

F leisch & Co

Ausgabe
03/2023

Fachzeitschrift für

- Herstellung
- Veredelung
- Vermarktung

frischer Lebensmittel

Einzelpreis € 5,90

NAHRUNGSMITTEL- UND
VERPACKUNGSTECHNIK

Besser
präzise.



GRAMILLER

gramiller.at

Mit Power am Hof und im TV

Cheyenne Ochsen-
knecht und Nino
Sifikovits setzen auf
alte Rassen und
modernes Marketing.

SHOP 24/7

- ✓ LEBENSMITTELVERPACKUNGEN
- ✓ TO-GO-VERPACKUNGEN
- ✓ HYGIENE & ARBEITSSCHUTZ
- ✓ VERSANDVERPACKUNGEN

www.meierverpackungen.at/shop

MEIER VERPACKUNGEN

MAJA
Eiszeuger
Abschwartmaschinen

S
Strasser
FOOD PROCESSING
MACHINERY

Strasser GmbH & Co. KG
+43 6272 6184
office@strasser.co.at
www.strasser.co.at

Ihr persönliches Exemplar

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



A
AICHINGER

Erfolg lässt
sich einrichten.

www.aichinger.de

Impressum

Fleisch & Co – Die österreichische Fleischerzeitung

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

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

Redaktionsleitung und Chefredaktion: Tanja Braune, office@fleischundco.at

Mitarbeiter dieser Ausgabe: Anita Arneitz, Dima-Alexander Braune, Roland Graf, Dorli Muhr, Simona Nemetz, Raimund Plautz, Johannes Rottensteiner, Ernst Sommerauer

Tirol Redaktion und Social Media Management: Barbara Egger

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

Korrektorat: Katharina Hexel **Coverfoto:** Chianina-Hof

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

Anzeigentarif: Mediaplan 2023, gültig ab 1. 1. 2023.

Erscheinungsweise: 10 Mal/Jahr.

Abonnement: Aboservice Österreichischer Wirtschaftsverlag, Tel. +43 1 54664 135, aboservice@wirtschaftsverlag.at

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

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

Fleisch & Co ist eine unabhängige Publikation, die sich mit Themen der Fleischbranche beschäftigt. Die publizierten Inhalte wurden mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt. Gleichwohl übernehmen wir keine Haftung für ihre Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität. Die Inhalte der einzelnen Artikel, Kommentare und Beiträge spiegeln nicht zwangsläufig die Meinung des Medieninhabers wider.

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

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

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

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

Inhalt

Bis ins Detail reicht bei der Villgrater Bergfleisch GmbH die regionale Verankerung: Herzstück der neuen Fleischerei ist der Schlachthof, den zehn Gesellschafter im März in Betrieb nahmen. Lesen Sie mehr ab S. 20.



Was gibt es Neues? | Branchen-News plus Kommentare von Raimund Plautz und Ernst Sommerauer **04**

Wurstkultur | Georg Leitenbauer eröffnet Greißler in Wien Neubau ... mit einem „Best-of“ des Fleischerhandwerks. **08**

UNESCO | Grandiose Auszeichnung für die Zunft der Fleischhauer und Liebfrauenbruderschaft. **10**

Landwirtschaft 2.0 | Zu Besuch bei den Jungbauern Cheyenne Ochsenknecht und Nino Sifkovits, die in der Steiermark nicht nur am Hof, sondern auch im TV beste Figur machen **12**



Die Lammfleischverkostung der AMA | Prominente Vertreter aus Landwirtschaft, Lebensmittelhandel und der Fleischbranche testeten 20 Kostproben. Erstes Fazit: Österreich ist absolut konkurrenzfähig ... **16**

Schulung | Mit der richtigen Präsentation können Sie die Aufmerksamkeit Ihrer Kunden auf Ihre Spezialitäten lenken – wie das geht, erfahren Sie im Verkaufstraining der LMAK. **19**

Eröffnung | Die Villgrater Bergfleisch GmbH hat in Osttirol einen neuen Schlachthof in Betrieb genommen. **20**

Zerlegung 4.0 | Der Familienbetrieb Hütthaler hat die neue Zerlegung am Standort Redlham fertiggestellt. **22**

Wenn es dunkel wird | Fachautorin Simona Nemetz gibt Tipps für die perfekte Blackout-Vorsorge. **26**

Transportable Kälte | Die praktischen Mietlösungen der Dawsongroup Thermobil Austria GmbH **28**

Ein Unternehmen stellt sich vor | Lang Kältetechnik **30**

Erfolgreich | Das war die AB HOF in Wieselburg. **32**

Neues Konzept von Hermann | Hermann und Thomas Neuburger präsentieren das Fungi Pad. **36**

Genuss-News | plus „Partnerwahl“, der monatliche Wein-Tipp von Expertin Dorli Muhr **38**

Das Rezept des Monats | Lyoner mit Spargel **39**



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

Mail to: office@fleischundco.at

www.facebook.com/fleischerzeitung/

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

www.instagram.com/fleischundco



Das neue Lieblingseis
des Sommers 2023



Häagen-Dazs setzt auf
den Trend-Geschmack
Cookies & Cream.

