

# F leisch & Co

Ausgabe  
10/2021

Fachzeitschrift für  
• Herstellung  
• Veredelung  
• Vermarktung  
frischer Lebensmittel

Einzelpreis € 5,90



Eine Neueröffnung  
im Fleischerei-Bereich?  
Thomas Windisch geht's  
mit schlauem Mix an.

## Fleisch-Boutique im Fischauer Schloss

Besserer  
Service

Für höhere  
Produktions-  
effizienz.

**GRAMILLER**

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



LEBENSMITTELVERPACKUNGEN  
TO-GO-VERPACKUNGEN  
HYGIENE & ARBEITSSCHUTZ  
VERSANDVERPACKUNGEN

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

**MEIER** VERPACKUNGEN

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



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

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

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

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

**PHT**

Lassen Sie sich beraten:  
[info.at@pht-group](mailto:info.at@pht-group)

## Inhalt

### Fleisch & Meister

**Branchen-News** | Von Ruhestand bis Umzug 04

**Mehr Tierwohl** | Strategie der Schweinebauern 07

**Neueröffnung** | Zum Riegler – Top-Konzept in NÖ 08

**Weidegeflügel** | Das Familienunternehmen Hütter 10

**Zusammenarbeit** | Wie gut diese im Ötztal klappt! 12

**Grillen & Wild** | Die Trendthemen 2022 der 1. BFS 15

### Fleisch & Produktion

**Zu Gast bei** | Müller Fleisch in Baden-Württemberg 16

**Viehworld** | Eine neue App für den Nutztierhandel 18

**Verpackung** | Trends und Must-haves im Überblick 20

### Fleisch & Genuss

**Fleischersatz** | Hype oder echte Alternative? 26

**Für Kids** | Rebel Meat liefert Nuggets und Bällchen 27

**Luftburg** | Das größte Bio-Lokal der Welt feiert 28

### Fleisch & Markt

**Gewürzgeschichte** | 140 Jahre Kotányi 30

# Editorial

Es war nicht unerwartet: Corona hat Österreich wieder im Würgegriff und machte einen Lockdown notwendig. „Unsere“ 1.215 Fleischer sicherten die Versorgung der Bevölkerung und blieben als systemrelevante Betriebe geöffnet. Doch führten sie fast ein Schattendasein, denn in der Öffentlichkeit wurde einmal mehr nur von „österreichischen Supermärkten“ gesprochen.

Als Branchenmagazin ist es uns auch ein Anliegen, die Konsumenten auf das Fleischerhandwerk und lokale Produzenten aufmerksam zu machen – und daher haben wir eine Kampagne auf Facebook gestartet. Der Erfolg zeigt, wie wichtig und gefragt die größere Sichtbarkeit für und von unseren Betrieben ist. Der Post (siehe rechts) wurde bis zu Redaktionsschluss 435 Mal geliked und über 170 Mal geteilt. Das zeigt eindeutig: Das Fleischerhandwerk ist nicht vergessen, sollte aber doch immer wieder in Erinnerung gerufen werden.

Wir wünschen Ihnen eine gesunde und erfolgreiche Weihnachtszeit, entspannte Feiertage – und hoffen auf ein erfolgreiches und „Lockdown-freies“ 2022. Fleisch & Co meldet sich Ende Jänner mit einer neuen Ausgabe wieder – bis dahin würden wir uns über Ihre Besuche auf [www.fleischundco.at](http://www.fleischundco.at) und unseren sozialen Plattformen freuen.

Viel Spaß beim Schmökern dieser Ausgabe!  
Tanja Braune und das Fleisch-&-Co-Team



**Österreichs  
Fleischereien  
haben  
geöffnet!**



Bleiben Sie informiert, diskutieren Sie mit uns – werden Sie Teil der Fleisch & Co-Community:  
**Mail to:** [office@dieschnatterei.com](mailto:office@dieschnatterei.com)  
**www.facebook.com/fleischerzeitung/**  
**Linkedin:** Fleisch & Co  
**www.instagram.com/fleischundco**

**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](http://www.dieschnatterei.com). **Geschäftsführung:** Tanja Braune.  
**Bankverbindung:** HYPO NOE, IBAN AT86 5300 0014 5402 4318, BIC HYPNATWW.

**Redaktionsleitung und Chefredaktion:** Tanja Braune, [office@dieschnatterei.com](mailto:office@dieschnatterei.com).  
**Mitarbeiter dieser Ausgabe:** Dima-Alexander Braune, Barbara Egger, Roland Graf, Matthias Mayr, Andrea Pascher, Harald Platteter, Raimund Plautz, Nadina Ruedl.  
**Tirol Redaktion und Social Media Management:** Barbara Egger

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

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

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

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

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

**Hersteller:** Friedrich Druck & Medien GmbH, 4020 Linz, Zamenhofstraße 43–45, [www.friedrichdruck.com](http://www.friedrichdruck.com)

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

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

**Genderhinweis:** Im Sinne einer besseren Lesbarkeit haben wir in einigen Texten 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](mailto:datenschutz@dieschnatterei.com)

## Diese Beilagen finden Sie in der Ausgabe



### Handbuch für das Fleischergewerbe und der praktische Wandkalender 2022

In dieser Ausgabe finden Sie das Handbuch für die Fleischerbranche mit allen wichtigen Infos und Adressen, Warengruppen und Lieferantenverzeichnis und vielem mehr. Zudem liegt auch der beliebte Wandkalender mit Jahres- und Urlaubsplaner bei. Sollte Sie die Beilagen hier nicht finden oder vielleicht eine weitere Ausgabe für Ihre MitarbeiterInnen wollen, dann schreiben Sie uns via [www.fleischundco.at](http://www.fleischundco.at) – wir schicken sie Ihnen, solange der Vorrat reicht!

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



# LASKA

# 2022

## Prosit Neujahr

Wir danken  
Ihnen für Ihre Treue  
und wünschen Ihnen  
und Ihrer Familie  
ein besinnliches  
Weihnachtsfest  
und einen guten Start  
in ein glückliches  
neues Jahr.



Bei der Prüfung zum Meister-Fleischsommelier und Sommelier Fleisch- und Wurstspezialitäten zeichneten sich die zahlreichen Teilnehmer mit überragendem Erfolg aus.



## DER AKTUELLE KURS „MEISTER-FLEISCHSOMMELIER“ ZEIGT DAS HOHE INTERESSE AM BERUF

Vom 11. bis 15. Oktober 2021 fand wieder ein Lehrgang zum Diplomierten Meister-Fleischsommelier und Sommelier Fleisch- und Wurstspezialitäten, mit freundlicher Unterstützung der Firma Moguntia-Werke Gewürzindustrie GmbH, im WIFI Linz statt.

Alle Teilnehmer:innen konnten die Ausbildung dank eines hohen Engagements und ebensolchen Fachwissens mit Bravour meistern. Wir gratulieren!

### Große Handwerkskunst

Die Ausbildung zum Meister-Fleischsommelier ist ein österreichweit einzigartiger Qualifikationskurs, wodurch Fleischermeister:innen die Möglichkeit haben, ihre Kenntnisse und Fertigkeiten in den Bereichen der Sensorik, des Food-Designs und der Technologie zu verfeinern.

Innungsmeister Raimund Plautz meint dazu: „Ich bin stolz auf die absolut hervorragenden Leistungen der Absolvent:innen!

Diese sind ein signifikanter Indikator für das hohe Niveau unserer Ausbildung.“

Durch den anhaltend überragenden Erfolg des Kurses wird österreichische Handwerkskunst auch in Zukunft weiterhin auf internationales Interesse stoßen und auch europaweit keinen Vergleich scheuen müssen – wie zahlreiche Medaillen und Auszeichnungen bei internationalen (Fach-)Wettbewerben wieder und wieder bezeugen. ■

### Raimund Plautz



Bundesinnungsmeister der Fleischer & Fleischermeister

### Achtung: Kostenfalle.

Nicht nur die aktuelle Inflationsrate droht zurzeit über die vier Prozent zu gehen, sondern auch branchenintern sind viele Kosten massiv gestiegen. So ist etwa Verpackungsmaterial um fast 30 % teurer, Energie sowieso – und auch beim Fleisch spüren wir es deutlich. Der Preise vom Schweinefleisch sind zwar (in Bezug zu 2019) nicht gestiegen, aber Rindfleisch hat massiv zugelegt.

Und natürlich ist nicht zu vergessen, dass aufgrund der hohen Inflation auch die Lohnrunde im nächsten Jahr entsprechend ausfallen wird müssen. All das werden wir in der Branche zu spüren bekommen. Das wird uns in Zukunft gewaltig beschäftigen und ist natürlich eine Anhäufung von Kostensteigerung auf allen Ebenen, die wir nicht wirklich unbeantwortet lassen können. Daher möchte ich diese Kolumne diesmal dazu nutzen, um meine Kollegen und Kolleginnen auf mögliche Kostenfallen aufmerksam zu machen. Das heißt, vor allem jene, die B2B liefern, müssen sehr vorsichtig mit der Kalkulation sein und vielleicht einmal mehr den Rechenstift ansetzen.

Aber auch im Detailbereich gilt es, genau zu schauen –, denn auch hier können schnell Margen verloren gehen – und was das bedeutet oder bedeuten kann, das wissen wir alle. Wichtig ist es, dass wir – auch wenn alle mit der Tagesarbeit vollauf beschäftigt sind – rechtzeitig reagieren!

In diesem Sinn wünsche ich euch allen gute Geschäfte – und Frohe Weihnachten und einen guten Rutsch in ein erfolgreiches & gesundes 2022!

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



### Andi Knoll packte bei MPreis mit an

Als Radiomoderator sitzt man nur im Studio? Weit gefehlt – zumindest im Fall von Andi Knoll, der jede Woche Betriebe in ganz Österreich besucht und dabei kräftig mit anpackt. Ende November war der Ö3-Star und gebürtige Tiroler bei MPreis zu Gast und half bei der Produktion der „I like“-Gerichte, der Convenience-Linie des Marktes.

Knoll freut sich über seine Aufgabe „Für mich als Exil-Tiroler ist MPreis ein bisschen Heimat. Es ist immer ein gutes Gefühl, wenn ich wiedermal in einen der schönen Märkte komme. Ich freu' mich, heute in dem Ur-Tiroler Unternehmen mit anpacken zu dürfen. Die Lasagne importiert – jetzt ran an die Knollknödel!“



Die Gold-Gewinner:innen des IFFW wurden ausgezeichnet. Aber nicht irgendwo! Bundesministerin Köstinger lud ins Ministerium, um die erfolgreichen Fleischer:innen persönlich zu ehren. Es war ein Freudentag für die Fleischerbranche!

## ELISABETH KÖSTINGER ZEICHNETE ÖSTERREICHISCHE FLEISCHEREIEN AUS

Aus mehr als 660 eingereichten Proben wurde von einer Expertenjury viele Gewinner ermittelt. Fleisch & Co hat über den erfolgreichen 23. Internationalen Fleisch- und Wurstwarenbewerb berichtet.

Jetzt wurde den Besten der Besten eine besondere Ehre zuteil: Sie erhielten im Marmorsaal des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus von Bundesministerin Elisabeth Köstinger die Ehrenpreise überreicht. Um einen Ehrenpreis zu erwerben, muss ein Betrieb die ganze Breite des handwerklichen Könnens unter Beweis stellen: Es gilt, in allen Kategorien Goldauszeichnungen zu holen.

### Von Serien bis Platten

Gelungen ist das der Fleischeri Ellegast aus Amstetten sowie der Fleischerei Hochhauser aus Pichl bei Wels, die mit ihren Produkten in allen Kategorien auf voller Linie punkten konnten und sich deshalb jeweils einen Serienpreis für ihre Fleisch- und Wurstwaren holten.

Aber nicht nur die Serien wurden ausgezeichnet, sondern auch das besondere Können beim Plattenlegen. Den Sieg holten sich das Fleischerfachgeschäft Steiner aus Sollenau sowie die Firma Höller aus Zöbern mit jeweils zwei Prei-

sen für ihr besonders handwerkliches Können im Rahmen des Plattenlegewettbewerbs.

### Begeisterte Ministerin

Elisabeth Köstinger, Bundesministerin für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus: „Regionale Qualität – das zeichnet unsere Fleischmeisterbetriebe aus. Unsere Fleischerinnen und Fleischer veredeln landwirtschaftliche Produkte zu ganz besonderen Schmankerln. Das Handwerk weiterzugeben und über Generationen zu sichern, dabei wollen wir unsere Betriebe unterstützen. Daher hat es mich besonders gefreut, diese Auszeichnungen zu überreichen!“

Raimund Plautz, der Innungsmeister der österreichischen Fleischer, ist stolz auf die tolle Leistung der Betriebe: „Die Auszeichnung zeigt einmal mehr das breite handwerkliche Können unserer Fleischermeisterbetriebe und ihre Bedeutung für die Regionen. Das Gewerbe ist ein starker Partner der heimischen Landwirtschaft. In unseren Betrieben ist Nachhaltigkeit gelebte Realität: kurze Transportwege, schonende Fertigung und höchste Qualität. Tradition gepaart mit Innovation: Das erfüllt den Konsumentinnen und Konsumenten die Wünsche der heutigen Zeit!“ ■



Im Marmorsaal des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus traf sich die erfolgreiche Fleischerbranche. Nicht nur die preisgekrönten Meister:innen freuten sich über die Ehre, auch Anka Lorencz und Raimund Plautz waren stolz über die hohe Anerkennung des Fleischerhandwerks.





## AUS HÜNDLER WIRD DACHSBERGER

Die Traditionsfleischerei Hündler in Sitzendorf wurde mit November von der Dachsberger GmbH übernommen. Zur Übernahme gab's eine Käsekrainer-Verkostung.

Vor ein paar Wochen wurde bekannt, dass Robert Hündler in Pension gehen will. Doch was wird aus der Fleischerei Hündler in Sitzendorf an der Schmida, die in dritter Generation sehr erfolgreich geführt wurde? Wieder eine Ruhestand-bedingte Schließung? Nein, diesmal gibt es gute Nachrichten. Der Familienbetrieb, der in dritter Generation geführt wurde, ist mit 1. November von der Familie Dachsberger übernommen worden.

### Gute Lösung gefunden

Der Schlacht- und Fleischerlegebetrieb Dachsberger GmbH in Eggenburg wird die Traditionsfleischerei übernehmen. „Die Fleischerei passt perfekt in unsere Firma, es ist eine gegenseitige Bereicherung für beide bestehende Geschäfte“, erklärt Alfred Dachsberger in einem NÖN-Interview.

Auch Robert Hündler ist froh, dass sein Betrieb in guten Händen ist und alle Mitarbeiter – auch Gattin Elisabeth Hündler – übernommen werden. Auch für die Konsumenten wird sich nichts ändern. Die Geschäftsführung wird weiterhin auf regionale Qualität setzen und in der Region mit den Bauern verwurzelt bleiben.

Zum Kennenlernen der neuen Geschäftsinhaber Alfred und Klaus Dachsberger fand eine Käsekrainer- und Weißwurst-Verkostung vor der Fleischerei Hündler statt. „Mit der Familie Dachsberger wurde ein langjähriger und zuverlässiger Partner als Nachfolger gefunden. Bei der Verkostung dabei (siehe Bild oben, v.l.): Brigitte Schmidt, Elisabeth & Robert Hündler, Klaus und Alfred Dachsberger, Richard Ströbel und Günther Schmidt.

### 20 Medaillen beim IFFW

Dass die Familie Dachsberger das Fleischerhandwerk beherrscht, zeigen einmal mehr die vielen Auszeichnungen. So hat Klaus Dachsberger beim 23. Internationalen Fachwettbewerb für Fleisch- und Wurstwaren 20 Sorten Wurst eingereicht – und eine 100-prozentige Erfolgsquote erzielt. Zehn Produkte erhielten die Goldene Medaille, zehn die Silberne.

Doch die Dachsberger GmbH soll auch noch weitere Pläne für die Zukunft haben. In Zusammenarbeit mit Hannes Lembacher aus Wilhelmsdorf soll eine neue Marke „Saufein vom Manhartsberg“ ins Leben gerufen werden. Klingt doch nach einem spannenden Projekt – Fleisch & Co bleibt dran. ■



## Clemens zu Gast beim Bundespräsidenten

Clemens Baischer holte sich als jüngster Teilnehmer der EuroSkills 2021 die Bronze-Medaille. Ein großer Erfolg für den Oberösterreicher, aber auch für die gesamte Fleischerbranche. Fleisch & Co hat berichtet. Jetzt wurde Clemens eine große

Ehre zuteil: Bundespräsident Alexander van der Bellen gratulierte dem jungen Fleischer zu seinem Erfolg. Unser Tipp: Sehen Sie sich auf [www.fleischundco.at](http://www.fleischundco.at) das Video des Wettkampfs an – und genießen sie nochmals die grandiose Stimmung.

