei in der Kärntnerei! Mehr Geschmack konzentriert zeigen, geht einfach nicht. Die Bäckerei Wienerroither, der Fleisch- und Wurstspezialist Frierss und die Käserei Kaslab'n haben sich gefunden. Sie präsentieren Lebensmittelhandwerk in alter Tradition, heimatverbunden, ursprünglich, gleichwohl immer auf dem neuesten Stand der Technik.

Alle arbeiten mit hochwertigen, ursprünglichen Grundprodukten und Rohstoffen, die von ausgewählten, ehrlichen, regionalen Landwirten aus der Region bezogen werden. Als Meister ihres Fachs verbinden sie Tradition und Innovation, geben ihren Produkten aber dennoch die Zeit, die sie benötigen, um zu ganz besonderen Spezialitäten

heranzureifen. Eben deshalb ein Paradies für Feinschmecker und Freunde des guten Geschmacks. Ob Brot und Kuchen, ob Fleisch, Wurst oder Schinken, ob Käse mit Heumilchspezialitäten, alle drei Betriebe stehen für den gleichen Qualitätsgedanken: hochwertig, regional, meisterhaft.

Genau dort ergab sich die Schnittmenge mit Schrutka-Peukert, Ladenbauer aus Kulmbach in Nordbayern, der den Zuschlag für die Ladeneinrichtungen der Genussräume von Frierss und Kaslab'n bekommen hat. Seit 1871 (Metzgereien) bzw. 1956 (Bäckereien), stehen die Oberfranken wie kein zweiter Ladenbauer für Handwerk und Tradition. Gleichzeitig befinden sich mit dem ultraflexiblen pOINT-Brotregal oder der patentierten Salzreifekammer hochinnovative Produkte in ihrem Portfolio.

Genuss am Wörthersee

Österreich mit dem Wörthersee stellen die Landschaft und Umgebung und liefern auch einen Großteil der benötigten Rohstoffe.

Was die Besucher erwartet: hochwertige und köstliche Produkte vom guten Lieblingsbrot, Gebäck und Konditoreiwaren über feine Wurst- und Schinkenspezialitäten, Frischfleisch mit Gustostücken vom heimischen Rind und Schwein bis hin zur Bio-Rohmilch und zum Bio-Heumilch-Bergkäse von daheim. Auch ausgewählte Alpe-Adria-Feinkost findet man in den delikats bestückten Vitrinen, Feinkosttheken und Regalen.



fe und Grundprodukte. Der Fleisch- und Wurstspezialist Friess, bekannt für traditionelle Kärntner-Spezialitäten wie Kärntner Bauernschinken, Schinkenspeck, Bergsalammi und Hauswürstel, aber auch besondere italienische Spezialitäten wie Mortadella und Prosciutto Castello steht seit 123 Jahren für höchste Qualität und besonderen Geschmack.

Den Sprung in die Jetztzeit vollführt die Käseerei Kaslab'n, spezialisiert auf Heumilch-Käseleibe aus den Nockbergen und frische Milchprodukte wie Butter, Topfen, Joghurt und Frischkäse, immer in guter Bioqualität. Sie setzt auf Crowdfunding und akquiriert mit der Beteiligung einer Vielzahl von Bürgern ihr benötigtes Kapital, dass sich mit zwei Prozent in Käse verzinst.

Hochwertiges in der Kärntnererei

In der Kärntnererei sind die geschwungenen Kühltheken mit komplett stützenfreiem Glasaufsatz zentrales Element der Gestaltung. Diese verbinden organische Formen mit maximaler Warentransparenz und sind in dieser Ausprägung nur bei Schrutka-Peukert erhältlich. Diese Art der Präsentation vermittelt dem Kunden schon beim Betreten des Ladens sofort, den Überblick über das gesamte Warensortiment zu haben. Durch den stützenfreien Glasaufsatz sind auch die „Kurven“ der Theke transparent zu durchblicken. Mehr als 150 Fleisch-, Wurst- und Schinkenspezialitäten und das gesamte Käsesortiment werden auf der Bühne in Spotlight positioniert, die Kühltheke nimmt sich dabei in Formensprache, Farbe und Materialwahl komplett zurück und richtet den Fokus des Kunden direkt auf das umfassende Produktsortiment.