Spicy: Ehrenwort!

Neue Fruchtaufstriche:
Fruchtige Erdbeere küsst
Tonkabohne

Banana mit Kakao
& Zimt



FEINE DINGE FÜR ARBEIT & GENUSS

Für Sie entdeckt: genussvolle Neuigkeiten,
Interessantes rund um die Arbeit und Nettes für den Alltag.



LÄNGER DUDELN, AUCH OHNE ZUCKER

Das Almdudler Energiebündel
überzeugt mit einzigartig erfrischem
Geschmack aus natürlichen
Alpenkräutern und 32 mg natürlichem
Koffein pro 100 ml in Kombination mit dem
belebenden Extrakt der Guarana-Beere
und Mate-Teeblättern, verzichtet aber
komplett auf Zucker.

Almdudler Mate
& Guarana Zuckerfrei ist zu 100 %
vegan und wird CO₂-neutral in
Österreich produziert.



Lesetipp!

Dr. Willi Kremer-Schillings – besser bekannt als
Bauer Willi – erklärt in seinem neuen Buch, wie er
(fast) alle Wünsche erfüllen könnte, wenn es denn
gekauft und auch bezahlt würde.

Ein kluges Plädoyer für die Landwirtschaft und für
mehr Wertschätzung für Lebensmittel!

Satt und unzufrieden –
Bauer Willi und das Dilemma der Essensmacher
Westend-Verlag, € 24,70





DIE UMFRAGE DES MONATS STEHT DAS AMA- GÜTESIEGEL NOCH FÜR „GÜTE“?

In unserer „Umfrage des Monats“ wollten wir wissen, ob das Image des AMA unter den Skandalen leidet und wie die Branche und die Konsumenten zum AMA-Gütesiegel stehen.

Das AMA-Gütesiegel ist ein behördlich anerkanntes Gütezeichen. Es gibt, so steht es auf der AMA-Homepage geschrieben, verlässlich Auskunft über nachvollziehbare Herkunft, hohe Qualität und darüber, dass unabhängig kontrolliert wurde. Für AMA-Gütesiegel-Produkte gibt es Qualitätsanforderungen, die deutlich über die gesetzlichen Bestimmungen hinausgehen und mit objektiven Methoden überprüft werden.

Dennoch erschüttern leider immer wieder Skandale die Branche, wie jüngst der Vorfall in einem steirischen Geflügel-Schlachthof. Bei über 40.000 Mitgliedsbetrieben sind diese „schwarzen Schafe“ sicherlich Einzelfälle im Promillebereich.

Die Ergebnisse

Die Umfrage ist vier Wochen gelaufen und es wurden 2262 Stimmen abgegeben. Erfreulich ist, dass knapp zwei Drittel der Teilnehmenden das AMA-Gütesiegel positiv bewerten. Dennoch gibt es auch kritische Stimmen, die nach den Skandalen ihr Vertrauen verloren haben – und jene Menschen gilt es, wieder zurückzuerobern. Mit Transparenz, mit Güte und Tierwohl, mit österreichischer Qualität und vor allem ohne Skandale!

Wir drücken die Daumen! ■

Haben Sie noch Vertrauen in das AMA-Gütesiegel?



Wie stehen Ihre Kunden zum AMA-Gütesiegel?



Hat das AMA-Gütesiegel noch eine Zukunft?



Raimund Plautz

Bundesinnungsmeister der Fleischer & Fleischermeister

Vor Kurzem ist die AB HOF-Messe gewesen und viele meiner Kolleg:innen haben sich dort informiert. Das zeigt wieder, dass sich Gewerbe, Direktvermarktung und Landwirtschaft immer mehr verschränken. Das finde ich sehr gut. Wir gehören zusammen, haben die gleiche Wertschöpfungskette und verfolgen die gleichen Ideen rund um Nachhaltigkeit, Qualität und Tierwohl. Gerade in Zeiten von Skandalen, radikaler Veganer u.v.m ist es wichtig, dass wir gemeinsam arbeiten, dem Konsumenten wieder Vertrauen in das Produkt Fleisch zu geben. Wir sind alle in derselben Branche!

Das „Problem“ der Direktvermarktung ist, dass sich manche nicht unbedingt an die gesetzlichen Rahmenbedingungen halten. Denn – zur Erinnerung –, die Direktvermarktung ist daran gebunden, dass 75% der Hauptzutaten aus der eigenen Produktion kommen. In dem Moment, wo mehr zugekauft wird, ist es Kleingewerbe. Das ist der springende Punkt, den einige übersehen. Viele Betriebe, die eine gewisse Größe erreichen, wechseln dann sowieso ins Gewerbe. Was hier aber manchmal wieder übersehen wird: Der Zugang zum Gewerbe ist durch die Meisterprüfung reglementiert. Und das ist gut so: Denn diese Befähigung ist das höchste Siegel der Qualitätssicherung – und das lassen wir uns auch nicht nehmen, schon gar nicht in einem Beruf, wo es um Leib und Leben geht. Wir haben große Kompetenz in der Ausbildung – und wir würden uns sehr freuen, auch Kolleg:innen aus der Direktvermarktung und Landwirtschaft in unseren Meisterkursen zu begrüßen.