## Meier Verpackungen verstärkt die Geschäftsleitung

Stephan Holzhammer ist für den Bereich Verkauf & Marketing bei Meier Verpackungen verantwortlich. Der gebürtige Tiroler wird die Positionierung des Unternehmens als erster Ansprechpartner für nachhaltige Verpackungen und Verbrauchsmaterialien in Österreich weiter ausbauen. Darüber hinaus zählt die Entwicklung neuer und sortimentergänzender Geschäftsbereiche zu seinen Kernaufgaben. Über 20 Jahre Vertriebs- und Führungserfahrung im Hygieneproduktesegment und bei der Umsetzung nachhaltiger Projekte zeichnen ihn aus. Mit Stephan Holzhammer setzt Meier Verpackungen auf neue Vertriebskonzepte und auf Komplett- bzw. Systemlösungen für Großbetriebe – von Verpackungen und Verbrauchsmaterialien bis hin zu Hygienekonzepten. ■



# DIE WÜNSCHE DER KONSUMENTEN UMSETZEN

Anfang Dezember lud der Verband Österreichischer Schweinebauern zur Pressekonferenz in das Haus der Tierzucht in Wien – und stellte seine neue Tierwohlstrategie „Tierwohl.Schwein.Österreich.“ vor.



Um den gesellschaftlichen Forderungen im Bereich Tierwohl gerecht zu werden, hat der Verband Österreichischer Schweinebauern die Tierwohlstrategie „Tierwohl.Schwein.Österreich.“ erarbeitet. Diese Strategie umfasst einige Maßnahmen, um eine marktbaasierte Weiterentwicklung des Tierwohls in der österreichischen Schweinewirtschaft voranzutreiben.

## Diverse Tierwohl-Module

Anfang Dezember wurde diese in einer großen Pressekonferenz mit Obmann Walter Lederhilger und Thomas Reisecker, Koordinator Junger Veredler Österreich (Bild links) vorgestellt. „Wir spüren zunehmend, dass neben der Lebensmittelqualität und Leistbarkeit unserer Produkte auch der Wunsch nach mehr Tierwohl in der Schweinehaltung immer größer wird. Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst und setzen deshalb auf eine Vielzahl an Maßnahmen, um mehr Tierwohl in der österreichischen Schweinehaltung umzusetzen!“, so begrüßte Lederhilger die zahlreichen Pressevertreter der, coronabedingt, hybriden Veranstaltung.

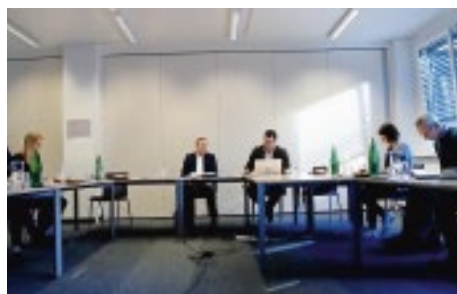
Fazit des Programms: Bis 2030 sollen eine Million Tierwohl-Schweine vermarktet werden, das wäre eine Anhebung von derzeit fünf auf 20 Prozent des Marktes.

Die höheren Standards sind an sich schon altbekannte Forderungen und sollen u. a. doppelter Platz, ständiger Zugang zu Auslauf, Fütterung mit EU-Eiweiß, Verzicht des Kupierens, Kastration unter Narkose, Antibiotika-Monitoring, etc. sein.

Die Tierwohlssysteme verursachen aber höhere laufende und Investitionskosten, die abgegolten werden müssen. Zudem soll auch eine echte Transparenz für den Konsumenten geschaffen werden, damit diese auch klare Kaufentscheidungen treffen können. Thomas Reisecker „Wir wollen auch in Zukunft Österreich zu 100% mit Schweinefleisch versorgen. Dazu braucht es solche Projekte. Geben wir der Branche diesbezüglich eine Chance. Doch es braucht eine Kennzeichnung, damit wird der Markt weiter stimuliert.“

Die Tierwohlstrategie ist ein Schritt in die richtige Richtung, soll allerdings ein freiwilliges System bleiben. Das gesamte Strategiepapier finden Sie unter [www.fleischundco.at](http://www.fleischundco.at) ■

Foto: Franz Enzmann, Meier Verpackungen, Franz Balscher, Screenshots



Das gesamte Sortiment  
[schenkenhilft.at](http://schenkenhilft.at)

DOPPELT

# Freude

SCHENKEN

z.B. mit unserer leckeren  
 Geschenkbox „Danke schön“

## SCHENKEN HILFT.

Mit den sinnvollen Präsenten vom Sterntalerhof.

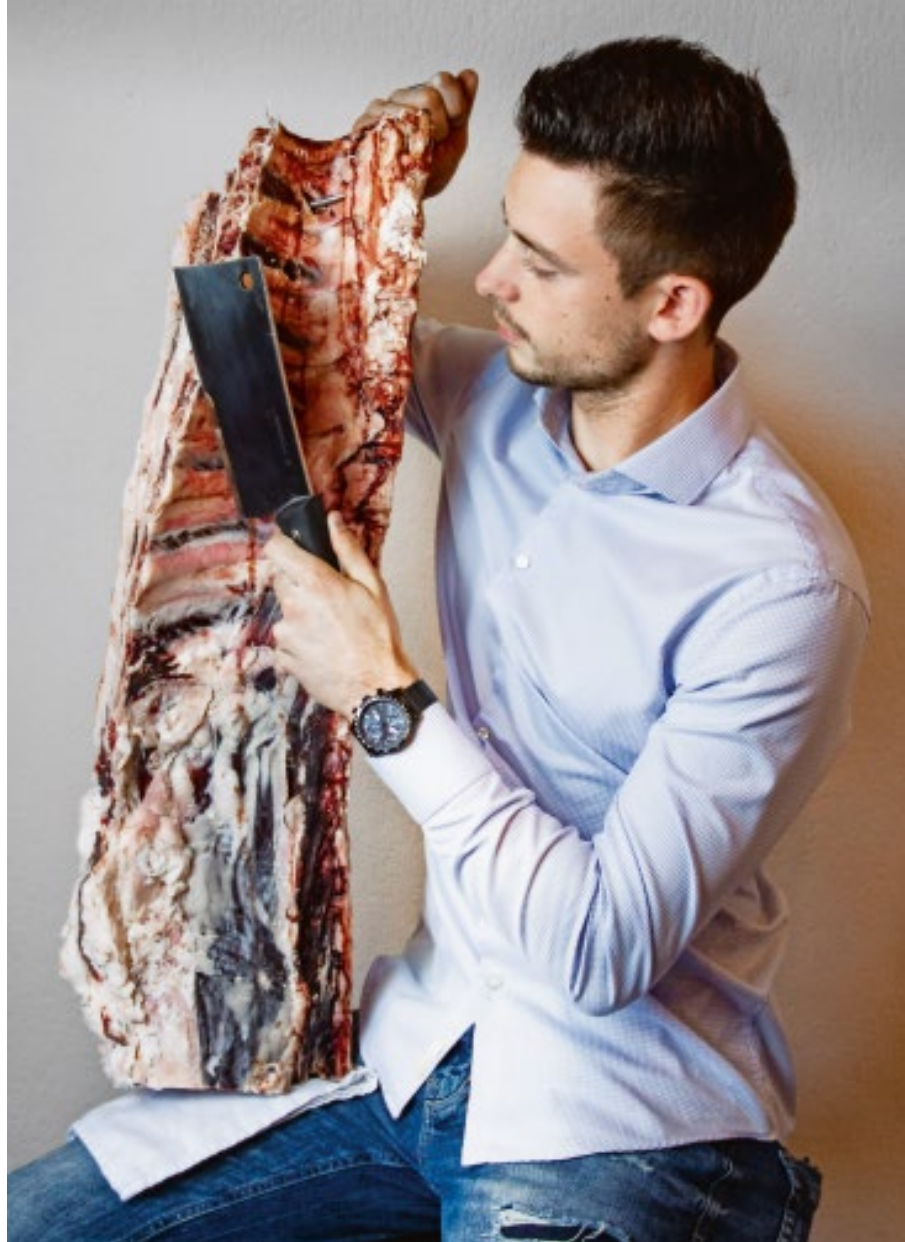
Jede Geschenkbox ist einzigartig komponiert und möge doppelt Freude schenken: den beschenkten Freunden, der Familie, dem Geschäftspartner oder der Mitarbeiterin – sowie den Kindern und ihren Familien am Sterntalerhof. Denn der Reinerlös kommt direkt unserer Arbeit zugute.

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



**Sterntalerhof**  
 ...schenkt Kindern ein Heute,  
 deren Morgen in den Sternen steht.

Die vierte Generation ehrt das Handwerk des Urgroßvaters: Mit Frischetheke, Reifeschrank und Restaurant definiert „Zum Riegler“ in Bad Fischau lokale Nahversorgung neu – im Ambiente aus dem Mittelalter regiert aber der gute Geschmack des 21. Jahrhunderts.



## „ZUM RIEGLER“ – CONCEPT STORE FÜR FLEISCH

Genau zu definieren, was „Zum Riegler“ jetzt eigentlich ist, fällt gar nicht so leicht. Auf der einen Seite erhielt die 3.400 Einwohner-Gemeinde Bad Fischau-Brunn im südlichen Niederösterreich damit wieder ein eigenes Fleisch-Fachgeschäft – als Neueröffnung ist das an sich bereits sehr bemerkenswert!

Doch am Stehtisch plaudern Einheimische beim Bier, ein paar Schritte weiter wird an der Frischetheke Beinschinken aufgeschnitten und im Gasträum macht einem der Geruch eines Burgers Appetit. Thomas Windisch, der mit seinem Vater „Zum Riegler by Windisch“ gegründet hat, tut sich auch selbst ein wenig schwer mit der Definition des Lokals im denkmalgeschützten Ambiente des Bad Fischauer Schlosses. „Unser wichtigster Slogan lautet ‚For the Lovers of good taste‘“, sieht er lieber eine g’schmackige Klammer

zwischen Frischfleisch-Verkauf, Jausen-Service und Rib-Eye-Steaks aus dem Reifeschrank. Würde Windisch Mode verkaufen, spräche man wohl von einem „Concept Store“. Denn handverlesen sind die Wurstwaren und das Fleisch, die seit September 2021 im neu eröffneten Lokal verkauft und verkocht werden. „Ich esse selbst gern gut“, so Windisch, „daher lautet der Anspruch hier auch immer: Was würde mich ansprechen?“

### Die Fleischerei im Schloss

Die Gemeindeführung sprach das Konzept der beiden Fischauer jedenfalls an. Per Ausschreibung suchte man nach einer Nachnutzung des historischen Gebäudeteils am Rand des neuen Ortszentrums. Im Kern geht das Schloss auf das 12. Jahrhundert zurück, was die Auflagen für den Umbau nicht gerade leicht machte. Drei Durchbrüche legten die

historischen Tonnengewölbe frei, in denen heute goldene Rinderschädel auf die neue Nutzung hinweisen. Gastro-Bewerber hätte es genug gegeben, doch man wollte einen Nachfolger für den früheren Delikatessenhändler und Nahversorger „Siegls“ gewinnen.

Rudolf Windisch, in dritter Generation Fleischer, ergriff diese Chance der gemischten Nutzung mit seinem Sohn. Allerdings wählte man einen Namen, der im Ort bis in die späten 1970er Jahre hinein das Synonym für Fleisch und Wurst war: „Zum Riegler“ ging man damals als Kind auf eine Extrawurstsemmel, während die Erwachsenen Gulasch-Fleisch oder Karreeschnitzerl kauften. Im örtlichen Sprachgebrauch hielt sich der Name auch dann noch einige Zeit, als längst Schwiegersohn Rudolf Windisch – der Großvater von Thomas – die Fleischerei von Fritz Riegler weiterführte. Und somit besteht übri-

gens auch keine Verwechslungsgefahr mit der Fleischerei Windisch im nahen Wiener Neustadt, die sein Onkel Stefan heute führt.

### Das Beste vom Besten

Vater und Sohn Windisch sind zudem auch weiterhin mit einem Fleischhandel für die Gastronomie zwischen Wien und Graz tätig. Die gute Vernetzung mit Fleischern in der Ost-Region stellt einen Vorteil des neuen Unternehmens dar. Kurz war sogar daran gedacht, eine eigene Schlachtung im Nachbarort wieder aufleben zu lassen, erzählt Thomas Windisch. Doch am Ende siegte die jetzige Konstellation, die das Beste aus den Cuttern und Selchen lokaler Kollegen in einem beeindruckenden Ambiente präsentiert.

Wulka-Prosciutto von Hans Bauer aus dem nahen Burgenland kommt auf die Antipasti-Platte, Martin Nötsch aus Puchberg liefert Fleisch, Kollege Rudolf Stickler aus Willendorf sorgt unter anderem für Wurstwaren. „Die harten Hauswürstel oder die Steinfeldler Jaus'nstangerl, eine Cabanossi, bereitet er sogar nach unserem Rezept zu“, wurden dafür Anleihen bei Thomas' Urgroßvater genommen. Freilich ein wenig modernisiert, sprich: mit weniger Fettanteil, zubereitet. Beide sind (wie die Bauernblunzen) bereits ein Renner im Frühgeschäft, das nur – zwei Kreuzungen von der A2-Auffahrt entfernt – blüht. An allen Werktagen wird daher auch bereits um 7 Uhr geöffnet im Bad Fischauer Familienbetrieb.

### Keine Fake News

Denn zwei Monate nach der Eröffnung geht das Jausen-Geschäft noch besser als der Frischfleisch-Verkauf. Letzterer wird aber auch noch erweitert. Die ersten Steaks werden gerade bei unserem Besuch aus dem „Englischen“ geschnitten. Man wollte keine fleischlichen „Fake News“, sondern mit der Eröffnung auch erst zu reifen beginnen. „So sehen die Stammkunden auch den Reifeprozess“, sieht Windisch neben dem „Hingucker“ im Lokal auch einen gewissen Bildungsauf-

trag. Dem er sich auch gerne widmet. „Da plaudere ich auch gerne eine halbe Stunde“, schließlich mache es ja gerade den Unterschied zum Supermarkt aus, „dass hier auch jemand ist, der die Steakreifung auch im Detail erklären kann“.

### Regionale Qualität

Apropos Steaks: Die Restaurant-Karte wartet mit saisonalen Schwerpunkten auf. Im Herbst folgt auf den Kürbis Wild und später Gansl. Vegetarisches findet man auf der Karte aber genauso wie die Kombination aus Fleisch und Gemüse. „Uns war es wichtig, dass auf der Karte jeder etwas für sich findet.“ Im Zweifel geht man den Weg der Qualität, „bei Produkten wie Zwiebel oder Pommes ist der Preisunterschied der Markenware zum Großhandel ja nicht so gravierend“, man zahle im Einkauf aber gerne mehr für klare Herkunft.

Das soll man auch schmecken, wenn an den rustikalen Holztischen einkehrt, die aus einem alten Dachstuhl von Tischlerhand gefertigt wurden. Selbst die Buns für die drei Burger im Restaurant wurden extra mit dem Bäcker Andreas Krenn entwickelt; sie sollten exakt ein wenig kleiner als die Rindfleisch-Patties von „Zum Riegler“ sein. Die Rezepte in Fischau entwickelt vielfach der Chef selbst, ein gutes Beispiel ist die „Bauern-Bowl“. Statt auf Reis oder Couscous baut die trendige Zubereitung auf Sauerkraut, Bratkartoffeln und Knödeln auf. Dafür gibt es als „Toppings“ auch Selchfleisch und Bratwürsteln. Auch die Oliven zur Vorspeise legt man selbst in einer Würzlake ein, das „gehobene Niveau“ war Thomas Windisch wichtig, wird er nicht müde zu betonen.