In puncto Qualität und handwerkliche Meisterleistung begegnen sich in der Kärntnererei die Produkte und die Warenpräsentation absolut auf Augenhöhe. Die geschwungenen Kühltheken wurden hartnäckig handwerklich aus besten Materialien auf Maß gefertigt. Die in der Theke mit Kühlschlan-

Während man gemütlich durch die Genussräume schlendert, kann man sich auch gerne von den Feinkostberatern Tipps holen. Sie wissen ganz genau, welches Korn in welchem Brot steckt, welche Geschmäcker zusammenpassen, welche Gewürze oder Zubereitungsarten die feinen Fleischstücke vom Kärntner Rind oder Schwein perfekt gelingen lassen oder welchen Schinken man zu welchem Käse und welchem Chutney oder Wein serviert.

Das Haus verbindet Tradition und Moderne. Die ehemalige Stahltragkonstruktion des ursprünglichen Gebäudes verleiht den Genussräumen mit einer Gesamtverkaufsfläche von 430 m² einen charmanten postindustriellen Touch.



gen arbeitende Kontaktkühlung minimiert die Luftzirkulation und gewährleistet dadurch perfektes Kühlklima und maximale Schonung der hochwertigen Produkte.

Einkaufen mit Komfort

Für den Kunden wird der Einkauf in der Kärntnererei zum Erlebnis. Ein schier unendliches Angebot von Produkten aus dem Lebensmittelhandwerk der absoluten Premiumklasse wartet darauf, entdeckt zu werden. Ob bestens beraten von den gut geschulten Feinkostmitarbeitern hinter den Bedientheken oder auf eigene Faust über die reichhaltig gefüllten Verkaufsinselfen in der Raummitte und die zahlreichen Kühlregale mit Selbstbedienung oder im Großverkauf oder die delikater bestückten Alpen-Adria-Feinkostregale.

Es wird deutlich: Wo Ladengestaltung und Produkte stimmen, da kann man Geschmack kaufen. Die Kärntnererei ist ein Paradies für Feinschmecker, konzipiert für Kunden die ge- oder auch gerne entspannt die verschiedenen Genussräume entdecken wollen, um sich hochwertiges, ehrlich produziertes Lebensmittelhandwerk mit nach Hause zu nehmen.

Ein Projekt, das Tradition und Moderne, alte Verfahren und neue Technik vereint und dabei Produkte und Einkaufserlebnisse bietet, die ihresgleichen suchen. Dem Statement auf der Homepage der Kärntnererei ist nichts mehr hinzuzufügen: Es passt alles wunderbar zusammen. ■

Kärntnererei: guat – fein – daheim
A 9020 Klagenfurt, St. Veiterstraße 194
T 04272/22 61-0 W www.kärntnererei.at





Ein kulinarisches Gespräch der Meisterklasse: Der Koch des Jahrhunderts Eckart Witzigmann im Talk mit dem Schweizer Künstler und Rinderzüchter Dieter Meier.

„DER GRÖSSTE LUXUS WIRD SEIN, DEN PRODUZENTEN SEINER LEBENSMITTEL PERSÖNLICH ZU KENNEN“

Deri Michelin-Sterne, Koch des Jahrhunderts, Professor und Ehrendoktor an der Universität Örebro: Eckart Witzigmann hat die internationale Gastronomielandschaft geprägt wie kaum ein anderer. Die Suche nach den besten Erzeugern für hochwertige Lebensmittel beschäftigt den Österreicher seit jeher. Einer, der den hohen Ansprüchen Witzigmanns gerecht wird, ist Künstler und Unternehmer Dieter Meier. Der Schweizer züchtet seit Jahrzehnten in der argentinischen Pampa Humeda Rinder und exportiert das Fleisch nach Europa.

Worauf sollten Konsumenten beim Einkauf von Fleisch achten?

Eckart Witzigmann: „Als ich zur Jahrtausendwende von der ZEIT um eine Prognose für die Entwicklung im Lebensmittelbereich gebeten wurde, war meine Antwort die gleiche, die ich heute geben würde: Der größte

Luxus wird sein, den Produzenten seiner Lebensmittel persönlich zu kennen. Ich weiß, das ist ein ewiger Wunschtraum, aber dahinter steht die Pflicht, sich um die Herkunft und Qualität seiner ‚Lebensmittel‘ zu kümmern. Viele Leute sehen die zweite Worthälfte als ‚Mittel‘, schnell und billig satt zu werden, dabei sollte man sich mehr auf die erste Hälfte konzentrieren: ‚Leben!‘“

Dieter Meier: „Das ist ein schöner Ansatz. Als Verbraucher sollte man sich unbedingt auch mit der Geschichte und der Herkunft eines Produktes beschäftigen und nicht nur mit der Optik. Im Handel wird alles dafür getan um Fleisch, Obst und Gemüse auf Hochglanz zu polieren. Da darf man sich nicht blenden lassen.“

Der Gang zum Metzger und Fleischhändler seines Vertrauens wird in der Regel mit einem intensiveren Geschmackserlebnis belohnt.“

Was sind für Sie die großen Food- und Gastronomietrends, die uns in den kommenden zehn Jahren begleiten werden, Herr Witzigmann?