Schreiben Sie uns Ihre Meinung an: office@fleischundco.at

ROLLAMA: MARKT-TRENDS IM WANDEL

So beeinflussen die aktuellen Herausforderungen das Konsum- und Kaufverhalten in Österreich.

Vor allem die Inflation beeinflusst die Lebensmittelproduktion sowie das Konsum- und Kaufverhalten. Dies veranschaulichen die aktuellen Daten aus dem RollAMA Haushaltspanel für 2022. Die gesamten Daten mit allen Charts finden Sie auf www.fleischundco.at

Monatlich gaben die heimischen Haushalte im Jahr 2022 rund 170 Euro für frische Lebensmittel und Fertiggerichte (exkl. Brot und Gebäck) aus. Der größte Anteil fällt dabei auf tierische Lebensmittel wie Fleisch, Wurst und Milchprodukte. Der Wunsch nach raschem Einkauf und Zubereitung äußert sich im vermehrten Kauf von Fleisch und Wurst in der Selbstbedienung

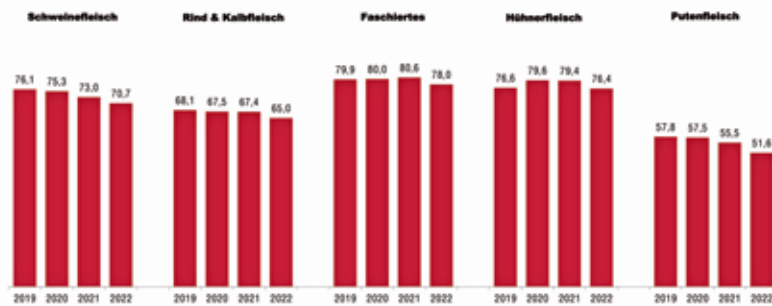
Gestiegene Preise

Am stärksten sanken 2022 die Einkaufsmengen bei Fleisch (insbesondere Rindfleisch) und Frischgemüse (Frucht- und Blattgemüse) – weniger bei Käse, Wurst und Eiern.

Die Preise stiegen 2022 im Schnitt über alle RollAMA-Warengruppen um elf Prozent, die Inflationsrate für Nahrungsmittel betrug laut Statistik Austria im selben Zeitraum 22 Prozent. Die steigenden Preise führen dazu, dass zahlreiche Aktionsprodukte vom LEH angeboten. Jeder dritte Euro wird für ein vergünstigtes Lebensmittel ausgegeben! Butter und Fleisch gehören wie üblich zu den Top-Aktionsartikeln. ■

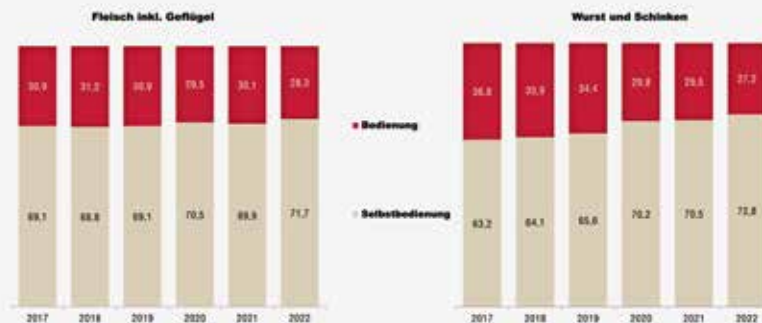
Rückläufige Käuferanteile bei Fleisch

im LEH, Käuferreichweite in Prozent



Mehr SB bei Fleisch und Wurst

im Lebensmitteleinzelhandel ohne Hofer/Lidl, wertmäßige Anteile in Prozent



TECH FORUM®

Service . Beratung . Leidenschaft

DAS ORIGINAL - WENN ES UM CLIPPEN GEHT



VOLLE LEIDENSCHAFT FÜR BESTE BERATUNG UND PERFEKTEN SERVICE. FÜR IHREN ERFOLG.

Stolzer Partner von:

poly-clip®
SYSTEM

günther®
EXCELLENCE IN PROCESSING

WEBOMATIC
WELTWEIT. 1977. 2017. 2022.

EKOMEX
Pilsnick

VETEC
ANLAGENBAU

Pujolás

MEHR UMSATZ MIT GUTSCHEINEN

Edenred, Anbieter von Mitarbeiter-Benefits in Form von digitalen Gutscheinen, zählt über 20.000 Einlösestellen in ganz Österreich. Eine davon ist die Fleischerei Mosshammer in Graz. Gerade in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten zeigt sich der Mehrwert solcher Partnerschaften einmal mehr: So konnte der Familienbetrieb Mosshammer seine Umsätze durch die Essensgutscheine von Edenred um mehr als das Dreizehnfache steigern.