### Modernes Gesamtkonzept

Sieben Tage haben die Windischs das Restaurant geöffnet, lediglich von Oktober bis März ist montags geschlossen. Dafür kocht man auch am Sonntag bis 21 Uhr, ein Angebot, das bei Schönwetter im Außenbereich gerne angenommen wird. 120 Plätze zählt



das Restaurant in der Vollbelegung, davon 38 im Innenraum, wo sich mit zwei Schaukeln an der Theke auch die originellsten Sitzplätze befinden. Der rustikale Stil mit Augenzwinkern zieht sich bis zu den 150er-Nägeln als Garderoben-Haken durch.

Altes Schlachtwerkzeug ziert die Wände ebenso und stellt den Bezug zum Handwerk hinter den Köstlichkeiten her. Von denen es spätestens in der Sommersaison 2022 noch mehr geben soll. Über die Straße wartet mit dem Thermalbad und seinen beiden unchlorierten Schwimmbecken nämlich ein echter Touristenmagnet. „Wir werden sicher regelmäßig grillen“, schmiedet Rezeptentwickler Thomas Windisch bereits Pläne. Pastrami- oder Roastbeef-Sandwichs zum Mitnehmen soll es dann ebenso geben wie Salate „to go“. Vielleicht wird es sogar eine kleine Picknick-Wiese geben. Die passenden Weine jedenfalls hätte man im „Zum Riegler by Windisch“ schon jetzt: Wahlweise stehen zwei rote Haus-Cuvées parat. Sie heißen, passend zum neuen Fleisch-Eldorado, „Golden Ox“ und „Stier-blut“. Roland Graf ■

Zum Riegler by Windisch

■ A 2721 Bad Fischau, Wiener Neustädterstraße 3  
T 02639/22 992 W www.zumriegler-spezialitaeten.at





# MIT VERÄNDERUNG UND TATKRAFT ZUM ERFOLG

Im Gänsemarsch zum innovativen Vorzeigebetrieb: Im idyllischen Krusdorf hat sich die Familie Hütter auf Weide-Geflügel spezialisiert.

Die Familie Hütter aus Krusdorf in der Südoststeiermark hat über Jahrzehnte mit Veränderung und Tatkraft einen erfolgreichen Direktvermarktungsbetrieb aufgebaut. Die Haltung wurde verändert, immer wieder Produkte verworfen und neu gestaltet – und die Kinder und Schwiegerkinder eingebunden, nach ihren Stärken und Vorstellungen.

## Auch am Beginn schon Fleisch

Der Hauptbetrieb besteht bereits seit mehr als 100 Jahren und wird heute in fünfter Generation geführt. Der Beginn war auch schon mit Fleisch verbunden und so wurde Rind- und Schweinefleisch vermarktet. Im Jahr 1990 erfolgte eine Ergänzung zu Geflügel und der Rest ist Geschichte. Die Geflügelvermarktung wurde langsam und stetig aufgebaut. Wenige Tiere wurden wöchentlich geschlachtet, die Pionierzeiten geprägt von viel Improvisation und Motivation. Durch einen Schicksalsschlag musste der Betrieb auch schnell übernommen werden und man schritt zur Tat. Gleich zu Beginn wurde die „Marktfahrerei“ aufgenommen und Bauernmärkte in und rund um Graz waren das erste Ziel der jungen Familie. Mit den Erfolgen wurde auch konsequent investiert und 2000 folgte die Investition in eine Verarbeitungs-

anlage für Geflügel. Mittlerweile sind mit Gänsen, Enten, Truthühnern und Hühnern vier verschiedene Geflügelgattungen am Betrieb und werden zu rund 250 Produkten verarbeitet. Geschmacksverstärker werden keine verwendet und ein Großteil im Glas ist mit natürlicher Haltbarkeit.

Besonders bekannt ist der Vermarkter für seine Weihnachtspüte. Über die Jahrzehnte wurde speziell die Weihnachtssaison mit der vorgelagerten Gansl-Saison zum Schwerpunkt der Familie. Die Weihnachtspüte – sie beginnt meist bei vier und kann bis zu zwölf Kilo nachgefragt werden – ist weiterhin beliebt. Neben dem traditionellen Gansl-Braten zu Weihnachten, wird auch immer mehr die Weihnachtssente nachgefragt.

## Von der Bodenhaltung zur Weidehaltung und noch weiter?

Der enge Kontakt in der Direktvermarktung und der stete Blick auf zukünftige Marktanforderungen, brachte die Familie dazu, auch die Haltung zu überdenken. Deshalb wurde vor rund zehn Jahren bereits mit anderen Stallungen experimentiert. So wurden verschiedene Zelte und Stalleinrichtungen getestet, adaptiert und für die eigenen Zwecke umgebaut. Nach Jahren des Experimentierens hat man sein System gefunden. So wurden mittlerweile alle Stallungen auf konsequente Weidehaltung umgestellt und die vormaligen Ställe dienen zur Aufzucht der Küken und Gössel. Somit wurden vier Produktionsrichtungen geschaffen: das Wei-

Patrick ist wieder am Weg zu den Weidegänsen und sorgt am Hof für das Wohl der Tiere.



dehuhn, der Weidetruthahn, die Weide-Ente und die Weidegans.

Aufgrund der Umstellung kann zwar nicht mehr ganzjährig produziert werden, aber aufgrund der Vielzahl an Produkten, kann die Winterzeit gut überbrückt werden. Das nächste Projekt steht bereits in den Startlöchern: Zu den bestehenden Weidesystemen werden eigens Mobilställe gebaut und ausgestattet. Diese Kombination ermöglicht auch die Aufzucht im Stall, verringert den Tiertransport am eigenen Betrieb und schafft einen schnelleren Zugang zur Weide. Zudem bestehen mit unterschiedlichen Geflügelgattungen in dieser Größenordnung bereits große Risiken im Hygienemanagement, die durch verschiedene Standorte und mobile Systeme aber gut im Griff gehalten werden können.

### Die Familie als Trumpf

Alle vier Kinder sind oder waren im Betrieb integriert und mittlerweile sind auch schon die Schwiegerkinder hauptberuflich und mit ihren eigenen Stärken verankert. Die älteste Tochter Monika hat den Betrieb ebenso mit aufgebaut und heute liegt das Marketing in ihrer Verantwortung. Mittlerweile ist sie in den sozialen Bereich gewechselt und übernimmt dort wichtige Aufgaben.

Der älteste Sohn Patrick ist neben der technischen Entwicklung in der Schlachttstätte auch in der Tierhaltung im Einsatz. Nebenbei hat er den elterlichen Fahrverkauf aus dem Unternehmen losgelöst und ist eigenständig mit Partnerin Verena und mehreren Angestellten auf verschiedenen Touren unterwegs. Neben den Produkten des eigenen Hofes gibt es ein Vollsortiment über Fleisch, Fisch, Eierzeugnissen u. v. m.

Der jüngere Sohn Martin und seine Partnerin Julia Knittelfelder sind aus dem Bereich Gastronomie und Event und bringen ihre Fähigkeiten und Erfahrungen in der Weiterverarbeitung, Marketing und Verkauf ein. Mit Claudia, der jüngsten Tochter, steht speziell zum Wochenende und zur Hochsaison eine tatkräftige Verkäuferin zur Seite.

### Corona – Wachstum oder Bremse?

Der Start der Corona-Pandemie war eine große Herausforderung für die Familie. Die große Angst der Gastro-Verluste konnte durch die vielen Standbeine im Verkauf auf Märkten und durch Fahrverkauf egalisiert werden und Menschen strömten in Scharren zu ihren Märkten und auf den Hof. Das sprichwörtliche Sommerloch konnte man 2020 auch nicht bemerken, sicher aufgrund der unsicheren Reiselage, aber auch wegen des veränderten Konsumverhaltens. „Wir



merken, dass die Leute mehr auf Regionalität setzen und auf den Märkten mehr los ist“, meint Julia Knittelfelder, „so brachte und bringt die COVID-19-Pandemie großes Leid über die Welt und viele Schwierigkeiten mit sich. Im Hinblick auf Regionalität und regionale Wirtschaftskreisläufe, scheint sie jedoch ein guter Beschleuniger zu sein.“

### Nah am Kunden

Wenn man nach dem Credo der Familie fragt, ist schnell klar, dass der direkte Kontakt mit dem Kunden, im Mittelpunkt aller Anstrengungen steht. Dort holt man sich nicht nur das Feedback zu den Produkten und auch das Lob als Motivation für die hohe

Arbeitsbelastung, sondern auch Ideen und Erwartungen zur Tierhaltung. Das Produkt ist der Mittelpunkt der Leistung, aber bestimmt wird es vom Kunden.

Der Betrieb soll in rund fünf Jahren übergeben werden – die Kinder bereits voll integriert und führen Teilbereiche als selbstständige Unternehmen. Aber bis dahin wird sicherlich noch die eine oder andere Idee umgesetzt werden. „Nie stehen bleiben!“, gab uns als letzte Wortmeldung noch Alt-Chef August Hütter mit auf den Weg.

Matthias Mayr ■

Hütter: Pute & Huhn  
A 8345 Straden, Krusdorf 12  
T 03473/86 42 W www.pute-huhn.at



Regionaler  
Hochgenuss  
mit Verantwortung  
und Haltung  
– so einfach und  
so gut.



Tourismus, Gastronomie, Direktvermarkter und Landwirtschaft sind im Tiroler Ötztal eng verzahnt – und diese Bande werden immer stärker und nachhaltiger geknüpft.

# FÜR MEHR WERTSCHÄTZUNG UND WERTSCHÖPFUNG

Genuss und Qualität gewinnen in Österreich einen immer höheren Stellenwert. Hochwertige regionale und saisonale Lebensmittel mit entsprechender Ökobilanz werden zunehmend geschätzt, nicht nur von den verantwortungsvollen Konsument:innen, sondern immer mehr auch in der Gastronomie. In der Genussregion Ötztal hat man diesen Trend schon seit einiger Zeit erkannt und fördert aktiv die bewusste Wahrnehmung der vor Ort produzierten Qualitätsprodukte. Unter diesem Motto bringt man im Ötztal seit 2019 Lehrlinge und interessierte Mitarbeiter:innen aus Hotellerie, Gastronomie und Tourismus mit den Produktionsbetrieben vor Ort zusammen. Ein Erfolgsprojekt!

## Ötztaler Genussbotschafter 2021

Im Rahmen der Ausbildung „Genussbotschafter:in Ötztal“ erfahren die interessierten Teilnehmer:innen, was alles im Ötztal wächst und gedeiht und welche regionalen Besonderheiten das Tiroler Tal bietet – vom Ötztaler Bergschaf bis hin zur Preiselbeere. Dabei werden die wichtigsten Verarbeitungstechniken gezeigt oder zur aktiven Mitarbeit in den taleigenen Käsereien, Imkerei und anderen Betrieben geladen. So ergibt sich ganz natürlich eine intensive Begegnung mit dem Natur- und Kulturraum Ötztal, der gelebten Traditionen, der Esskultur sowie altbewährter Sortenvielfalt.

Aufgebaut ist die Ausbildung zum/zur Genussbotschafter:in Ötztal in drei einwöchige Module. Das jeweils erste Modul dieser

insgesamt dreiwöchigen Ausbildung widmet sich der Wertschätzung von traditionell im Ötztal aufgezogenen und gezüchteten Tieren, wie dem Tiroler Grauvieh und dem Ötztaler Bergschaf. Die Module II und III stellen die Almwirtschaft, Käse- und Milchprodukte, Imkern im Hochgebirge, Foodhunting in der freien Natur, Getreide-, Gemüse- und Weinanbau, Fischzucht, Herstellung von heimischen Mehlen und Polenta und biologische Landwirtschaft in den Fokus.

Naturgemäß interessiert uns das Modul I, in dem regionale Fleischspezialitäten im Mittelpunkt stehen, vorrangig. Schon 2020 hat Fleisch & Co über die nachahmenswerte Ausbildungsinitiative im Tiroler Ötztal berichtet. Auch im Ausbildungskurs 2021 hat wieder Matthias Wilhelm von der Hofmetzgerei Wilhelm in Sölden sein Wissen weitergegeben. Die Teilnehmer:innen erlebten die fachgerechte Schlachtung und Zerteilung von Rind und Schaf hautnah.

„Köch:innen sollten wissen, wie die Produkte entstehen, die sie zu Speisen verarbeiten“, erklärt Wilhelm seine Motivation. „Das fördert auch das Verständnis für unsere Arbeit als Fleischer:innen.“ Er selbst sieht die Herkunftsbezeichnung als wichtiges Qualitätsmerkmal in der Gastronomie.

## Wissbegierige Lehrlinge

Über so wissbegierige Lehrlinge wie etwa Chanette Gstrein aus Sölden freut er sich der Fleischer natürlich besonders. Die Köchin im dritten Lehrjahr betonte im Fleisch & Co-Gespräch, Regionalität sei für sie ein wichtiges

Thema und sie freue sich darüber, dass im Rahmen des Workshops das Bewusstsein dafür gestärkt werde, wo Fleisch und andere Zutaten herkommen.

Helena Reinstadler, Köchin und Kellnerin im vierten Lehrjahr, stammt aus einer Bauernschaft: „Ich weiß, wie man mit Vieh umgeht oder einen Fisch ausnimmt.“ Weil aber nicht alle Anwesenden solcherlei Vorkenntnisse aufweisen können, ging es im Workshop auch um das Kennenlernen und Zuordnen der einzelnen Teilstücke der Tiere. So erklärte Experte Wilhelm mit viel Geduld Fachbegriffe wie Dicke Schulter, Schulterschmelze oder Meisel. „Vielen ist nicht bewusst, dass fast jeder Teil des Tieres verarbeitet werden kann. Das zeichnet einen guten Koch und eine gute Köchin aus. Die Lehrlinge haben gesehen, dass es nicht nur Edelteile, sondern auch andere Teile gibt, die man super auf den Teller bringen kann.“

## Ötztaler Zusammenarbeit

Raphael Kuen, Vorstand der Rinderzucht Tirol und Geschäftsführer von Tiroler Grauvieh, informierte die neuen Genussbotschafter über die Herausforderungen der Qualitätsfleischproduktion im Berggebiet und die Konkurrenzfähigkeit der kleinstrukturierten Landwirtschaft gegenüber der konventionellen Massentierhaltung. In seinem Vortrag nahm er die Lehrlinge mit auf eine Weltreise, um aufzuzeigen, wie unterschiedlich Fleisch rund um den Globus produziert wird. Regionen oder Regionalität zu definieren, sei für den Einzelnen oft gar nicht so leicht: „Für

manche ist das Nachbartal schon nicht mehr regional, andere hingegen zählen sogar Südtirol sehr wohl noch zu eigenen Region.“

Für Kuen birgt ein zu enger Regionalitätsbegriff auch Fallstricke. Wer beim Einkauf von Lebensmitteln seine Region schon beim übernächsten Nachbardorf enden lasse, sehe sich (häufig) nicht etwa in der nächstgrößeren „Region“ um, sondern kaufe gleich auf dem globalen Markt ein. Zu teuer und nicht verfügbar, hieße es dann oft. „Rind- und Kalbfleisch wird im Ötztal und in Tirol schon in beträchtlichen Mengen produziert. Österreichweit liegt der Selbstversorgungsgrad weit über 100 %. Somit kann der agrarische Osten die Lücken im Bedarf des touristisch geprägten Westens schließen“, erklärt Kuen.

### Regionalität im Großhandel

Schlossen im September 2021 die neuen Genussbotschafter:innen Ötztal ihre dreiwöchige Ausbildung ab, folgte bereits im Oktober 2021 der nächste Streich des innovativen Tals.

Knapp 100 Teilnehmer:innen folgten der Einladung von Ötztal Tourismus zum Austausch über Regionalität. Den Auftakt bildete der Vortrag „Mehr Wertschätzung und Wertschöpfung für unsere regional erzeugten Lebensmittel“ von Hannes Royer, Vereinsobmann „Land schafft Leben“. Daran anschließend brachten die Akteure aus Tourismus und Landwirtschaft im Rahmen einer Podiumsdiskussion ihre Standpunkte vor.