Eckart Witzigmann: „Was uns sicher noch länger begleiten wird, ist die Konzentration auf regionale Produkte, da ist eine Entwicklung zu beobachten, die ihren Höhepunkt noch lange nicht erreicht hat. Aber das ist im Grunde ein alter Hut. Wir haben schon vor mehr als vierzig Jahren angefangen, Produzenten in der Nachbarschaft zu suchen und sie davon zu überzeugen, hochwertige Produkte zu erzeugen.“

Ist regionales Fleisch aus Ihrer Sicht immer automatisch besser?

Eckart Witzigmann: „Nein. Regional ist eine Herkunftsbezeichnung und kein Qualitätsmerkmal. Im Eifer der Regionalität verkürt sich da manchmal etwas die Perspekti-

ve. Den munteren Automatismus, dass alles Regionale automatisch das Allerbeste ist, kann ich nicht bestätigen.

Das argentinische Ojo-de-Agua-Rindfleisch von Dieter Meier (*Anm. d. Red: Alle Infos unter [ojodeagua.global](#)*) ist ein gutes Beispiel dafür. Es kommt auf die Bedingungen an, unter denen ein perfektes Produkt erzeugt werden kann. Das ist regional nicht immer gegeben.“

Essen wir in Zentraleuropa zu viel Fleisch?

Eckart Witzigmann: „Wir essen zu viel schlechtes Fleisch. Geiz ist immer noch geil, wenn es um Lebensmittel geht – die Zuwachsraten von Discountern und Tiefkühlkost demonstrieren das deutlich.“

Dieter Meier: „Da kann ich nur zustimmen. Essen ist für mich nicht die reine Nahrungsaufnahme, sondern Genuss. Dazu gehört auch der Respekt vor den Produkten, die ich verzehre. Die unwürdigen Verhältnisse der Massentierhaltung sind eine katastrophale Entwicklung unserer Zeit. Solange ich beim deutschen Discounter Rinderfilet für rund 20 EUR das Kilo nachgeworfen bekomme, läuft etwas grundlegend falsch.“

Lieber weniger und dafür gut. Was charakterisiert für Sie beide gutes Fleisch?

Eckart Witzigmann: „Der Quintessenz kann ich nur zustimmen. Aber wie würden Sie ein gutes Auto charakterisieren? Preis, Aussehen, Zuverlässigkeit, Umweltverträglichkeit, Herkunft? Ich würde das daran festmachen, dass bei der Aufzucht der Tiere deren Wohl und das Wohl der Natur im Mittelpunkt stehen. ‚Gutes Fleisch‘ klingt mir zu beliebig, da sind viele Parameter austauschbar.“

Dieter Meier: „Neben der Art, wie das Fleisch erzeugt wurde, zählt auf dem Teller für mich vor allem der intensive und vollmundige Geschmack.“ ■



Zwei Fleisch-Experten unter sich: Eckart Witzigmann steht, Dieter Meier Rede und Antwort.

Der Jahrhundertkoch und sein Vermächtnis



Eckart Witzigmann feierte am 4. Juli seinen 80. Geburtstag.

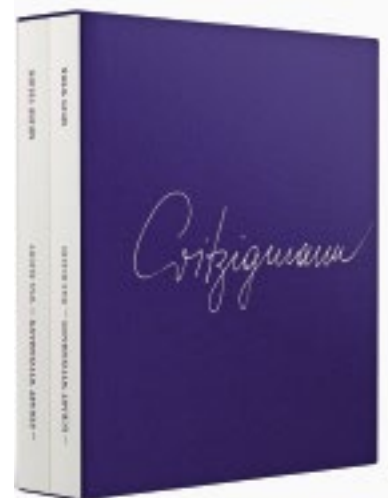
1941 in Bad Gastein sollte Eckart genau wie sein Vater Schneider werden. Doch er wollte schon damals nur eines: Kochen. Nach der Lehre lernte er 13 Jahre im Ausland, bei den Besten seines Faches: beim französischen Spitzenkoch Paul Bocuse, bei Paul Haeberlin, Roger Vergé und den Brüdern Troisgros.