Wer kennt es nicht? Die To-do-Liste ist voll, nach einem intensiven Vormittag knurrt der Magen – Zeit für eine Mittagspause, um die Energiereserven aufzufüllen. In solchen Situationen ist für viele Grazer:innen die Fleischerei Mosshammer unweit des Stadtparks die erste Anlaufstelle. Im vergangenen Jahr wurde der Familienbetrieb von der AMA zur besten Fleischerei Österreichs gekürt. Neben höchster Qualität, regionalen Produkten und vielen handwerklich hergestellten Schmankerln ist auch die Partnerschaft mit Edenred mitverantwortlich für den Erfolgskurs des Unternehmens.

Essensgutscheine als Wirtschaftsmotor

Die Fleischerei Mosshammer kooperiert seit 2010 mit Edenred und ist seither eine von über 20.000 Einlösestellen für Gutschein-Nutzer:innen in ganz Österreich. Wie das starke Wachstum des Grazer Unternehmens über die Jahre veranschaulicht, wirken sich die Essensgutscheine, die Edenred vertreibt, positiv auf Umsatz sowie Kundenbindung und -akquirierung der Partner aus. So stieg der Anteil des Umsatzes, den die Fleischerei mit (digitalen) Edenred-Gutscheinen erzielte, in zehn Jahren um mehr als das Fünffache. In der Corona-Pandemie von 2020 bis 2022 war dann ein nochmaliges Plus um mehr als das Doppelte zu verzeichnen. So steigerte sich der durch die Gutscheine erzielte Umsatz seit Beginn der Partnerschaft um mehr als das Dreizehnfache.

„Die Essensgutscheine von Edenred wirken wie ein Motor auf unser Geschäft – insbesondere während der Corona-Zeit, aber auch jetzt inmitten der

Teuerungen. So konnten wir unser Wachstum und unseren Stellenwert als hochqualitativer Fleischereibetrieb gravierend ausbauen“, freut sich Josef Mosshammer.

„Im Sinne unserer Firmenphilosophie ‚Enrich connections. For good‘ ist es uns immens wichtig, starke Partnerschaften mit dem lokalen Lebensmittel Einzelhandel und der Gastronomie zu knüpfen. Gerade in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten ist es essenziell, gemeinsam an einem Strang zu ziehen und die Regionalität zu stärken“, ist Edenred-Geschäftsführer Christoph Monschein, gebürtiger Grazer und leidenschaftlicher Kulinariker, überzeugt und ergänzt: „Durch die Gutscheine ermöglichen Unternehmen ihren Mitarbeiter:innen außerdem eine ausgewogene Mittagspause. Das ist wichtig für Leistung und Kreativität und für das Betriebsklima als Ganzes.“

Nur 25 % setzen auf Papier-Gutscheine

Ein weiterer Trend macht sich auch in der Fleischerei Mosshammer bemerkbar: Nur noch 25 Prozent werden hier mit Papiergutscheinen umgesetzt, während die digitalen Produkte in Form von recycelbaren Prepaid-Karten und virtuellen Karten per App bereits 75 Prozent ausmachen. Der führende Anbieter von Mitarbeiter-Benefits setzt im Sinne einer modernen und nachhaltigen Arbeitswelt verstärkt auf die Digitalisierung seiner Produkte und Services. „2023 geht der Anteil von Papiergutscheinen sogar gegen null, was ganz dem Edenred’schen Unternehmensziel entspricht. Karten- und mobile Zahlungen steigen dagegen stark an“, freut sich Monschein. ■

Edenred-Geschäftsführer Christoph Monschein (links) und Josef Mosshammer freuen sich über die langjährige, gewinnbringende Partnerschaft.



Am Wort!



Ernst Sommerauer von Aichinger über Trends und Anforderungen im Ladenbau

Trends bei Farben und Materialien Die Aufgabe des Shop-Designs ist es, dass sich Kunden und Gäste wohlfühlen. Einen wesentlichen Beitrag zur Wahrnehmung leisten die Farbgebung an Decke, Wand und Boden, zudem die Materialien der Möbel und das Licht. Es gilt, dies stimmig zu gestalten und Akzente zu setzen, die die Aufmerksamkeit lenken. Psychologen haben herausgefunden, dass ein ausgewogenes Maß an Reizstimulierungen für das Gehirn ideal ist. Dort fühlen sich die Menschen am wohlsten. Farbe hat eine starke Wirkung, deshalb gilt es, stimulierende Farben nur akzentuiert einzusetzen. Der Trend geht zu gedämpften Farben, die Behaglichkeit und Wärme vermitteln. Farbe wirkt erst im Zusammenspiel mit Licht. Großformatige Prints von floralen Mustern lassen zuvor kahle Wände wirken. Haptische Elemente oder 3-D-Strukturen verstärken das Erleben. Das gilt auch für die Oberflächen der Möbel und der Theke: Echtholz und Naturstein statt Dekor. Aus hygienischen Gründen werden die Bodenfliesen immer großformatiger, ein gegossener Boden aus Epoxidharz ist eine geeignete Alternative.