„Diese Veranstaltung dient als Startschuss und soll dazu führen, dass regionale Produkte aus dem Tal in den Großhandel gelangen. Damit können Gastronom:innen diese leichter beziehen. Am Ende dieses Prozesses steht die Vermarktung des Ötztals als Genussregion“, erklärte Dominik Linser von Ötztal Tourismus. Passend dazu ging Hannes Royer in seinem Vortrag unter anderem folgenden Fragen auf den Grund: „Ist Regionalität nur ein Trend? Wissen wir, wie unser tägliches Brot erzeugt wird und welche Arbeit dahintersteckt? Was sind uns unsere Lebensmittel eigentlich wert?“

Royer ist es ein Anliegen, Brücken zwischen Landwirtschaft, Lebensmittelverarbeitung, Handel und Konsumenten zu schlagen und langfristig ein neues Qualitätsbewusstsein für in Österreich hergestellte Lebensmittel zu schaffen. Im Moment stamme davon in der Gastronomie weniger als 10 Prozent (!) aus Österreich, wohingegen die Mehrzahl der Gäste davon ausgeht, das meiste sei regional. Dabei liege der Selbstversorgungsgrad in Österreich bei vielen Lebensmitteln deutlich über 100 % – Tirol ausgenommen, wo dieser in Bezug auf Schweinefleisch, Eier, Geflügel



Fortbildung mit viel Praxis: In der Metzgerei Wilhem durften die Genussbotschafter:innen selber Schnitzel schneiden. Fleischer Matthias Wilhelm von der Hofmetzgerei in Sölden zeigte detailreich auf, wie das Schlachten und Zerteilen vor sich geht und vermittelte sehr anschaulich Fachbegriffe wie Dicke Schulter, Schulterschmelze oder Meisel.

# FERTIG!

Oh Baby, war's für dich auch so lecker wie für mich? Convenience zum Reinlegen gut!

**JETZT TESTEN!**

**+49 9153 9229-0**

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

**Beck**

Gewürze und Additive

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



Bei der Podiumsdiskussion wurden die Chancen und Probleme der heimischen Landwirtschaft im Austausch mit den Öztaler Produzent:innen erörtert.

Spannende Podiumsdiskussion und ebensolcher Vortrag von und mit Hannes Royer, Obmann des Vereins „Land schafft Leben“.

oder Gemüse gegen null geht. „Wir schwimmen im Rindfleisch, exportieren zig Tausend Tonnen Kalbfleisch, nur um dieses wieder zu importieren“, führte Royer dem Publikum die Absurdität der Situation vor Augen und ergänzte: „Wir denken in der regionalen Lebensmittelproduktion immer noch viel zu klein und kurzfristig.“

### Die Gastronomie muss mitmachen

Laut Royer ist gerade die Gesprächsbereitschaft untereinander dringend nötig, um die Zukunft gemeinsam planen und gestalten zu können. Er betonte aber auch, dass in der Gastronomie ein dem Lebensmittelhandel gegenläufiger Trend weg von der Regionalität zu beobachten sei. Dabei scheitert es weniger am Angebot als vielmehr an der Bewusstseinsbildung: „Fleisch aus Argentinien weist einen katastrophalen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck auf, unsere österreichische Landwirtschaft hingegen entspricht genau den Voraussetzungen für Produkte, die klimaverträglich sind.“ Royer appellierte ans Publikum: „Es liegt an euch. Wenn ein paar Vorzeigebetriebe entstehen, dann habt ihr die Nase vorn.“

Die Produzentin und Direktvermarkterin von Ziegenmilch und -fleisch, Marita Kuen aus Längenfeld, nutzte die Möglichkeit des Formats, das eigene Anliegen zu artikulieren: „Ich sehe ein Problem beim Absatz in der Gastronomie aufgrund der Preisempfindlichkeit.“ Ihre Produkte und Ziegenkitze vermarktet Kuen daher meist privat. Bertram Kuprian, Dorfmetzger in Längenfeld, entgegnete, er kenne genügend Betriebe im Tourismus, die eine entsprechende Qualität gerne abnähmen und richtete seinerseits einen Denkanstoß an die Produzent:innen: „Die Qualität muss im Alltagsgeschäft auch dem entsprechen, was in der Küche tatsächlich gebraucht wird.“

Angelika Falkner, Gastgeberin im Fünfsternhotel Das Central in Sölden und Geschäftsführerin Fleischhof Oberland in Imst, bekräftigte, dass ihr Betrieb versuche, regional einzukaufen. Sie setzt dabei auf langfristige Partnerschaften: „Alles, was bei uns in der Gegend produziert wird, können wir brauchen. Die Bereitschaft muss von allen Beteiligten gegeben sein. Aus Lieferantensicht stehen wir hier immer wieder vor großen Herausforderungen.“

### Pilotprojekt für mehr Regionalität

Der Geschäftsführer der Riml Gastrobetriebe, Florian Wedde, widmet sich im Rahmen eines Pilotprojekts aktiv dem Thema Regionalität: „Wir vermarkten das Tiroler Almrind, indem wir zwei Tiere im Drei-Wochen-Rhythmus abnehmen und alle Teile verarbeiten.“ Eine Herausforderung in der Gastronomie sieht Wedde darin, dass die meisten Küchenchefs nicht wissen, an wen sie sich wenden sollen: „Die Produzent:innen müssen sich überlegen, wie sie in die Gastronomie kommen und welche Qualität sie vermarkten wollen.“

Michael Wurzrainer von der Rinderzucht Tirol entgegnete, die Bauern würden sich fertige Projekte wünschen, an denen sie sich beteiligen können. Als positives Beispiel führte er das Projekt der Riml Gastrobetriebe an: „Heuer könnte es gelingen, dass wir mehr ins Öztal liefern, als die Rinderzucht Tirol insgesamt in den letzten 15 Jahren in die Tiroler Gastronomie vermarkten konnte.“ Er betonte dabei auch die Wichtigkeit der Qualität der heimischen Ware, die den Importen aus Übersee in nichts nachstehen dürfe. Nicht von ungefähr liefert die Rinderzucht Tirol jedes Jahr Tausende Stück bzw. zig Tonnen Rindfleisch in den Lebensmitteleinzelhandel. *Barbara Egger* ■



Lukas Scheiber, Vorstand Ötztal Tourismus (r.), sieht eine vereinte Zukunft für Lebensmittelherzeuger- und Abnehmerbetriebe.



Angelika Falkner (l.), Hotel Central Sölden und GF Fleischhof Oberland Imst, und Direktvermarkterin Marita Kuen (r.).



Bertram Kuprian, Metzgerei Kuprian Längenfeld (l.) und Florian Wedde (r.), Geschäftsführer der Riml Gastrobetriebe in Sölden.



Bildung mit Erfahrung seit 1928  
**1. Bayerische Fleischerschule Landshut**  
 DER CAMPUS DER FLEISCHBRANCHE



**Gesundes Fleisch aus der Region und aus natürlichem Umfeld: Bei zwei Wild-Workshops an der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut lernen die Teilnehmer 2022 das professionelle Zerlegen von Rehkeule und -schulter sowie die bestmögliche Verwertung von Hirsch, Wildschwein & Co in Theke, Wurstküche und Küche.**

## TREND-THEMEN GRILLEN UND WILD 2022 IM FOKUS

Innovativ, umfassend und erfolgreich: Das Programm 2022 der 1. Bayerischen Fleischerschule kann sich wirklich sehen lassen. Hier ein erster Eindruck des Angebots.

Das Fleischerhandwerk muss Trends erspüren und neue Produkt- und Geschmacksideen erfolgreich in sein Sortiment einbauen, um am Markt erfolgreich zu bleiben. „Wir wollen dabei mit unserem Fortbildungsangebot auch 2022 als Wegweiser und Unterstützer dienen“, sagt Barbara Zinkl, Geschäftsführerin der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut. Fürs neue Jahr hat man die Lust auf Wild in der Metzgertheke und die Grillbegeisterung der Kunden als spannende Themen mit gleich vier Kursen in den Fokus gestellt. Wichtigste Innovation: ein mehrtägiger Grill-Kurs, der im Frühling erstmalig für maximal 15 Teilnehmer angeboten wird. Von Grillkunde (Geschichte, Arten und Geräte) über die besten Steak-Cuts, Spareribs aus dem Smoker, leckere Saucen und Gesundheitsaspekte bis zu Tastings reichen die Inhalte, die Grill-WM-erprobte Referenten vermitteln. Bei bestandener schriftlicher und praktischer Prüfung lockt ein Fachschul-Zertifikat. Ein weiterer Kurs ist in Planung und wird im Mai zur Weltleitmesse IFFA in Frankfurt vorgestellt. Man darf gespannt bleiben!



Fleischsommeliers Yannick Meurer & Timo Schwarz (r.) geben Praxistipps.

ner geben Tipps zum Zerlegen, Bereiten, Kochen und Grillen von Reh, Hirsch, Wildschwein & Co.

Ein Produktions-Workshop mit Jan Schemmer am 17. & 18. September vermittelt das Zerlegen, Zerwirken, Würsten mit Wild. In drei interessanten Tagesseminaren gibt Fleischsommelière Andrea Franke ihr Know-how weiter: am 31.1. zur „Nose to Tail“-Verwertung von Rind und Schwein, am 1.2. zu außergewöhnlichen Fleischreifungsmethoden und vor Ostern zu modernen Geschenkideen aus der Metzgerei.

Nicht fehlen im Weiterbildungskatalog 2022 der 1.BFS dürfen freilich die drei zwölfwöchigen Meisterkurse (10.1., 25.4., 8.9.), vier neuntägige Lehrgänge zum Fleischsommelier (15.1., 12.3., 25.6., 5.11.) und zwei siebentägige Kurse zum Wurst- und Schinkensommelier (26.3., 19.11.). Daneben finden in Landshut (oder in Betrieben/Innungen) eine Vielzahl von Tagesseminaren zu fleischerhandwerklichen Themen von Wurstproduktion über Buchführung bis Plattenlegen statt. ■

### Weiterbildungskatalog gratis

Nähere Infos und den Weiterbildungskatalog 2022 gibt es auf Anfrage im Schulsekretariat der **1. Bayerischen Fleischerschule**

**A** D-84030 Landshut, Straubinger Str. 16, **T** +49 (0) 871/72 030 **M** info@fleischerschule-landshut.de **W** www.fleischerschule-landshut.de

## Termine

### Jederzeit, im Betrieb

#### Weiterbildung

Die Fleischerschule Landshut bietet Weiterbildungsinhalte von Produktion bis Verkauf, von Zerlegung bis Controlling, von Betriebswirtschaft bis zu Filialmanagement auch vor Ort in den Betrieben an. Mit Bausteinen nach Bedarf werden individuelle Schulungskonzepte erstellt. Die Umsetzung in Workshops, Seminaren und Coachings für Gruppen oder Einzelne erfolgt durch praxiserfahrene Experten; Termine und Orte nach Absprache. Alle Infos & Anmeldung: [www.fleischerschule-landshut.de](http://www.fleischerschule-landshut.de)

### Jederzeit, online

#### Master-Studiengang „Unternehmensführung“, Schwerpunkt Fleischwirtschaft

Mehrjähriger Online-Kurs mit Präsenzeinheiten zum akademischen Abschluss für Metzgermeister und Betriebswirte (mit Berufspraxis). Kooperationsprojekt der FH Burgenland und der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut. Alle Infos & Anmeldung: [www.fleischerschule-landshut.de](http://www.fleischerschule-landshut.de)

### ... auf einen Blick

- 31. 1. 2022 Tagesseminar**  
 „Nose to Tail“-Verwertung von Rind und Schwein
- 1. 2. 2022 Tagesseminar**  
 Außergewöhnliche Fleischreifungsmethoden
- 21. 3. 2022 Tagesseminar**  
 Moderne Geschenkideen aus der Metzgerei
- Meisterkurse**  
 ab 10. 1. 2022  
 ab 25. 4. 2022  
 ab 8. 9. 2022
- Kurse Fleischsommelier**  
 ab 15. 1. 2022  
 ab 12. 3. 2022  
 ab 25. 6. 2022  
 ab 5. 11. 2022
- Kurse zum Wurst- und Schinkensommelier**  
 ab 26. 3. 2022  
 ab 19. 11. 2022

Alle Infos & Anmeldung: [www.fleischerschule-landshut.de](http://www.fleischerschule-landshut.de)



Bettcher Industries ist der weltweit führende Anbieter von innovativen, hochleistungsfähigen Schneid- und Trimmwerkzeugen für industrielle Anwendungen. Die jüngste Generation der Trimmer des US-amerikanischen Unternehmens macht die Fleischbearbeitung jetzt noch schneller, präziser und ergonomischer. Das überzeugte auch Frischfleischproduzent Müller Fleisch aus Birkenfeld in Baden-Württemberg.

# LEISTUNG, QUALITÄT UND ERGONOMISCHE HANDHABUNG

Die Abnehmer von Müller Fleisch zeichnen sich durch einen hohen Anspruch und eine zunehmende Spezialisierung aus –, die sich auch auf die Produktionsabläufe des Fleischverarbeiters auswirken: Insgesamt wird von den Kunden deutlich mehr kategorisierte Ware gewünscht. „Während noch bis vor einiger Zeit eher Grobteile geordert wurden, z. B. ganze Schlegel für die Verarbeitung zu Schwarzwälder Schinken, sind heute viel öfter Teilstücke gefragt. Diese sollen wir schon in vorgegebenen Gewichtsklassen und Formen ausliefern. Zudem bevorzugt der Handel Fleisch, das direkt am Standort der Zerlegung auch portioniert und verpackt wird, um mikrobiologische Risiken zu senken und die Haltbarkeit weiter zu erhöhen“, erzählt Lothar Kusche, Geschäfts- und Betriebsleitung bei Müller Fleisch in Birkenfeld.

## Viele Arbeitsschritte manuell

Die immer anspruchsvolleren Kundenwünsche machten es erforderlich, auch die Prozesse in der Zerlegung bei Müller Fleisch anzupassen und immer wieder durch zusätzliche Tätigkeiten zu ergänzen. So werden heute am Standort Birkenfeld bereits in der Zerlegung mit verschiedenen Schneidtechniken sehr gleichmäßige Produkte hergestellt, die dann in den Folgeabteilungen nicht weiter sortiert werden müssen. „Die Herausforderung dabei: Fleisch ist ein Naturprodukt, jedes Stück ist anders beschaffen. Darum werden bei uns viele Bearbeitungsschritte manuell vorgenommen“, so Johannes Griechbaum aus der Bereichsleitung Schwein bei der Müller Fleisch GmbH.

Dafür setzt Müller Fleisch seit rund einem Jahrzehnt auf seinen Partner Bettcher

Industries. Das US-amerikanische Unternehmen ist der weltweit führende Anbieter von innovativen, hochleistungsfähigen Schneid- und Trimmwerkzeugen für industrielle Anwendungen. Der europäische Standort Bettcher GmbH im Schweizer Dierikon betreut zahlreiche Märkte im Direktvertrieb und ist auch Ansprechpartner von Müller Fleisch.

## Rundmesser von Bettcher

Im Werk in Birkenfeld werden die elektrischen Rundmesser von Bettcher für verschiedene Arbeitsschritte eingesetzt. Müller Fleisch nutzt die Hochleistungstrimmer unter anderem in der Schinkenverarbeitung und in der Bearbeitung von Schweinelachs: Die Fleischstücke werden mit dem Trimmer entfettet und von Unebenheiten befreit. Das Restfett wird dabei bis zur Silberhaut, der

**Müller Fleisch nutzt die Hochleistungstrimmer unter anderem in der Schinkenverarbeitung und in der Bearbeitung von Schweinelachs: Die Fleischstücke werden mit dem Trimmer entfettet und von Unebenheiten befreit.**

natürlichen Trennung zwischen Speck und Fleisch, entfernt. Die elektrischen Trimmer schälen das Fleisch dabei sauber und schnell ab, ohne die Edelteile zu verletzen. Dabei entstehen einheitliche Produkte, die sich effizient weiterverarbeiten lassen.

Auch für die Rückenmarkentfernung bei der Rinderschlachtung, seit der BSE-Situation eine Vorgabe, werden die handlichen Geräte angewendet: Hierbei entfernt der Bettcher Trimmvac mit seiner rotierenden Klinge vollständig das Rückenmark und die Rückenmarkhaut. Das Risikomaterial wird durch den Trimmer beim Entfernen direkt abgesaugt, die Knochenhaut mit der Klinge getrennt und das gesamte Material mittels Vakuum in die Entsorgung abtransportiert. Die Schneidwerkzeuge unterstützen die Mitarbeiter von Müller Fleisch insgesamt bei einer präzisen Bearbeitung der Fleischstücke und sind gleichzeitig auf ein sehr schnelles Arbeiten ausgelegt.