Witzigmann kochte für Queen Elizabeth II., König Carl Gustaf und Königin Silvia von Schweden, König Hassan von Marokko und den Maharadscha von Jaipur, für Michail Gorbatschow und George Bush, für Fußballkaiser Franz Beckenbauer und Rennfahrer Niki Lauda. Jahrelang bewirtete er auch Gäste des Restauranttheaters „Witzigmann Palazzo“ und des „Witzigmann & Roncalli Bajazzo“.

Im Jahr 1979 erhielt Witzigmann weltweit als einer der ersten Köche außerhalb von Frankreich die begehrten drei Michelin-Sterne. Gault & Millau erklärte ihn 1994 zum „Koch des Jahrhunderts“ und die New York Times betitelte Witzigmann gar als „Koch der Könige und Götter“.

Zum 80. Geburtstag wurde Eckart Witzigmann nicht nur mit dem „Großen Ehrenzeichen für Verdienste um die Republik Österreich“ ausgezeichnet, sondern auch mit einem umfassenden Jubiläumsband geehrt. In seinem zwei Bände umfassenden Werk „**Eckart Witzigmann: WAS BLEIBT**“ blickt der sympathische Spitzenkoch auf sein Leben und Wirken zurück. Seine berühmtesten Schüler – Witzigmann prägte eine ganze Generation heutiger Spitzenköche wie u. a. Harald Wohlfahrt, Bobby Bräuer, Johann Lafer, Norbert Niederkofler und Christian Jürgens – interpretieren seine Gerichte für das Buch neu und sichern so das kulinarische Erbe ihres Meisters. Und sie berichten genau wie andere namhafte Weggefährten von ihren Begegnungen und Erlebnissen mit Witzigmann, der passend dazu sein privates Archiv öffnet und die bewegenden Anekdoten mit einer unterhaltsamen Foto-Koch-Story unterlegt. Wir verneigen uns und sagen: Bravo, Chef!

Pantauro Verlag, 680 Seiten, € 155,-



UNSER BESTES STÜCK

Wie sieht Ihres aus?
Rohschinken vom
Gewürz-Profi.



JETZT TESTEN!

+49 9153 9229-0

<https://cutt.ly/beck-testen>

Beck
Gewürze und Additive

Beck Gewürze und Additive GmbH | www.beck-gewuerze.de

VIER NEUHEITEN FÜR NOCH MEHR GENUSS



MEATBLEND SYSTEM

Trendig: Der Obertrumer Geschmacksspezialist Raps liefert vollaromatisches für fleischreduzierte Produkte.

Saftig, fleischiger Biss, feine Röstaromen und in der Optik kaum von einem traditionell hergestellten Produkt zu unterscheiden, so die Anmutung von einem Fleischlaiberl mit 30% reduziertem Fleischanteil. Feine Gaumen erkennen eine leicht gemüsigte Note mit Paprika, Tomate und Karotte in der Faschiertenmasse, zusammen mit der vollaromatischen-runden Grundnote also mehr eine geschmackliche Bereicherung als ein Hinweis auf ein fleischreduziertes Produkt. Man darf den Produktentwicklern gratulieren – Hausaufgaben gemacht.

Das **RAPS Meatblend System** besteht aus zwei Komponenten. Der Masse auf Gemüsebasis (Meatblend), die, je nach Anwendung, einen Fleischanteil zwischen 20% und 50% ersetzt und einer Würzkomponente (Meatblend Top), die im Zusammenspiel mit dem „echten“ Fleischanteil für ein vollwürziges und harmonisches Geschmacksbild sowie eine appetitliche Fleischoptik sorgt. Besonderes Augenmerk wurde auf die einfache und sichere Herstellung gelegt. Beide Komponenten mit Wasser anquellen, mit dem Wurstbrät oder dem Faschierten mischen – fertig. Damit bietet RAPS mit seinem Meatblend-System erstmals auch dem Fleischerhandwerk eine einfache Möglichkeit, fleischreduzierte Produkte in die Vitrinen zu legen und aktiv anzubieten. www.raps.at

FÜR MEHR AROMA

RISSO Evolution Combi von Vandemoortele. Die flüssige Pflanzenfettzubereitung zum Dampfgaren im Kombidämpfer erzeugt eine attraktive, natürliche Bräunung und gibt den Gerichten einen angenehmen Geschmack. Sie enthält Omega-3-Fettsäure und ist ebenso für die vegane Küche geeignet und Halal zertifiziert. Das Produkt ist vielseitig einsetzbar – von knusprigen Wedges bis zum perfekt gebräunten Schnitzel. www.vandemoortele.com



FEINER ROHSCHINKEN

Beck Gewürze und Additive sorgt mit seinen Rohpökelpräparaten für traditionelle Aromen.