War früher die Decke nur ein Trägerelement, um Leuchten zu integrieren, so hat diese längst auch dekorative und akustische Funktionen. Apropos: Die Akustik ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor im Laden. Die Kunden und die Mitarbeitenden hinter der Theke müssen einander gut verstehen können, Sprach- und Trittschall sind im Sitzbereich möglichst zu absorbieren. Schallelemente mit integrierten Lichtspots über den Tischen oder an den Wänden, mit Stoff oder Loden bezogene Sitzmöbel und Kissen schaffen zudem eine angenehme Atmosphäre, die zum Verweilen einlädt.

REGIONAL UND ZUKUNFTSFIT

Regionale Produkte stehen hoch im Kurs, für ihre Zukunft braucht es innovative Perspektiven & starke Partnerschaften: Der 1. Tiroler Lebensmittelkongress soll als Plattform für Branchenvertreter:innen zum gegenseitigen Austausch und für Erfolgsrezepte für heimische Lebensmittel dienen.

Regionale Lebensmittel erfreuen sich in Tirol großer Beliebtheit. Zwischen Landwirtschaft, Produktion und Handel bestehen starke Wirtschaftskreisläufe. Entlang der gesamten Wertschöpfungskette stehen aber alle Beteiligten vor Herausforderungen, auf die es klare Antworten braucht, um der Regionalität eine Zukunft zu sichern. „Klimawandel und Umweltschutz, Rohstoffknappheit und Preissteigerungen, Abhängigkeiten von Lieferketten und sich ändernde Kundenansprüche sind nur einige der Themen, auf die wir Antworten brauchen. Deshalb verstärken wir unsere Partnerschaften und gemeinsamen Bemühungen, damit qualitätsvolle, regionale Lebensmittel auch unter sich ändernden Rahmenbedingungen eine Zukunft haben“, so Stefan Mair, Obmann des Landesgremiums des Tiroler Lebensmittelhandels in der WK Tirol.



Stefan Mair vom Tiroler Lebensmittelhandel

Gute Zusammenarbeit

Ein erstes Ergebnis der guten Zusammenarbeit ist der ab heuer einmal jährlich stattfindende Tiroler Lebensmittelkongress, der vom Landesgremium des Tiroler Lebensmittelhandels in der Wirtschaftskammer Tirol in Partnerschaft mit der Agrarmarketing Tirol ausgerichtet wird. Der Tiroler Lebensmittelkongress soll als Branchentreff und mit Expert:innen-Input Zukunftsoptionen für heimische Lebensmittel aufzeigen.

Lebensmittelkongress

Die Herausforderungen treffen Landwirtschaft, Produktion und Handel gleichermaßen, aber auf unterschiedliche Weise und in unterschiedlicher Intensität. „Durch die Zusammenarbeit aller Beteiligten erarbeiten wir gemeinsame Lösungen, wie wir den Wert der Regionalität bewahren und regionale Lebensmittel in höchster Qualität auch in Zukunft ins Regal bringen können – zu gleichermaßen für die Kund:innen leistbaren und für Landwirtschaft, Produktion und Handel rentablen Preisen. Darum wird es sich zentral beim heurigen, erstmals stattfindenden Tiroler Lebensmittelkongress Mitte April drehen“, so Mair.

Landwirtschaft stärken

„Als Konsument:innen treffen wir mit jedem Kauf eine Entscheidung. Wir beeinflussen, wie Lebensmittel produziert werden. Greifen wir zu regionalen Produkten, bewirken wir viel Gutes: Wir wählen dadurch geringere CO₂-Ausstöße, kurze Transportwege, hochwertige Lebensmittel und faire Preise. Damit wird der Erhalt der Kulturlandschaft und die Grundversorgung sichergestellt. Außerdem unterstützen wir die gesamte Wertschöpfungskette. Auch dieser Aspekt wird im Rahmen des Tiroler Lebensmittelkongresses zur Sprache kommen“, erklärt Matthias Pöschl, GF der Agrarmarketing Tirol, die Intention. ■

LASKA

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

Ökonomisch. Rationell. Ertragreich.

MAJA

Entschwartungsmaschinen

Arbeitsprozessoptimierung
beim Entvieseln und Entschwarten

zum manuellen Entschwarten runder
Teilstücke wie Schinken, Schulter usw.

sekundenschnelles Umrüsten ohne
Werkzeug

individuelle Klingeneinstellung

umklappbare und abnehmbare Haube

stabiles Gehäuse aus Edelstahl -
leicht zu reinigen



OPTIMAL

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





Wie ein „Best-of“ des heimischen Fleischerhandwerks wirkt die Theke in Wien-Neubau. Aus Leidenschaft für die Wurstkultur eröffnete der Salzburger Georg Leitenbauer sein gleichnamiges Geschäft. Und sicherte damit zugleich eine Art Greißler für den 7. Bezirk. Fleisch & Co-Autor Roland Graf hat dem neuen Laden einen Besuch abgestattet.