### Quantum Flex Trimmer 850

Müller Fleisch entschied sich für die Quantum Flex Trimmer 850, Geräte der jüngsten Generation. „Wir haben diese Werkzeuge in Bezug auf Leistung, Gewicht und Ergonomie gegenüber ihren Vorgängermodellen weiter optimiert: Sie liegen gut in der Hand, sind leicht zu bedienen und zeichnen sich durch ein vergleichsweise geringes Gewicht aus“, erzählt Markus Jentner, International Sales Manager Bettcher GmbH. Die Geräte lassen sich durch auf die Handgröße abgestimmte Griffe jedem Nutzer individuell anpassen. Durch die sogenannte doppelte Führung des Messers entstehen bei der Anwendung weniger Vibrationen – eine echte Innovation. Das erleichtert die Arbeit mit dem Gerät und verursacht weniger Verschleiß am Messer und dem Messerrahmen.

Die neue patentierte Verriegelung des Messers bewirkt, dass der Rahmen nicht mehr eingestellt werden muss und sich das Messer in immer gleicher Position befindet. Weitere technische Anpassungen haben Schneidkraft und Schneidgeschwindigkeit der Werkzeuge erhöht. Das komplette Trimmer-System besteht aus einem der verschie-



denen Handstücke, einer Antriebswelle, dem Motor und einem Handschleifer. Die Trimmer der jüngsten Generation können entweder mit Druckluft oder elektrisch mit Bettcher-Motoren – auch denen der älteren Generationen – betrieben werden. Mit den optional erhältlichen Schleifmaschinen, die so konstruiert sind, dass auch Laien damit umgehen können, werden die Klingen einmal täglich in dem Fleischverarbeitungsbetrieb nachgeschliffen.

### Schnell, präzise und ergonomisch

Die Entscheidung hat sich bei Müller Fleisch ausgezahlt: Durch das ergonomische Design und das geringe Gewicht sind die Geräte besonders anwenderfreundlich und machen auch ungeübten Mitarbeitern den Umgang leicht.

Insgesamt tragen die Werkzeuge zu effizienteren Prozessabläufen im Werk in Birkenfeld bei. So ist beispielsweise in der Schinkenbearbeitung statt der etwa drei Beschäftigten, die diesen Prozessschritt mit herkömmlichen Messern vornehmen würden, bei gleichem Zeitaufwand nun nur noch ein Mitarbeiter für diesen Arbeitsschritt erforderlich.

Einen weiteren Vorteil erzielte der Fleischverarbeiter mit einer Veränderung des Trimmer-Antriebs. Denn bereits vor einigen Jahren stieg das Unternehmen von luftbetriebenen Geräten komplett auf Elektroantrieb um. „Die Energieeinsparungen, die wir damit erreicht haben, belegen, dass sich auch die Optimierung vermeintlich kleinerer Geräte auf das Gesamtergebnis in unserer energieintensiven Fleischbranche deutlich niederschlägt“, unterstreicht Lothar Kusche. Zudem überzeugten die elektrisch betriebenen Trimmer bei Müller Fleisch

durch ihre höhere Geschwindigkeit in der Fleischbearbeitung und einen noch stabileren und zuverlässigeren Betrieb. Gleichzeitig verringerten sich der Wartungsbedarf und auch die Lärmbelastung in der Produktion.

### Anwenderfreundlicher Trimmer

Damit der Zweischichtbetrieb in Birkenfeld an sechs Tagen pro Woche immer reibungslos aufrechterhalten werden kann, hält der Fleischverarbeiter eine gewisse Anzahl von Klingen und Ersatzteilen für seine Trimmer vor. Im Notfall baut er auf schnelle Reaktionszeiten seines Partners, damit die Produktion nicht stillsteht. Dafür hat der Trimmer-Lieferant seine Bettcher-Experten im Einsatz – viele davon ausgebildete Metzger, die ihren Kunden mit Rat und Tat zur Seite stehen und unter anderem regelmäßige Mitarbeiterschulungen durchführen.

Bei Müller Fleisch ist man davon überzeugt, dass trotz zunehmender Automatisierung in der Fleischbranche auch in Zukunft ein hoher Anteil handwerklicher Arbeit erforderlich sein wird. Dazu meint Lothar Kusche: „Werkzeuge wie der Quantum Flex Trimmer 850 unterstützen uns dabei, die körperliche Anstrengung unserer Beschäftigten zu minimieren und Arbeitsplätze in der Branche attraktiver zu machen.“

Markus Jentner ergänzt: „Darin sehen auch wir bei Bettcher unsere Berufung und arbeiten kontinuierlich daran, unsere anwenderfreundlichen Trimmer noch weiter zu optimieren –, um mit kleinen Veränderungen große Wirkung zu erzielen, die sowohl unseren Kunden als auch den einzelnen Mitarbeitern in der Fleischproduktion spürbare Verbesserungen bescheren.“ ■

[www.bettcher.com/de](http://www.bettcher.com/de)

[www.mueller-fleisch.de](http://www.mueller-fleisch.de)



Über die App des Mostviertler Start-ups viehworld lassen sich Nutztiere ersteigern oder verkaufen. Landwirte können mit der digitalen Lösung viel Zeit und Geld sparen. Aber auch für Fleischer bietet diese Innovation Mehrwert.

# NEUE APP REVOLUTIONIERT DEN NUTZTIERHANDEL IN ÖSTERREICH

Apps sind aus unserem Alltag kaum mehr wegzudenken und eröffnen vielerlei Möglichkeiten und Annehmlichkeiten in unser aller Leben. Nun hat eine App auch die Land- und Fleischwirtschaft erreicht – und zeigt durchaus das Potenzial, diese zu revolutionieren und für eine etwas stressfreiere Zukunft zu sorgen für Tier und Mensch!

## Viehverkauf im digitalen Zeitalter

Mit der App namens viehworld können Landwirte ihre Nutztiere aus dem eigenen Stall heraus zum Verkauf anbieten. Dadurch sparen sie nicht nur den aufwendigen Transport der Tiere zu Auktionsveranstaltungen. Auch gesundheitlich hat das Angebot Vorteile, denn oft holen sich Tiere bei Auktionen Krankheiten und Verletzungen.

Das interaktive Tool steigert den Mehrwert für alle Beteiligten am Markt: für Landwirte im An- und Verkauf, Viehhändler, Konsumenten, Versteigerungshallen, Fleischverarbeiter und die Tiere selbst. Denn auf der App werden alle relevanten Daten für den Privatverkauf eines Nutztiers abgebildet: von Zuchtdateien über Stammbaum bis Reproduktion. Zusätzlich kann der Nutzer zu jedem Tier – Rinder, Schweine, Schafe, Ziegen, Pferde, ... – passende Fotos und Videos hochladen.

Das Potenzial ist da: In Österreich gibt es rund 54.000 Rinderhalter, wobei jeder Betrieb im Durchschnitt 35 Tiere hat. Insgesamt existieren demnach in Österreich knapp 1,9 Millionen Kühe. Zusätzlich versor-

gen 21.000 Schweinehalter rund 2,7 Millionen Schweine. Allein der Versteigerungsmarkt für Rinder beläuft sich auf 77 Millionen Euro bei gut 60.000 Tieren. „Der Markt ist enorm und mit unserer Versteigerungs-App digitalisieren wir diese Branche. In einem ersten Schritt starten wir mit dem Rinderhandel, weitere Tierarten werden Step by Step ergänzt“, erklärt viehworld-CEO Florian Aspalter.

## Erfolgreiche Gründer

Florian Aspalter hat gemeinsam mit Wolfgang Schiessl die App viehworld gegründet. Aspalter ist ausgebildeter Banker und kümmert sich als Vermögensverwalter um alle finanziellen Angelegenheiten. Zudem ist der Mostviertler auch selbst Landwirt. Wolfgang Schiessl ist seit sieben Jahren Tierarzt und betreibt eine Praxis mit sechs weiteren Tierärzten. Er kommt ebenso aus dem Mostviertel und hatte die Idee für viehworld. Durch seine jahrelange Expertise weiß er, welche Bedürfnisse Tiere und Landwirte haben.

Der Erfolg gibt dem Start-up recht: Seit September ist die App auf dem Markt und wurde bis Ende November bereits über 5.000 Mal heruntergeladen. In der Kategorie „Wirtschafts-Apps“ liegt viehworld seit Wochen sogar unter den Top 5.

Wir haben bei Gründer Wolfgang Schiessl nachgefragt und uns alles rund um die App erklären lassen.

## Fleisch & Co: Welches Problem löst Viehworld?

Wolfgang Schiessl: „viehworld ist die erste App, die Viehversteigerungen digitalisiert. Im Vordergrund stehen regionale Verkäufe. Dadurch ergeben sich massiv kürzere Transportwege, was zu mehr Tierwohl beiträgt. Durch digitale Versteigerungen bleibt den Käufern und Verkäufern – Landwirten und Viehhändlern – mehr Zeit am Hof. Auch die Flexibilität der Bauern steigt, denn mit viehworld wird das Angebot auf Käufer- und Verkäuferseite massiv ausgebaut.“

## Wer kann mitmachen?

„Bei uns können nur jene Gruppen mitmachen (Landwirte, Viehhändler, Schlachtbetriebe), die auch eine AMA-Kennung haben, mit der sie sich nach dem Download der App einmal einloggen müssen. Das garantiert, dass ausschließlich mit Viehverkäufen betraute Gruppen auch dabei sind.“

## Können auch Fleischverarbeiter und Fleischereien profitieren?

„Natürlich. Ein Fleischermeister oder Schlachtbetrieb kann sich direkt an uns wenden und wir schalten ihn frei. Das heißt, auch ein Fleischerbetrieb kann bei uns ganz normal Tiere kaufen. Beim erstmaligen Login gibt es einen eigenen Bereich für Betriebe, die keine AMA-Kennung haben. Einfach anmelden und wir schalten ihn frei. Die Bearbeitung dauert in der Regel ein bis drei

Tage. Die Bezahlung und den Transport der Tiere machen sich der Käufer direkt in der App mit dem Verkäufer aus.“

### Wie sorgt Ihr dafür, dass die Daten zu den Tieren auch korrekt sind?

„Die Daten der Ohrmarken jedes einzelnen Tiers garantieren valide Daten. Zudem müssen sich alle Landwirte und Viehhändler, die viehworld nutzen wollen, einmalig über ihren persönlichen e-Account von der AMA (AgrarMarkt Austria) einloggen. Somit ist jeder Marktteilnehmer eindeutig registriert und für uns identifizierbar. Da wir permanent an der technischen Weiterentwicklung arbeiten, wird es bald ein ausgeklügeltes Bewertungssystem geben. Hier werden Bewertungen sowohl von Käufern zu Verkäufern als auch umgekehrt möglich sein.“

### Mit welchen Kosten muss man bei der Nutzung rechnen?

„Für die transparenten Versteigerungen auf viehworld ist weder ein Mitgliedsbeitrag noch eine Grundgebühr fällig, sondern lediglich eine geringe Provision bei erfolgreichem Verkauf.“

### Auch die Tiere und die Umwelt können von viehworld profitieren ...

„Das Tierwohl und kurze Transportwege sind laut aktueller Umfrage die wichtigsten Aspekte beim Verkauf von Tieren. Da sich über den App-Verkauf die Transportwege verkürzen, sinkt wiederum das Risiko von Krankheiten dramatisch. Mithilfe eines geografischen Filters gewährleisten wir, dass Tiere in der unmittelbaren Umgebung verkauft werden. Das garantiert ein geringeres Risiko für die Einschleppung von Krankheiten in den eigenen Stall und eine Minimierung von Fremdkeimbelastungen. Zudem wirkt sich jeder gesparte Transport-Kilometer positiv auf den Stresslevel der Tiere aus.“

All die genannten Punkte leisten einen enormen Beitrag für Nachhaltigkeit sowie Konsumenten- und Klimaschutz: von gesünderem, regionalem und besserem Fleisch bis zur Verringerung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes aufgrund kürzerer Transportwege.“

### Also braucht es keine Auktionen mehr?

Mit viehworld sehen wir uns in keiner Weise als Konkurrenz zu Versteigerungshallen, sondern als ideale partnerschaftliche Ergänzung. Denn viehworld bietet eine krisensichere Alternative, wenn Live-Versteigerungen wie aufgrund der COVID-19-Maßnahmen nicht möglich sind.“



Mit viehworld kann Österreich eine Vorreiterrolle bei Tiergesundheit, Datenqualität & Transparenz einnehmen. Florian Aspalter & Wolfgang Schiessl (r.) steht eine spannende Zukunft bevor.

### Welche Ziele habt Ihr euch gesetzt?

„Wir wollen eine Community an Landwirten und Viehhändlern in Österreich bilden, die all die genannten Vorteile und Verbesserungen erkennen und erfolgreich nutzen. Denn unsere Maßnahmen sollen sowohl den Nutztierhandel transparenter machen als auch das Image der Landwirtschaft generell verbessern.“

Ebenso wichtig ist uns, dass wir durch weitere digitale Hilfsmittel und Prozesse den Bauern das Leben erleichtern. So muss zurzeit bei jedem Verkauf ein eigener Viehver-

kehrsschein händisch ausgestellt werden – diesen Ablauf wollen wir digitalisieren und automatisieren. Gleiches gilt für die An- und Abmeldungen von Tieren am Hof.

Zusätzlich wollen wir neben einem hochkarätigen Bewertungssystem den Käufern und Verkäufern künftig auch die Möglichkeit bieten, dass sie Profile für die Bewerbung ihrer Höfe anlegen. Außerdem – und das ist der größte Schritt in nächster Zeit – wollen wir nach dem Roll-out in Österreich auch nach Deutschland, Schweiz und Italien expandieren.“ ■

Die Gesundheit der Tiere steht auch für Landwirt Willi Pöchhacker aus Reinsberg im Mostviertel an oberster Stelle: „Gesunde Kühe sind profitable Kühe. Nach diesem Motto lebe und arbeite ich. Landwirte müssen heutzutage flexibel reagieren und Effizienz ist in allen Bereichen sehr wichtig. Über viehworld kann ich jederzeit Tiere unkompliziert verkaufen.“



## 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

# RÜCKVERFOLGBARKEIT GARANTIERT: GEA INTEGRIERT LASER-KENNZEICHNUNGSSYSTEM IN SEINE TIEFZIEHVERPACKUNGSMASCHINEN

Die Lebensmittelindustrie setzt bei der Produktkennzeichnung verstärkt auf die Lasertechnik. Um komplexe Produktinformationen hochauflösend und sicher aufzubringen, bindet Gea entsprechende Laser-Kennzeichnungssysteme in Kooperation mit verschiedenen Anbietern kundenspezifisch in die Gea Tiefziehmaschinen der PowerPak-Serie ein.

Die Nachfrage nach Laser-Kennzeichnungssystemen nimmt deutlich zu“, erläutert Volker Sassmannshausen, Senior Produkt Manager Thermoforming bei Gea in Wallau, die Ausgangslage. „Auf der einen Seite müssen dem Endkunden immer mehr Produktinformationen auf der Verpackung zur Verfügung gestellt werden. Auf der anderen Seite muss die Rück- bzw. Nachverfolgbarkeit jederzeit sichergestellt sein. Ein QR-Code, der mittels Laser aufgebracht wird, bietet hier zahlreiche Vorteile.“ Die Technologieexperten von Gea konstruieren und begleiten den individuellen Lösungsansatz ganzheitlich – von der Wahl des Laser-Anbieters mit erstem Folientest bis zur optimalen Platzierung des Lasers in der Verpackungsanlage.

## Schnell und nachhaltig

Die komplexen Codes können große Datenmengen auf kleinster Fläche verschlüsselt darstellen. Sie können per Laser mit hoher Druckgeschwindigkeit auf der Verpackung aufgebracht werden. Durch das gebündelte Licht entstehen Kennzeichnungen auf der Oberfolie, die langlebig und sicher gegenüber

äußeren Einflüssen wie beispielsweise Wärme sowie abrieb- und wasserfest sind. Laser erzeugen auch in puncto Nachhaltigkeit – sie benötigen keine Verbrauchsmittel wie Etiketten oder Tinte. Laser-Kennzeichnungssysteme bieten sich für Einsätze in der verpackenden Lebensmittel- oder Getränkeindustrie an, da sie auch für Betriebsumgebungen mit hohem Staub- und Feuchtigkeitseintrag geeignet sind.

## Flexibilität bei der Laserplatzierung

Unterschiedliche Verpackungsprozesse verlangen nach unterschiedlichen Lösungsansätzen. Je nach zu produzierender Losgröße ist eine Kennzeichnung bereits auf der zugeführten Oberfolie oder hinter der Siegelstation des Thermoformers möglich, bevor die einzelnen fertigen Verpackungseinheiten auseinander geschnitten werden.