BECK Rohwusal Pökel 2000 Der Allrounder. Feines, pulverförmiges Präparat zur Herstellung von Rohpökelware. Bewirkt eine sichere Reifung, stabiles Fleischrot, Festigkeit und angenehm ausgeprägten typisch-würzigen Geschmack nach Wacholder, Piment und Nelke.

Rohwusal Pökel Bauern Art Der Klassiker. Mittelgrobes Rohpökelpräparat zur traditionellen Herstellung von Schinkenspezialitäten. Es verleiht Ihren Produkten Geschmack, Aroma, Farbstabilität und Zartheit.

Mit dem vollmundigen Geschmack von Wacholder, Koriander, Lorbeer und Rosmarin.

BECK MicroStart Taste Als perfekte Untersetzung zur perfekten Rohschinkenreifung. Starterkultur mit hoher Salztoleranz, die eine gleichmäßige Umrötung unterstützt und das Fleischaroma intensiviert. Alle Informationen gibt es auf www.beck-gewuerze.de



VEGAN HACK & BURGER

Pflanzliche Spezialitäten von Frutarom. Zwei neue Produkte machen es Metzgern einfach, ihren Kunden eine pflanzliche Alternative zu Fleischwaren anzubieten. So können Handwerksbetriebe ihr Sortiment unkompliziert um pflanzliche Erzeugnisse ergänzen. **Vegan Hack** und **Vegan Burger** überzeugen mit 100 Prozent veganen Zutaten auf Erbsenproteinbasis und hervorragendem, fleischbetontem Geschmack. Die beiden neuen Produkte kommen zudem ohne Zugabe von Allergenen aus.

Vegan Hack Metzger stellen es zusammen mit Wasser und Kokosfett ganz einfach im Kutter oder Mischer her. Kunden kaufen es entweder direkt als ungebratenes Hack oder zu Bällchen, Laibchen, Sauce Bolognese, Lasagne und Co. verarbeitet.

Vegan Burger Vegan Burger punktet mit vollwürzigem Geschmack und Grillnote. Vegane Erzeugnisse lassen sich damit schnell und einfach – auch ohne Kutter – herstellen. Die Erzeugnisse können gebraten, ungebraten oder tiefgekühlt verkauft werden.

www.frutaromsavory.com



TECH FORUM®



Tech Forum: Ihr Partner in Österreich!

Hochwertige Maschinen und bester Service, das zeichnet Ihr **TECH FORUM** Team in Österreich aus. Clippen, Räuchern, Pökeln, Wolfen, Mischen und Kompressoren mit sauberer Luft – bei uns bekommen Sie alles aus einer Hand. Erst wenn Sie zufrieden sind, ist unser Ziel erreicht. Testen Sie uns jetzt!

Sie erreichen uns per Mail contact@techforum.at oder telefonisch +43 7586 60445-54



MARKTFÜHRER BEI TRANSPARENZ & GLAUBWÜRDIGKEIT

Wir von gourmetfein leben Regionalität zu 100 Prozent und garantieren sie sogar eidesstattlich. Das macht uns seit Jahren zu Marktführern bei Transparenz und Glaubwürdigkeit. Die Menschen haben ein Recht zu erfahren, woher ihr Fleisch kommt. Wir sagen es ihnen: **Hofgenau!**



OBERIO
Hofgenau

100 % FLEISCH AUS ÖSTERREICH

Das Schweine- und Rindfleisch bei gourmetfein wird unter der Marke **OBERIO Hofgenau** geführt und kommt exklusiv von **46 Schweine- und 200 Rinderbauern aus Österreich**. OBERIO steht für 100 % regionale und nachhaltige Produkte. Die gourmetfein Partner-Bauern verzichten aus Überzeugung auf Glyphosat, Gentechnik und Soja aus dem Regenwald. Auch Langstrecken-Tiertransporte sind absolut tabu.

Einzigartige Herkunftskennzeichnung

Auf allen Fleisch-, Wurst-, und Leberkäseprodukten aus dem Hause gourmetfein wird am Etikett genau angegeben, von welchem Partner-Bauernhof aus Österreich das Fleisch kommt.



Gehen Sie mit uns neue Wege!

Mit der OBERIO Hofgenau Fleischlinie und unserem einzigartigen Vertriebskonzept sind wir enge Partner von vielen Metzgereien.

Jetzt informieren unter:

+ 43 7277 3295 - 131