GEORG LEITENBAUER BRINGT WURSTKULTUR INS GRÄTZL

Das Wohltuendste am Stimmengewirr in der Neubaugasse 71 ist die Vielfalt der Wünsche. „Machst mir wieder eine Überraschungsplatte“, „Heute nehm' ich einen Leberkäse“ oder „Ist der Whisky schon da?“, schallt es munter durch die drei Räume der Neueröffnung. Wohlgermerkt: Es ist ein Montag, 15 Uhr. Da wird ein Snack geordert, dort lässt sich der heimische Top-Maler Feines für den Abend einpacken. Die viergliedrige Fassade lässt in altvertrauter Typografie die Schwerpunkte wissen: Wurstkultur (siehe Bild rechts), Delikatessen, Feinkostimbiss und Grätzlvinothek. Weine aus Wien und dem Burgund, zwei Jahre gereifter Gruyère, dänischer Karamellkäse und feiner St. Maure finden sich in bunter Vielfalt neben Senf von Fallot oder Kolschitzky-Kaffees des famosen

Rösters Rüdiger Eggers. „Eigentlich wollen wir der Kramerladen ums Eck sein“, fasst Georg Leitenbauer das Sortiment zusammen. Und im Falle des 48-Jährigen ist das wörtlich zu nehmen.

Der Gastgeber ums Eck

Denn der bis vorigen August beim Fleisch-Veredler „Aumaerk“ (siehe Fleisch & Co 1/2022) tätige Leitenbauer wohnt selbst um die Ecke in Wien-Neubau. Das „G'schäft“, wie Helmut Hochwallners Delikatessenhandlung vor der Neuübernahme hieß, kannte der Marketing-Mann vom Einkaufen. „In der Pandemie habe ich ihn dann ab und zu vertreten“, begann die neue Feinkostkarriere durch Zufall. „Doch beim Schinken-Schneiden habe ich schnell gesehen: Das ist meins!“

Denn im Grunde kommt Leitenbauer aus der Gastronomie und er ist nach eigenem Bekunden „gerne Gastgeber“. Die Mittel dazu hat er in der rund sechsmonatigen Planungsphase angeschafft. So wird etwa das „Hopfenherz“ aus der oberösterreichischen Brauerei Wildshut – einem Projekt von „Stiegl“ – nur hier in Wien vom Fass gezapft.

Story-Teller und Wurst-Peller

Eher zufällig habe sich die Spezialisierung auf Wurst ergeben, doch gerade hier fallen die Liebe zu Delikatessen und das erzählerische Element seiner Marketing-Zeit zusammen. „Zu Wurst hat jeder eine Geschichte. Die einen erinnern sich, dass es die ‚Frischen‘ jeden Mittwoch gegeben hat, andere schwärmen von den ‚Wurstschüsslerln‘

Die getrüffelte Mangalitz-Salami kommt von Wurst-Spezialist Stefan Windisch in den Genuss-Concept-Store nach Neubau.

der Kindheit und suchen die ideale Pariser dafür.“ Und natürlich lässt sich auch lange diskutieren, was jetzt am besten in ein Erdäpfelgulasch geschnitten wird. Man könnte aber auch ein „fleischiges“ Spiel in der „Wurstkultur“ inszenieren: Nennt man eine Lieblingssorte, ist sie nicht nur vorrätig. Sondern meist auch von einem der Besten in Österreich. Franz Dormayers „Weltmeisterblunzen“ aus dem Weinviertel liegt neben Simon Humers Mortadella vom „Biohof Thomabauer“. Die im Burgenland erzeugte, überaus pikante Cabanossi wiederum liefert der Kochbuch-Autor, Gastronom („Palette“ am Vorgartenmarkt) und Genusscout Gerd Sievers exklusiv.

Mangalitz-Salami mit Trüffel steuert Stefan Windisch aus Wiener Neustadt zu diesem „Concept Store des Köstlichen“ bei. Und dann wäre da noch das Lammfleisch bzw. die Hirschbirnen-Säfte der „Schäfererei“ aus dem steirischen Vorau, an denen Leitenbauer nicht vorbeikonnte. Denn „Leitenbauer“ ist auch der Hofname von Antonia Kirchsteigers und Michael Pongratz' Bioproduktion. Überhaupt sieht der „Wurstkultur“-Gründer „Bio beinahe schon als Selbstverständlichkeit“ bei seinen Lieferanten an. Entsprechend gut ins Bild passen auch die Bezirkshonige von Imkern aus ganz Wien, die sich in den antiken Regalen des Geschäfts finden.