Ein Kunde aus der Lebensmittelindustrie hat bei seiner Gea Tiefziehverpackungsmaschine beispielsweise auf ein Laser-Kennzeichnungssystem aus dem Haus Videojet gesetzt. Das eingesetzte CO<sub>2</sub>-Lasersystem wurde auf der Siegelstation der Gea PowerPak platziert und bedruckt die Oberfolie, bevor sie mit der Unterschale verbunden wird. Der zu-

sätzliche Bearbeitungsschritt hat keinen Einfluss auf die Produktionszeit, da die Taktung im Zyklus des integrierten Produktionsprozesses seinen Raum findet.

## Gesteigerte Effizienz

Die Maschineneffizienz beim Verpacken ähnlicher Produkte kann durch den Einsatz eines Lasers deutlich erhöht werden, da lediglich die variablen Rezepturdaten beim Kennzeichnungsprozess über die hinterlegte Datenbank geändert werden, ohne dass jeweils ein Folienwechsel mit bereits vorab gekennzeichneten Folien erfolgen muss. Die Rüstzeiten lassen sich aufgrund der geringeren Folienwechsel entsprechend reduzieren. Weiter sinken die Bereitstellungskosten für die Verbrauchermaterialien, da sie in hohen Stückzahlen geordert werden können.

„Die Effizienz einer Verpackungsmaschine entsteht im Zusammenspiel aller Komponenten. Das Laser-Kennzeichnungssystem und unser Thermoformer sind perfekt aufeinander abgestimmt und werden so den hohen Anforderungen an Durchsatz, Qualität und Produktsicherheit gerecht“, bringt es Volker Sassmannshausen auf den Punkt. ■

Franz Gramiller & Sohn GmbH  
 A 5020 Salzburg T 0662/87 51 32-0  
 W www.gramiller.at

Gea PowerPak plus Anlage mit integriertem Laser-Kennzeichnungssystem.



# ALLES FRISCH VERPACKT

Das umfangreiche Programm reicht von kleinen Einkammer-Tisch- und Standmaschinen, Doppelkammermaschinen bis 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.

## Top Bedienungskomfort

Alle Verpackungsmaschinen verfügen über eine Digitalsteuerung für ein Höchstmaß an Bedienungskomfort. Standard ist eine Doppelnaht-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.

## Fast alle Varianten möglich

Die Doppelkammer-Maschinen, die es in vielen verschiedenen Größen und zahlreichen Varianten gibt, sind selbstverständlich auch mit den Optionen pneumatische Deckelbewegung und automatischer Auswurf lieferbar. Auch die direkte Anbindung an einen

Schrumpftank ist möglich. Wesentliches Merkmal jeder Maschine ist die extrem robuste Edelstahlkonstruktion samt Deckel, aber ohne Bodenmulde. Die einfache und schnelle Reinigung ist dadurch garantiert. ■

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

Mit dem deutschen Hersteller Intervac hat Laska seit Jahren einen Hersteller von Vakuumkammer-Maschinen im Programm, der höchste technische Präzision und Ausführung gewährleistet.



Ist Ihre Verpackung  
**#crystallized?**

Finden Sie es heraus! Kontaktieren Sie uns: [sales@schurflexibles.com](mailto:sales@schurflexibles.com) oder folgen Sie uns auf LinkedIn.





Beim Österreichischen Verpackungstag 2021: Circular Economy – Orientierung im Verpackungsdschungel kam im MAK die gesamte österreichische Verpackungswirtschaft zusammen. Im Mittelpunkt stand recyclinggerechte Verpackungsgestaltung.

## ORIENTIERUNG IM VERPACKUNGSDSCHUNDEL

Die Verpackungsindustrie steht vor einer großen Herausforderung. Die EU zielt mit dem Kreislaufwirtschaftspaket darauf ab, die europaweite Kreislaufführung von Rohstoffen zu fördern und die Sammel- und Recyclingquoten zu erhöhen. Recyclinggerechtes Verpackungsdesign ist dabei ein wesentlicher Teil einer zirkulären Produktgestaltung und einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft.

### Guideline als Basis

„Die FH Campus Wien organisiert zum dritten Mal den Österreichischen Verpackungstag, das Branchen-Event der Packaging Supply Chain. In einer dynamischen und sich stark verändernden Verpackungswelt gibt der Verpackungstag Orientierung und Ausblick auf die notwendigen strategischen Weichenstellungen“, betont Silvia Apprich, Studienangangsleiterin Nachhaltiges Ressourcenma-

agement, Packaging Technology and Sustainability sowie Verpackungstechnologie an der FH Campus Wien. „Die Circular Packaging Design Guideline der FH Campus Wien zeigt, wie funktionierendes, recyclingfähiges Design zu schaffen ist. Diese Guideline gibt es nun in der vierten Auflage, sie trägt mit neuen Inhalten und Entwicklungen dem dringenden Bedarf nach Orientierung Rechnung.“

„Mit der ECR Circular Packaging Initiative haben wir es geschafft, der gesamten Konsumgüter-Branche die Notwendigkeit von zirkulären Verpackungen aufzuzeigen. Mit leicht verständlichen Empfehlungen für Circular Packaging Design geben wir hiermit Produkt- und Sortiments-Manager ein Tool in die Hand. Nur durch die Zusammenarbeit aller Player in der Wertschöpfungskette können wir die ehrgeizigen Recyclingziele erreichen“, so Teresa Mischek-Moritz, Managerin ECR Austria, bei ihrem Vortrag.

### Erhöhung der Recyclingquoten

Rohstoffherzeuger, Verpackungshersteller, Markenartikelindustrie, Einzelhandel und Entsorgungswirtschaft müssen künftig also noch intensiver zusammenarbeiten. Mit einer international harmonisierten Verpackungsdesign-Guideline wollen die FH Campus Wien, die ECR Community und die World Packaging Organisation die notwendigen und einheitlichen Empfehlungen für recyclinggerechte Verpackungsgestaltung setzen. Diese soll sämtlichen Akteuren der Supply Chain eine Entscheidungshilfe geben und sie so unterstützen, die höheren Recyclingquoten des EU-Kreislaufwirtschaftspakets zu erreichen. „Durch diese Zusammenarbeit setzen wir mit der internationalen Guideline WPO Packaging Design for Recycling gemeinsam globale Standards in Circular Packaging Design“, freut sich Johannes Bergmair, Generalsekretär World Packaging Organisation (WPO). ■

## DIE SIEGELSCHALEN

Praktikabel, hygienisch, nachhaltig: Papstar bietet die Komplettlösung für den Außer-Haus-Verkauf.

Praktikabel sollen sie sein, hygienisch einwandfrei, nachhaltig sowieso: Take-away-Verpackungen, die die zu verzehrenden Produkte möglichst frisch sowie geschmacks- und konsistenztech-

nisch unverfälscht zum bereits schmachtenden Empfänger transportieren sollen, haben in Corona-Zeiten eine völlig neue Aufmerksamkeit erlangt.

In Kooperation mit einem produzierenden Partner bietet Papstar jetzt eine Komplettlösung für den Außer-Haus-Verkauf oder generell Kantinen an; ein durchdachtes Siegelkonzept, das neben der bedienfreundlichen Maschine zur auslaufsicheren Versiegelung und einer ganzen Reihe von passgenauen Menüschalen auch die dazugehörigen Folie bereithält.

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



## DER NEUE (MEHR)WEG

Durchdacht, funktional und nachhaltig: Das neue Mehrwegsystem von Thermhauser überzeugt alle.

Mehrwegbehälter für Essen und Getränke zum Mitnehmen und Bestellen sollen künftig dazu beitragen, Abfälle zu vermeiden, Rohstoffe zu sparen und die Umwelt zu schonen.

Ab 2023 werden Caterer, Lieferdienste und Restaurants mit mehr als fünf Beschäftigten und größer 80 qm Verkaufsfläche EU-weit verpflichtet, auch Mehrwegbehälter als Alternative zu Einwegbehältern für Essen und Getränke zum Mitnehmen und Bestellen anzubieten.

Mit den praktischen GoodBowl-Systemen von Thermohau-

ser, kann man gut gerüstet in eine verantwortungsvolle Zukunft gehen. Bieten Sie Ihren Kunden mit GoodBowl ein qualitativ hochwertiges und einfaches Mehrwegsystem.

Alle Infos [www.sick-werksvertretung.com](http://www.sick-werksvertretung.com) ■



## IM AUFTRAG DER ZUKUNFT

Mit der Übernahme des italienischen Spezialisten Termoplast für anspruchsvolle, recycelfähige Folien erweitert die Schur Flexibles Gruppe ihr Portfolio um die zukunftsweisende MDO-PE-Technologie. Diese ermöglicht die Produktion vollständig recycelfähiger PE-Verpackungen, die den Ansprüchen der Lebensmittelbranche an Qualität & Funktionalität gerecht werden.

Verpackungsfolien mit Gas-Barriere werden oftmals aus Verbänden mehrerer einzelner Folien hergestellt. Dabei ist die Auswahl der einzelnen Folien extrem wichtig, um verschiedene Eigenschaften zu kombinieren. Nicht zuletzt aus diesem Grund produziert Schur Flexibles einige dieser Folien selbst und erreicht dadurch mehr Kontrolle über die Wertschöpfungskette.

### Klimafreundliche Verpackung

Mit der MDO-PE-Technologie von Termoplast ergänzt die Schur Flexibles Gruppe ihr hochwertiges Portfolio der PE- und CPP-Folien um die recycelfähigen CrystalPE-Folien. Dank ihrer besonderen Eigenschaften ist sie die nachhaltigere Alternative zu orientierten PET-Folien und macht das sichere Verpacken empfindlicher Lebensmittel wie Käse oder Fleisch in einer recyclingfähigen Verpackung möglich.

„Die MDO-PE-Technologie ist die Antwort auf die Forderungen der Lebensmittelbranche und der Verbraucher nach einer klimafreundlicheren Verpackung auch für sensible Ware. Das macht CrystalPE zur perfekten Ergänzung unserer Wertschöpfungskette“, erklärt Marek Pawlak, CSO von Schur Flexibles.

### Alternative zu PET

Bislang werden für anspruchsvolle flexible Verpackungen vorwiegend PET/PE- oder OPA/PE-Strukturen verwendet, da klassische PE- oder PP-Folien der hohen mechanischen Anforderung an Stabilität und Reißfestigkeit nicht gerecht werden. Die MDO-PE-Technologie ändert dies. Lorenzo Barnini (siehe Bild), Technical Sales Manager Termoplast, erklärt „Mit CrystalPE haben wir ein sehr hitzebeständiges und steifes Material mit guter Bedruckbarkeit entwickelt. Darüber hinaus zeichnet die Folien ihre besondere Transparenz gegenüber Standard-PE-Folien aus. Ihrer besonderen Festigkeit und Transparenz verdankt die Marke im Übrigen ihren Namen.“ Ein besonderes Merkmal für unseren Fortschritt ist, dass Termoplast neben der gängigen, gut bedruckbaren Variante, auch bereits MDO-PE-Varianten mit Hoch-Barriere ausgestattet oder besonders gut siegelfähige MDO-PE-Varianten entwickelt hat. „In einer langwierigen Entwicklung und in enger Zusammenarbeit mit unseren Rohstofflieferanten haben wir die Eigenschaften der Folien immer weiter verfeinert und sind stolz darauf, diesen herausfordernden Prozess dank der über die Jahre gesammelten Erfahrung nun zu beherrschen“, schließt der Experte ab.



### Lösungen für jede Anforderung

In Zusammenarbeit mit dem R&D-Team und den Converter-Werken der Schur Flexibles Gruppe werden die CrystalPE-Folien gegen ausgewählte Folien, wie zum Beispiel die ebenfalls aus dem Termoplast-Sortiment stammende SuperPFC kaschiert und so individuell auf Kundenwünsche angepasste Folien hergestellt. Diese Lamine lassen sich problemlos auf gängigen Verpackungslinien verarbeiten. Zudem ist CrystalPE als besonders transparente und glänzende PE-Folie, die über eine gute Bedruckbarkeit in allen gängigen Druckverfahren verfügt, ein echter Hingucker am POS.

Diese neue Technologie ermöglicht Schur Flexibles das zukunftsorientierte Marktsegment der Mono PE HighEnd Lamine für recyclingfähige Verpackung vollständig In-House herzustellen und leistet damit einen wertvollen Beitrag zum verantwortungsvollen Ressourceneinsatz. [www.schurflexibles.com](http://www.schurflexibles.com) ■

# VC999®

## Ökologische Verpackung für

- Vakuumkammermaschinen
- Schalensiegelmaschinen
- Tiefziehmaschinen

Fragen Sie unsere VC999® Experten nach nachhaltigen Verpackungslösungen. Umrüsten ist ganz leicht. Wagen Sie den Versuch – wir liefern!

VC999 Verpackungssysteme GmbH | DE-78234 Engen  
 VC999 Verpackungssysteme GmbH | AT-5164 Seeham  
 VC999 Verpackungssysteme AG | CH-9100 Herisau

info@vc999.at | [www.vc999.at](http://www.vc999.at)

**VC999**  
 VERPACKUNGSSYSTEME

## HOCHWERTIGE PRODUKTE ZEITGEMÄSS VERPACKEN

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

Lebensmittelhersteller stellen sich immer wieder die Frage, mit welcher Technologie die eigenen Produkte am besten verpackt werden können. Hier gilt es, mehrere Faktoren im Blick zu haben. Auf einer Seite sind Haltbarkeit und Optik der Produkte besonders wichtig, auf der anderen Seite müssen die Gesamtkosten berücksichtigt werden.

### Lange Haltbarkeit

Studien haben gezeigt, dass eine Schrumpfverpackungen durch die hohe Sauerstoffbarriere für ausgezeichnete Haltbarkeit sorgen. Dafür sollte die Verpackungsmaschine die Produkte unter einem möglichst tiefen Vakuum verpacken und perfekt verschließen. Der optimale Zielwert des Vakuums hängt von dem Produkt ab. Rauchwaren sind trockener als Frischfleisch, was die Evakuierung vereinfacht. Frischer Lochkäse oder ganze Hühner hingegen weisen eine andere Struktur auf und müssen vorsichtiger evakuiert werden.

### Das Auge entscheidet

Moderne Schrumpfverpackungen stellen das Produkt in den Vordergrund und nicht die Verpackung – und unterstreichen so die Premiumqualität des verpackten Produktes. Zusätzlich wird durch den Schrumpfprozess die überschüssige Verpackungsfolie auf

ein Minimum reduziert. Dies ist gerade in der heutigen Zeit wichtig, in der es so wenig wie möglich Verpackung sein soll.

### Lange Haltbarkeit

Schließlich sind die Gesamtkosten bei der Auswahl der optimalen Verpackungstechnologie zu betrachten. Für eine optimale Schrumpfverpackung eignen sich ganz besonders Kammerbandmaschinen in Kombination mit Schrumpftank und Trockner. 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.

### Der Spezialist

In Österreich werden Verpackungsmaschinen der Marke Supervac hergestellt. Das Unternehmen ist bereits 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 an die Maschinen. ■

Franz Gramiller & Sohn GmbH  
A 5020 Salzburg T 0662/87 51 32-0  
W www.gramiller.at

Tipps zum richtigen Umgang mit der Vakuumpumpe in einer Kammermaschine.



## SO WIRD VAKUUMIEREN ZUM KINDERSPIEL

Das Vakuumieren von Lebensmitteln mit Kammermaschinen ist in Metzgereien und an Frischetheken für Fleisch- und Wurstwaren oder Käse tägliche Praxis. Um einen zuverlässigen und störungsfreien Betrieb von Kammermaschinen zu gewährleisten, hat Busch Austria Tipps zusammengestellt.

### Warmlaufen lassen

Dazu einfach die Verpackungsmaschine fünf bis zehn Mal ohne Produkt und Verpackungsbeutel laufen lassen. Dabei darauf achten, dass die Kammer trocken ist.

### Serviceprogramme mindestens wöchentlich nutzen

Die meisten Kammermaschinen verfügen heute über ein sogenanntes Serviceprogramm. Dieses Programm sorgt dafür, dass auskondensierter Wasserdampf, der sich mit dem Öl vermischt hat, wieder aus der Vakuumpumpe entfernt wird. Dieses Programm sollte einmal wöchentlich gestartet werden.