Nicht ganz unwesentlich ist neben seinem Vorleben als Fleisch-Vermarkter auch die Herkunft des Neo-Greißlers. Denn Leitenbauer



stammt ursprünglich aus Salzburg. Deshalb sind nicht nur Spirituosen wie Sigi Herzogs Gin oder der Wermut von Sporer aus der Getreidegasse gelistet. Aus dem Lungau stammen die beiden Leberkäse-Varianten Hannes Höneggers. „Aber auch St. Johanner mussten einfach sein“ – sie liefert zwar ein Tiroler, doch die Qualität von Stefan Horngachers Würsteln aus dem Pillerseetal überzeugte. Auch die „Landjager“, echt salzburgerisch ohne „ä“ ausgesprochen, sind so eine Reminiszenz an Leitenbauers Heimatbundesland.

Trio von Belgiens Kult-Fleischer

Endgültig zur Adresse für Fleischkenner wird die „Wurstkultur“, wenn man zwischen den Delikatessen made in Austria den Namen Hendrik Dierendonck entdeckt. Der Belgier ist

einer der wenigen Fleischer, die über die jeweiligen Landesgrenzen hinaus Bekanntheit genießen. Das auf der eigenen Schlachtung basierende Restaurant „Carcasse“ in Sint-Idesbald bei Dünkirchen ist Kult. Das dazugehörige Kochbuch, stilecht mit Fleischerhaken zum Aufhängen geliefert, hat noch mehr zum Ruf Dierendoncks beigetragen. „Das ist nicht regional oder nachhaltig“, räumt Leitenbauer ein, „doch da geht es um den Geschmack“. Rubinrot leuchtet die Coppa aus dem Rinderhacken aus der Vitrine, daneben hängen verführerisch die Salsicce. Die Pastrami des Belgiers ist hingegen längst ausverkauft. Ein gutes Zeichen in dem jungen „Kramerladen“: Offenbar braucht Neubau, braucht Wien eine hochstehende „Wurstkultur“!

www.leitenbauer.wien ■



**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



Der große Moment der Übergabe des Verleihungsdekrets: Der Generalsekretär der österreichischen UNESCO-Kommission Mag. Martin Fritz überreichte die Urkunde an Zunftmeisterin Regina Waldum.

FLEISCHER-ZUNFT ERHIELT WELTERBE-DEKRET

Eine großartige Auszeichnung: Die Zunft der Fleischhauer und Liebfrauenbruderschaft in Gars am Kamp wurde offiziell in die Liste des immateriellen Kulturerbes der UNESCO aufgenommen.

Ausgesprochen groß war die Freude bei der über 500 Jahre alten Zunft der Fleischhauer und Liebfrauenbruderschaft zu Gars am Kamp, als die Aufnahme in die Liste des immateriellen Kulturerbes der UNESCO im Herbst 2022 bekannt wurde. Ende März war es nun so weit, der Generalsekretär der Österreichischen UNESCO-Kommission machte sich höchstpersönlich auf den Weg nach Gars, um das Verleihungsdekret im Rahmen einer feierlichen Feststunde an Zunftmeisterin Regina Waldum zu übergeben.

Trotz formeller Aufhebung aller Zünfte blieb die Fleischhauerzunft zu Gars als einzige und älteste in Niederösterreich bestehen. Bis zum heutigen Tag haben sich auch die Pflege der gemeinschaftlichen Bedeutung und der überlieferten Bräuche erhalten. Zu diesen Bräuchen gehören der jährlich statt-

findende Zunfttag mit dem traditionellen Würstelessen und der Gedenkmesse für alle verstorbenen Mitglieder, die Verleihung von Ehrensiegeln und dem Goldenen Ehrenring, die Teilnahme an der Fronleichnamsprozession mit dem Vorantragen der Zunftfahne sowie das Verteilen von gesegneten Ehrenkränzen an Zunftmitglieder und der Zunft nahestehende Persönlichkeiten. Spenden werden stets karitativen Zwecken zugeführt.

Die Fleischhauerzunft hat eine geschlossene Mitgliederzahl von zwölf Personen, die sich aus Meister:innen, Gesellen und Eigentümern von ehemals radizierten Häusern zusammensetzt. Erstmals in der Geschichte der Zunft wird diese von einer Frau geführt – Regina Waldum ist seit 2020 Zunftmeisterin und folgte damit Innungsmeister Josef Höchtl, der 2020 nach mehr als 50 Jahren an der Spitze der Zunft verstarb.

Pflege und Wahrung der Tradition

Die Pflege und Wahrung der mit der Zunft verbundenen Tradition wird bis heute durch die Teilnahme an verschiedenen Veranstaltungen sowie die Ausstellung der Zunftgegenstände wie etwa der Zunfttruhe, auf der an der Innenseite das Jahr 1535 datiert ist, der alten Zunftfahne, diverser Siegel, Bücher und Dokumente im Garser Zeitbrücke-Museum sichergestellt. Im Museum ist der Zunft ein eigener Raum gewidmet, wo all diese Utensilien für die Bevölkerung zu sehen sind.