### Wöchentliche Kontrolle

Um die korrekte Ölmenge und die Ölqualität zu prüfen, sollte einmal wöchentlich eine Sichtkontrolle durchgeführt werden. Dies ist schnell und einfach durch das Ölschauglas möglich. Das Öl in der Vakuumpumpe sollte farblos bis gelblich und klar sein. Ist das Öl milchig trüb, ist dies ein Anzeichen dafür, dass sich Wasser mit dem Öl vermischt und eine Emulsion gebildet hat. Dann muss das Serviceprogramm durchgeführt werden. Sollte dies keine

Wirkung auf den optischen Zustand des Öls haben, muss ein Ölwechsel durchgeführt werden.

### Geeignete Öle

Die Qualität des Öls in Vakuumpumpen und dessen korrekte Menge spielen beim Verpackungsvorgang und beim Schutz der Pumpe eine wichtige Rolle. Die richtige Auswahl des verwendeten Öls ist also unabdingbar für die einwandfreie Funktion. Busch Vacuum Solutions hat spezielle Öle entwickelt. Für das Verpacken von sehr feuchten Produkten ist das Vakuumpumpenöl VSA geeignet, da es für das Absaugen von Luft mit einem hohen Wasserdampfanteil ausgelegt ist. Bei weniger feuchten Lebensmitteln kann auch das Vakuumpumpenöl VSL verwendet werden. Bei beiden Ölen handelt es sich um lebensmitteltaugliche Synthetiköle, die eine H1-Zulassung haben. Im Vergleich zu Mineralölen haben sie zudem eine bis zur viermal höhere Standzeit. Auch für das Verpacken mit Sauerstoff als Schutzatmosphäre bietet Busch geeignete Öle an.

### Regelmäßiger Service

Die Vakuumpumpe in einer Kammermaschine sollte regelmäßig gewartet werden. Die Serviceintervalle sind abhängig von den Betriebsbedingungen, der Anzahl der Verpackungszyklen und Art des Verpackungsgutes.

Busch Vacuum Solutions bietet weltweit einen Wartungsservice an, so dass diese Arbeiten auch direkt beim Kunden von einem Servicetechniker durchgeführt werden können.

www.buschvacuum.com ■



# VERPACKUNGSTECHNIK FÜR DIE INDUSTRIE

VC999 präsentiert neue Verpackungslösungen: Kunststoffreduzierend, recycelbar oder bis zu 100% Vollpapier.

Der Verpackungsmarkt im Wandel! Auf der einen Seite stehen Verbraucher und Lebensmitteleinzelhändler, die einen geringeren Kunststoffeinsatz fordern. Auf der anderen Seite muss die Lebensmittelindustrie, am Anfang der Lieferkette sichere Verpackungen anbieten, die einerseits sämtliche Hygiene- und Qualitätsanforderungen und andererseits die gesetzlichen Regelungen erfüllen. Die neue EU-Kunststoffstrategie setzt die Leitlinien. Bis 2030 sollen alle Verpackungen in der EU komplett recyclingfähig sein.

## Für jede Anwendung

Da sich VC999 bei Weiterentwicklungen stets an den Kundenbedürfnissen orientiert, lag im letzten Jahr das Unternehmensziel in diesem Bereich klar auf der Hand. Das Vakuum-Maschinensortiment muss diese ökologischen Anforderungen erfüllen. Und es ist geschafft: Egal, ob Sie eine VC999 Tiefziehmaschine, eine Kammer- oder eine Schalensiegelmaschine haben oder möchten – VC999 hat für jeden Anwendungsbereich auch eine ökologische Lösung für Sie bereit. Dabei berücksich-

tigt werden Faktoren wie Produktschutz und Barriere-Eigenschaften, Verpackungsgewicht und Recyclingeigenschaften. All diese Eigenschaften sind in einer nachhaltigen Verpackung am Markt vereint.

## Umrüsten ist ganz leicht.

Je nach Anwendungsbereich bietet VC999 recycelbare Beutel, ökologische Schalen oder ökologische Folie an – und dies problemlos sowie optimal auf die VC999 Maschinen abgestimmt. Gewährleisten können wir jedoch weiterhin höchste Verpackungsqualität, Effizienz sowie Benutzerfreundlichkeit. Umrüsten ist ganz leicht. Wagen Sie den Versuch!

Unsere Ökoschalen sind dort einsetzbar, wo auch Kunststoffschalen eingesetzt werden. Nach Wunsch gibt es auch die passende Oberfolie dazu. Lassen Sie sich die vielseitigen Möglichkeiten mit den Schalensiegelmaschinen und Vakuum-Kammermaschinen zeigen und vereinbaren Sie einen persönlichen Beratungstermin. ■

VC999 Verpackungssysteme  
A 5164 Seeham T 06217/20 812  
W www.vc999.ch

TS500 auch mit Skin-Funktion – Schalensiegelmaschine – ein ausgereiftes Siegelsystem.



## NACHHALTIGE EINSTOFF-LÖSUNGEN

Wentus präsentiert Recyclingfreundliche Hochbarriere-Einstoff-Unterbahnen für Thermoform-Verpackungen.

Mehr Ressourcenschonung ist eines der Top-Themen der Verpackungsbranche. Die Wentus GmbH unterstützt ihre Kunden in der Herstellung nachhaltiger Lebensmittelverpackungen durch Produkte, deren Recyclingfähigkeit verbessert wurde und einen verringerten Materialeinsatz ermöglicht – und die dabei höchste Leistungsfähigkeit beweisen. Die Folienfamilie Wentopro PureForm ermöglicht den Einsatz von Unterbahnen aus Monomaterialien, mit denen sich gut recycelbare Einstoff-Verpackungen im Thermoform-Verfahren herstellen lassen.

## Zuverlässiger Schutz

Die Folien zur Herstellung thermogeformter Verpackungen sind eine gut recycelbare und damit nachhaltigere Einstoff-Alternative zu herkömmlichen PA/PE-Unterbahnen. Sie schützen die verpackten Lebensmittel zuverlässig, garantieren deren Haltbarkeit und tragen damit zur Reduzierung von Food Waste bei. Darüber hinaus sind sie zum direkten Einfrieren geeignet. Aus den ausgezeichnet maschinengängigen Produkten entstehen in Kombination mit Deckelfolien aus dem Hause Wentus optimalen Verpackungsergebnisse. [www.wentus.de](http://www.wentus.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](mailto:office@schoen-gmbh.at)  
[www.schoen-gmbh.at](http://www.schoen-gmbh.at)

**Mehr Kutter- und Cliptechnik**

**TIPPER TIE ALPINA**

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



Im Gespräch mit Elisabeth Sperr, MSc., wissenschaftliche Mitarbeiterin beim forum. ernährung heute (f.eh), spricht Henry Jäger über den Trend Fleischalternativen.



# FLEISCHERSATZ - HYPE ODER ECHTE ALTERNATIVE?

In der 14. Ausgabe des f.eh live im Talk erörterte Univ.-Prof. Dr. Ing. Henry Jäger über Hülsenfrüchte im Speiseplan, steigende Fleischpreise und Ernährungsbildung.

Ob Produkte komplett auf Pflanzenbasis, Cultured Meat oder Blends – das Angebot an Fleischersatzprodukten steigt stetig. Sie sollen für Veganer, Vegetarier und Flexitarier sowie für Fleischliebhaber eine Alternative sein. Aber wie wird aus der Pflanze ein Schnitzel? Was muss der Lebensmittel- und Fleischhandwerker dabei beachten, um seinen Kunden auch wirklich gute Alternativen anbieten zu können? Wie werden die Produkte im Supermarkt angenommen? Und welches Potenzial haben sie langfristig?

Im Online-Gespräch der Talkreihe von forum.ernährung heute sprach Elisabeth Sperr mit Univ.-Prof. Dr. Ing. Henry Jäger, Leiter des Instituts für Lebensmitteltechnologie an der Universität für Bodenkultur in Wien, über „Fleischersatz – Hype oder echte Alternative!“ Das Gespräch kann auf [www.forum-ernaehrung.at](http://www.forum-ernaehrung.at) nachgesehen werden. Wir haben die wichtigsten Aspekte aus dem Gespräch für Sie zusammengefasst.

## Sensorische Eigenschaften

Fleischersatzprodukte sollen Fleisch und dessen sensorische Eigenschaften, Geschmack oder Mundgefühl imitieren. Sie werden meist aus Soja, Lupinen und Erbsen hergestellt. Der Marktanteil der Ersatzprodukte beträgt gegenüber konventionellem Fleisch aktuell zwar nur ein Prozent, wächst jedoch stetig. Zusätzlich gefördert wird diese Entwicklung durch eine steigende Vielfalt an unterschiedlichen Rohstoffen und Produkten sowie einer zunehmenden Ähnlichkeit mit Fleisch, weshalb immer mehr Menschen zu dieser Alternative greifen.

## Barrieren abbauen

Damit Fleischalternativen stärker angenommen werden, sind jedoch bestehende Barrieren abzubauen. So ist der Preis im Vergleich mit Fleisch und Fleischprodukten für viele Menschen zu hoch. Hier rechnet Henry Jäger durch künftig höhere Standards in der Tierhaltung und der Verarbeitung mit steigenden Fleischpreisen, während jene für Fleischersatzprodukte durch eine effizientere Herstellung sinken werden. Daher wird dieser Faktor an Bedeutung verlieren, so der Experte.

Zum Abbau einer weiteren Barriere, dem fehlenden Wissen über die Zubereitung, empfiehlt der Experte einen Ausbau der Ernährungs- und Verbraucherbildung vor allem in Kindergärten und Schulen, um bereits in frühen Jahren eine Experimentierfreude und ein entsprechendes Bewusstsein zu entwickeln. So können die Kinder und Jugendlichen bereits früh an eine pflanzenbetonte Kost herangeführt werden, was langfristig zu einem nachhaltigeren Lebensmittelsystem beiträgt. Auch für Erwachsene sollten Informationsangebote geschaffen werden, über die Rezepte und Zubereitungsmöglichkeiten vermittelt werden.

## Mundgefühl und Kauverhalten

Die weitaus größte Barriere sind jedoch Textur und Geschmack. Bei Faschiertem und Burgerpatties kann Fleisch vor allem bei Mundgefühl und Kauverhalten mittlerweile wirklich gut imitiert werden und wird von den Konsumenten auch immer mehr angenommen. Bei größeren Stücken gibt es allerdings noch Optimierungspotenzial, um eine

fleischähnliche faserige Textur zu erhalten, die den Konsumentenvorstellungen entspricht.

Für den Geschmack wird zuerst der Eigengeschmack der Rohstoffe – etwa von Hülsenfrüchten – entfernt, anschließend wird mit Gewürzen ein fleischähnlicher Geschmack erzeugt. Da Zutaten und Nährwerte stark schwanken können, empfiehlt Henry Jäger, die Produkte stets anhand der Lebensmittelkennzeichnung zu vergleichen.

## Fortschritte bei Entwicklung

Momentan kann von drei Formen von Fleischersatzprodukten gesprochen werden: Fleisch nachempfunden Ersatzprodukte auf pflanzlicher Basis (z.B. Lupine, Soja, Erbsen), Blend-Produkte (Kombinationen aus tierischem und pflanzlichem Eiweiß) sowie im Labor mittels Zellkulturen künstlich erzeugtes In-vitro-Fleisch (Cultured Meat). Eine gesetzliche Kategorisierung gibt es bis dato jedoch nicht.

Die Produkte befinden sich jeweils in unterschiedlichen Entwicklungsphasen, vor allem bei Cultured Meat gibt es aktuell jedoch Fortschritte: Dieses kann mit Muskelzellen, die auf essbaren Pflanzenproteinen aufgebaut und mit Fett- und Bindegewebszellen angereichert werden, hergestellt und mittels 3-D-Drucker geformt werden. Vor allem in Israel und den USA ist bereits in den nächsten Jahren mit ersten größeren Cultured-Meat-Fleischstücken am Markt zu rechnen. In Europa wird sich die Vermarktung noch verzögern, da vor der Zulassung erst ein Sicherheitsbewertungsverfahren initiiert werden muss. ■

# SCHNELL, GESUND, NACHHALTIG – UND GUT



Rebel Meat erweitert sein Sortiment um nachhaltige, gesunde Bio Hühner Nuggets und Bio Fleischbällchen für das TK-Regal. Die bewährte Formel bleibt gleich: halb Bio-Fleisch und halb Gemüse!

Viele Eltern schätzten die Extraportion Gemüse in unseren Produkten und auch Kinder sind vom Rebel Meat Geschmack begeistert“, so Gründerin Cornelia Habacher. Daher wurde nun nach intensiver Entwicklungsarbeit die „Rebel Meat Kids“-Produktlinie für Kinder und junge Eltern geboren: Bio-Hühner Nuggets (10–12 Stk., 220-g-Pkg.) und Bio-Fleischbällchen (9 Stk., 220-g-Pkg.) aus 100% österreichischem Bio-Fleisch gepaart mit vollwertigem heimischem Getreide und saftigem Gemüse. Ernährungswissenschaftlerin Verena Wartmann, unter anderem Lehrbeauftragte an der Medizinischen Universität Wien, stand mit ihrer Expertise während der gesamten Produktentwicklung zur Seite.

## Das Wichtigste: Es schmeckt

Gemeinsam mit Expert:innen an der FH Wiener Neustadt Campus Wieselburg wurden die neuen Kids-Produkte von über 120 Kindern getestet - mit ausnahmslos positivem Feedback. „Ein Kind war so begeistert, dass es sich spontan 1.000 Fleischbällchen zum Geburtstag wünschte“, erinnert sich Cornelia Habacher. Auch den Eltern schmeckte es hervorragend und so konnten die

mit Gemüse veredelten Hühner Nuggets in einem Blindtest sogar besser abschneiden als herkömmliche Hühner-Nuggets aus 100% Fleisch.

## 100% Bio-Fleisch aus Österreich

Wie schon bei den bisherigen Rebel Meat-Produkten, gilt auch bei der neuen Linie: 100% Transparenz bei allen Zutaten so wie der Fleischherkunft, keine Konservierungsstoffe und besonders wichtig bei den Hühner Nuggets: Kein zugesetzter Zucker in der Panier. Durch Eingabe des Chargencodes lässt sich die Herkunft des Fleisches bis auf den Hof zurückführen.

Bei der Produktion arbeitet Rebel Meat mit dem bewährten Partner Sonnberg Biofleisch in Oberösterreich zusammen und holt sich mit der Pöttelsdorfer Edelpute Expert:innen im Bereich Bio-Geflügel an Bord. „Die Rebel Meat Hühner-Nuggets und auch die Fleischbällchen sind die ersten Tiefkühl-Produkte im herkömmlichen österreichischen Handel, die mit 100% österreichischem Fleisch in Bio-Qualität punkten“, freut sich Rebel Meat-Geschäftsführer Philipp Stangl. „So gehen Tiefkühl-Convenience und hohe Qualität Hand in Hand.“ ■

## Am Wort!



### Nadina Ruedl

Nachhaltigkeitsexpertin und Gründerin „Die Pflanzerei“

Kein Weihnachten kommt ohne Festessen aus. Ein mit Tradition verbundenes Essen, zubereitet nach dem Familienrezept. Ob Gans, Karpfen oder Hirschbraten – Omas Vorfreude auf ein gemeinsames Weihnachtsfest prägen jedes Gespräch bereits ab November. Wäre da nicht die Enkelin, die seit zwei Monaten vegan lebt. Was also tun, wenn sich nicht nur Fleischesser:innen um den Esstisch versammeln?

### Familienessen für alle – Fleischesser:innen und Veganer:innen an einem Tisch

Das Ziel ist klar: Ein unvergessliches Weihnachtsmenü für alle, zubereitet im Kreise der Familie. Und auch wenn es an Weihnachten nicht um das konkrete Essen am Teller geht, so soll es doch etwas Besonderes sein, das alle an einem Tisch vereint – egal, ob Hirschbraten oder ein veganes Steak. Ein Tofu aus dem Packerl vom Supermarkt ist für Oma keine Option. Hier bietet der moderne Metzger, zu dem Oma wegen des Hirschbratens ohnehin geht, eine vegane „Fleischalternative“. Denn der/die Metzger:in überzeugt nicht nur durch das Handwerk und Fachwissen, sondern auch durch den persönlichen Verkauf über den Tresen. Und weil es sich um vegane Produkte handelt, steigt auch die Bereitschaft bei den Kund:innen mehr zu zahlen. Genauer gesagt: Ein veganer Braten auf Weizenbasis kostet im Supermarkt bereits 25 €/kg. Tendenz steigend! Das bietet auch für den/die moderne:n Metzger:in Potenzial für die Zukunft –, nicht nur an Weihnachten, sondern auch das ganze Jahr.





Eine Institution wird 30 Jahre alt: Das legendäre Café-Restaurant Luftburg im Wiener Prater feiert im nächsten Jahr sein 30-jähriges Jubiläum. Das größte Bio-Restaurant der Welt bietet regionale Qualität – und setzt dafür auf nachhaltige Zusammenarbeit mit Lebensmittelproduzenten.

## STELZE & BIER IN BIOQUALITÄT

Wie man zu einer legendären Prater-Institution wird, zeigt ein Blick in die Geschichte. Ein 19-jähriger Fleischermeister namens Karl Kolarik übernimmt im Jahr 1920 das Schweizerhaus und beginnt fünf Jahre später mit dem Ausschank von Budweiser Bier – und wird damit zu einem der beliebtesten Bierlokale der Hauptstadt. Heute führen Karl und Lydia Kolarik, zwei Kinder des Seniorchefs, das berühmte Lokal. Nur die jüngste Tochter Elisabeth ist einen anderen Weg gegangen und zur „Burg-Besitzerin“ geworden. Diese Luftburgen oder wie’s bei den begeisterten Kids heißt, Hüpfburgen, hat die innovative Wienerin bereits 1977 erfunden und hat damit den Grundstock für ein erfolgreiches Konzept gelegt.

Das Café-Restaurant Luftburg wurde direkt angrenzend an die heutige Luftburg-Erlebniswelt im Jahr 1992 eröffnet. Heute ist daraus ein erfolgreicher Familienbetrieb mit vielen weiteren Standbeinen geworden. Denn zum Café-Restaurant Luftburg gehören auch die Praterfee, eine Luftburgvermietung, die Urban Lodge, eine gemütliche Herberge mit Apartments im 2. Bezirk – und seit Sommer

2021 auch die Praterbühne, die unter der Leitung von Viktor Gernot und dem CasaNova Vienna erfolgreich bespielt wird.

Das Café-Restaurant ist aber nicht nur wegen der aufblasbaren Kinderparadiese ein Erfolg, sondern auch wegen des kulinarischen Konzepts: Prater-Klassiker gemischt mit böhmischer und gutbürgerlicher Küche – und mit der Wiedereröffnung nach dem ersten Lockdown isst und trinkt man in der Luftburg zu 100 Prozent Produkte biologischer Herkunft. Mit den etwa 1.200 Sitzplätzen ist es das größte voll biozertifizierte Restaurant der Welt und Partnerbetrieb von Bio-Austria und Green Chefs.

Wir trafen Elisabeth und ihren Sohn und Geschäftsführer Paul Kolarik zum Interview.

**Fleisch & Co: Waren biologische Lebensmittel von Anfang ein Thema?**

**Elisabeth Kolarik:** Wir haben schon von Anfang immer drauf geschaut, dass wir möglichst natürlich bleiben und sind ganz langsam auf Bio umgestiegen, wo man es nicht gleich wahrnimmt, Butter, Milch, Eier, ... Ich habe immer nach guter Qualität gesucht, für mich ist das selbstverständlich.

**Kein Budweiser mehr – das sorgte in Wien schon für einen Aufschrei ...**

**Paul Kolarik:** Wir haben auch versucht unsere Partner davon zu überzeugen, ein Biobier zu brauen –, aber keine offenen Ohren gefunden. Daher setzen wir nun auf das Schladminger und die Vorarlberger Brauerei Fohrenburger, die übrigens in den nächsten vier Jahren eine komplett grüne Brauerei werden will.

**Elisabeth Kolarik:** Wir haben alle unsere Lieferanten gefragt, ob Sie mitmachen wollen. Und es haben wirklich fast alle ihren Beitrag geleistet, wir haben sogar einen Bauern dazu animiert, Rettich für uns in Bioqualität anzubauen, das hat zwar drei Jahre gedauert, aber es funktioniert.

**Eine bessere Zusammenarbeit von Lebensmittelproduzenten und der Gastronomie – ein guter Weg?**

**Paul Kolarik:** Bei den Mengen, die wir benötigen, können wir natürlich nicht bei jedem einzelnen Bauern anklopfen. Aber es wäre schon wünschenswert, wenn Produzenten wissen würden, was Gastronomen wirklich benötigen.

**Herz, was willst du mehr?**  
Die klassische Stelze in Bio-Qualität ist auch in der Luftburg der Renner. Dazu gibt es Erdäpfelpuffer und den berühmten Radi.

**Aber auch auf Vegetarier und Veganer wird nicht vergessen, für die gibt es Rostbratwürstel von Hermann Fleischlos.**

**Elisabeth Kolarik:** Ich würde jedem Gastronomen empfehlen, sich (noch) mehr mit den einzelnen Lebensmittelproduzenten auseinanderzusetzen – und umgekehrt. Nur mit einer guten Zusammenarbeit auf Augenhöhe bekommt man das Gefühl für die Arbeit und die Anforderungen des jeweiligen anderen. So wie zum Beispiel bei unserem Kartoffelbauern, der jedes Monat, zu jeder Saison weiß, was wir brauchen und welche Sorte wir verarbeiten und uns bis ins Frühjahr – eben dann, wenn wir den meisten Umsatz machen – die benötigten Mengen liefern kann, weil er für uns einlagert ...

**Auch bei Fleisch- und Wurstwaren setzen Sie auf gute Kooperationen ...**

**Elisabeth Kolarik:** Wir haben einige gute Bio-Betriebe, mit denen wir zusammenarbeiten. Sonnberg, Hermann Fleischlos, Biogast, Adamah, ... Aber auch direkt mit Produzenten funktioniert es sehr gut, wie etwa beim Rindfleisch. Da bekommen wir vom Gabriel Fegerl aus dem Waldviertel unser Gulaschfleisch, den Wadschunken, und das Faschierte ...

**Paul Kolarik:** ... und im Advent liefert er uns auch die Christbäume, die wir dann im Garten verkaufen.

Unsere Bio-Bratwürste kommen von der Wiener Fleischerei Gissinger – die schmecken vorzüglich und waren im Sommer auch der Renner bei der Praterbühne.

Aber im Prinzip arbeiten wir auch gerne mit Distributoren, das ist bei uns der Metro Großmarkt, der uns in fast allen Bereichen beliefert. Denn es ist ein bedeutender Unterschied, ob ich pro Jahr 750 kg Stelzenfleisch brauche oder so wie wir eben 75 Tonnen! Da muss es verbindliche Zusagen geben, die diese Mengen auch garantiert. Wir können natürlich nicht an einem Tag Bio-Fleisch anbieten und am nächsten nicht.

**Elisabeth Kolarik:** Langfristige Planung ist natürlich auch ein wichtiger Punkt in der Zusammenarbeit: Wir bestellen zum Beispiel unsere Gänse bereits im Frühjahr, wenn die Eier gelegt werden. Dann bleiben die Tiere bis zum Herbst auf der Weide – so haben nicht nur die Tiere etwas davon, son-



dern auch der Bauer die Garantie, da er seine Gänse ja bereits verkauft hat.

**Bio hat den Ruf teuer zu sein. Wie geht sich das für die Gastro aus ?**

**Paul Kolarik:** Wir haben oft gehört, dass man aufgrund der Größe unsere Lokals nicht auf Bio umstellen kann, aber es funktioniert. Da wir aus der Vergangenheit wissen, welche Produkte wir in welcher Menge benötigen. Wir haben damit etwas bewegen können – und die Preise sind angemessen, nicht übersteuert, dafür dass es Bio ist.

**Elisabeth Kolarik:** Fleisch um Euro 2,99 gibt es bei uns nicht! Wenn das Schwein kein ordentliches Futter zum Fressen bekommt, dann muss man sich grundsätzlich überlegen, ob man diese Fleisch überhaupt essen will. Die Produkte, die wir servieren und zu 100 % aus Österreich kommen, sind ihren Preis wert. Denn schließlich muss auch der Bauer davon leben können.

**Was ist zum 30. Jubiläum geplant?**

**Elisabeth Kolarik:** Wir werden unser Bio-Angebot noch mehr nach außen transportieren, da sich immer mehr Gäste so ein Angebot wünschen. Und unsere Mitarbeiter werden auch Fairtrade eingekleidet.

**Paul Kolarik:** Wir planen einen kleinen Shop, in dem wir die Bio-Produkte anbieten. Zudem wollen wir auch einen mittleren Raum für etwa 60 bis 80 Personen gestalten, der für Hochzeiten oder Firmenfeiern geeignet ist. Ich denke, das ist eine wirtschaftlich sinnvolle Ergänzung. Und am 20. Mai starten wir dann in die nächste Saison der Praterbühne (200 Sitzplätze), die ja ursprünglich nur für einen Sommer gedacht war.

Und natürlich werden wir an unserer Produktqualität schrauben und unseren ökologischen Fußabdruck weiterhin verkleinern. *Andrea Pascher* ■

**OK  
PANEELLE**

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

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

**www.OK-PANEELE.at**



# 140 JAHRE KOTÁNYI

2021 feiert das Traditionsunternehmen sein Jubiläum – eine Erfolgsgeschichte von internationalem Format, die 1881 im ungarischen Szeged mit Paprikapulver begann.

Die Leidenschaft für authentische Kräuter und Gewürze brachten Firmengründer Janos Kotányi 1881 dazu, in seiner Heimatstadt Szeged eine Paprikamischung zu kreieren, mit der er die heimischen Küchen erobern wollte. Die feine Rezeptur des Jungunternehmers überzeugte, Kotányi avancierte in kürzester Zeit zum k.u.k. Hoflieferanten und gründete einen Sitz in Wien Döbling. Der Weg für Österreichs traditionsreichste Gewürzdynastie war geebnet: Seither ist Kotányi als Marktführer aus Österreichs Küchen nicht mehr wegzudenken und exportiert seine hochwertigen Produkte in über 32 Länder. Tendenz steigend: Im Hauptmarkt Russland konnte die Position im Vorjahr um 15 Prozent ausgebaut und mit den stark nachgefragten Gewürzmühlen auch das Interesse des asiatischen Markts mehr als geweckt werden – so zählen Markt-

eintritte in Singapur und Malaysia zu den aktuellen Erfolgen des Unternehmens.

## Freude an der Weiterentwicklung

Der Pioniergeist von einst prägt das Unternehmen bis heute: Erwin Kotányi führt den Familienbetrieb bereits in vierter Generation – seit 40 Jahren schreibt er mit der Erschließung neuer Märkte, innovativen Ide-

en und dem Ausbau des Produktportfolios die Kotányi-Geschichte erfolgreich weiter. Impulse für die stetige Weiterentwicklung des Unternehmens sind Trends, Marktgegebenheiten, aber auch sich verändernde Rahmenbedingungen: „Gerade das Jubiläumsjahr 2021 hat uns mit Lockdowns und Gastronomieschließungen gezeigt, wie schnell sich die Lebenssituationen ändern können. Da ist

Vor allem die feine Wiener Gesellschaft ist von der Paprikamischung angetan. Und so expandiert Janos Kotányi 1884 nach Döbling in Wien.

Der heutige Firmenstandort in Walkersdorf spielt auf fast 6.000 m<sup>2</sup> alle Stück!n.



## „Gerade das Jubiläumsjahr hat uns mit Lock-downs & Gastro-schließungen gezeigt, wie schnell sich Lebens-situationen ändern können.“

Erwin Kotányi, Geschäftsführer



es von Vorteil, wenn man als Unternehmen breit aufgestellt ist“, so Erwin Kotányi. „Daheim Kochen boomt und mit unserer Vielfalt an Kräutern, Gewürzen und anwendungsfertigen Gewürzmischungen lassen sich ganz einfach variantenreiche Gerichte zubereiten – das schätzen Konsumentinnen und Konsumenten sehr.“

Auch Brotbacken haben viele für sich entdeckt. Das Kotányi Brot-Mix-Sortiment avancierte dadurch in kürzester Zeit zum Trendprodukt. Die Wiederentdeckung des sinnlichen Koch- und Genusserlebnisses entspricht dabei Kotányis Philosophie: „zur Freude am Kochen inspirieren“.

### Geschmackserlebnis im Wandel

Ein zentraler Erfolgsfaktor des Traditionsunternehmens Kotányi war und ist auch die Entwicklung von Produktneuheiten. Schon 1912 führte das rasche Wirtschaftswachstum dazu, dass Janos Kotányi seine Paprikaproduktion um eine vielseitige Würzpalette erweiterte. Ein wichtiger unternehmerischer Milestone war die 2003 kreierte Kotányi-Gewürzmühle mit Spezialmahlwerk und ergonomischem Design, die als echte Innovation Einzug in die Küchen hielt und in den Folgejahren zahlreiche Märkte von Brasilien über Malaysien bis China eroberte.

Sowohl 2020 als auch das aktuelle Jahr 2021 brachten besonders viele Neuheiten: feinwürzige „Apfel Chips“ aus 100% österreichischen Äpfeln, die Kaffeegewürzmühlen-Linie „My Coffee Spice“ und die neue „Quick&Easy“-Reihe für die einfache, schnelle und gesunde Küche. Darüber hin-

aus tragen individuelle Kreationen nach dem Unternehmensmotto „Spice up my life“ den zeitgemäßen Kotányi-Lifestyle weiter in die Welt hinaus.

### Der Traum von der weiten Welt

1881 soll Gründer Janos Kotányi die Welt in seiner Fantasie bereist haben – 1912 exportierte er seine Produkte dann real in Metropolen wie Budapest, Berlin, München, Boston und New York.

Hundert Jahre nach der Firmengründung richtete Erwin Kotányi seine Aufmerksamkeit nach Zentral- und Osteuropa und investierte bis Anfang der 1990er-Jahre intensiv in die Markterschließung dieser Regionen. Parallel dazu erfolgte auch der Markteintritt in Deutschland, Italien und Russland. 2006 folgte die geschäftliche Ausweitung nach China und Ende 2018 wurde Kotányi in Russland zum Marktführer.

Die wachsende internationale Nachfrage hatten bereits 1989 zur Entscheidung geführt, den Firmensitz von Wien-Döbling nach Wolkersdorf im Weinviertel zu verlegen und damit den Grundstein für einen hochmodernen Entwicklungs- und Produktionsstandort zu setzen.

Mit Träumereien fängt alles an: In seiner Fantasie bereist der junge Janos Kotányi die ganze Welt, entdeckt dabei viele exotische Kräuter und Gewürze. Zurück in der Realität gründet er um 1881 das Unternehmen Kotányi und nimmt seine erste Paprikamühle in Betrieb.

### Für die Zukunft gerüstet

... und so startete im März 2021 die Errichtung eines neuen Logistikcenters in Wolkersdorf – mit 5.700 Quadratmetern Fläche für Fertigwaren für Österreich und ganz Europa. „Mit der Investition von sieben Millionen Euro stärken wir erneut den Standort Wolkersdorf und leisten einen weiteren Beitrag zur Sicherung der aktuell 300 Arbeitsplätze“, unterstreicht Geschäftsführer Erwin Kotányi. Bereits 2019 wurde dort in die Errichtung einer Halle und die Installation einer 6.500 Quadratmeter großen Photovoltaik-Anlage investiert. Gut gerüstet für die Zukunft kann der 140 Jahre alte Traditionsbetrieb somit vom Weinviertel aus die ganze Welt beliefern und weiter wachsen. ■



# 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 das Fleisch kommt. Wir sagen es ihnen: **Hofgenau!**



## ÖBERIO HOFGENAU

### 100 % FLEISCH AUS ÖSTERREICH

Das Schweine- und Rindfleisch bei gourmetfein wird unter der Marke **ÖBERIO Hofgenau** geführt und kommt exklusiv von **46 Schweine- und 160 Rinderbauern aus Österreich**. ÖBERIO Hofgenau 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 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.



**ÖBERIO Hofgenau S-Karree**  
Art-Nr. 3205

**Herkunftskennzeichnung:**  
Franz Dietachmair, A-4642 Sattledt

Mehr Infos unter: [www.oberio.at](http://www.oberio.at)

#### Gehen Sie mit uns neue Wege!

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

Jetzt informieren unter:

+ 43 7277 3295 - 131