Unter „Immateriellem Kulturerbe“ versteht die UNESCO Künste, gesellschaftliche Praktiken, Bräuche, Feste, Naturwissen oder Handwerkstechniken, die von Menschen ausgeübt, weitergegeben und weiterentwickelt werden. 2022 wurden zehn neue Elemente in das nationale UNESCO-Verzeichnis des Immateriellen Kulturerbes in Österreich aufge-

nommen, die eine bereichernde Ergänzung zur Vielfalt gelebter Praktiken darstellen. Insgesamt sind im österreichischen Verzeichnis bereits knapp 160 Traditionen gelistet.

Zahlreiche Ehrengäste

Zunftmeisterin Regina Waldum bedankte sich besonders beim Geschäftsführer der Bundessparte Gewerbe und Handwerk, Prof. Dr. Reinhard Kainz, bei der Leiterin des Institutes für angewandte Gewerbeforschung, DI Heidrun Bichler-Ripfel, der Historikerin Mag. Sylvia Weber und Museumsdirektor Mag. Anton Ehrenberger für ihre Unterstützung. Besonders froh war sie, dass ihr Vorgänger Josef Höchtl bereits 2019 eine Chronik erstellen hat lassen und somit viel Vorarbeit bereits getan war.

Als weitere Ehrengäste konnte die Zunftmeisterin den Generalsekretär der österreichischen UNESCO-Kommission Mag. Martin Fritz, Bürgermeister von Gars, Ing. Martin Falk begrüßen, der übrigens auch selbst ein Zunftmitglied ist. Darüber hinaus den Bezirkshauptmann Mag. Stefan Grusch, den Landtagsabgeordneten Ing. Franz Linsbauer und Landtagsabgeordneten a. D. Josef Wiesinger, den Landesinnungsmeister der Fleischer Niederösterreich Jakob Ellinger, Pfarrer Mag. Robert Bednarski, die Horner Bezirksstellenobfrau der Wirtschaftskammer Niederösterreich Margareta Jarmer, den Leiter der Arbeiterkammer Horn Andreas Riedl und die Vizebürgermeisterin von Gars Paula Uitz.

Festansprache und Laudatio

Zunftmeisterin Regina Waldum betonte in ihrer Festansprache: „Die Eintragung der Zunft der Fleischhauer und Liebfrauenbruderschaft Gars am Kamp in die Liste des immateriellen Kulturerbes der UNESCO stellt eine hohe Auszeichnung dar und ist zugleich eine große Motivation für alle bestehenden und kommenden Mitglieder, die Tradition der Zunft noch lange weiterzuführen.“

Der Generalsekretär der österreichischen UNESCO-Kommission Mag. Martin Fritz hielt in seiner Laudatio folgendes fest: „Es geht beim immateriellen UNESCO-Kulturerbe darum, das Leben in seiner ganzen Breite und Vielfalt anzuerkennen. Die UNESCO ist als Unterorganisation der UNO ein Bildungs- und Friedensprojekt. Entscheidend für die Aufnahme ist die lebendige Praxis und der Erhalt der Tradition. Diese Kriterien sind bei der Zunft der Fleischhauer und Liebfrauenbruderschaft zu Gars erfüllt, daher freuen wir uns, diese Institution in die Liste des immateriellen UNESCO-Kulturerbes aufzunehmen.“

Mit dem traditionellen Würstelessen klang der Festakt würdig aus. *HaRo* ■



NÖ-Landesinnungsmeister Jakob Ellinger: „Ich darf seitens der Landesinnung meine allerherzlichsten Glückwünsche überbringen.“




Der Festakt fand im Zeitbrücke-Museum statt, in dem es seit vielen Jahren einen eigenen Schauraum, der in den vergangenen Monaten um zwei Vitrinen und eine audiovisuelle Station erweitert wurde, gibt.



Der Geschäftsführer der Bundessparte Gewerbe und Handwerk, Prof. Dr. Reinhard Kainz: „Das ist eine sehr große Auszeichnung und auch ein Vermächtnis des 2020 verstorbenen Zunftmeisters Josef Höchtl.“



Museumsvertreter, Politiker, Kammerfunktionäre und Unterstützer der Bewerbung für das „Immaterielle Kulturerbe“ trugen sich als Gratulanten ins Zunftbuch ein: Anton Ehrenberger, Josef Wiesinger, Sylvia Weber, Andreas Riedl, Franz Linsbauer, Martin Fritz, Reinhard Kainz, Zunftmeisterin Regina Waldum, Bürgermeister Martin Falk, Margareta Jarmer, Jakob Ellinger, Heidrun Bichler-Ripfel, Bezirkshauptmann Stefan Grusch sowie Rudolf und Gerti Menzl (v. l.).



Cheyenne Ochsenknecht
(22) und Nino Sifkovits
(27) züchten – gemeinsam
mit seinem Vater
Gerald – italienische
Chianina-Rinder.

WEISSE RIESEN

AUS DER STEIERMARK

Am Chianina-Hof in der Steiermark wird die weltweit größte Rinderrasse gezüchtet und mit einer ordentlichen Portion Coolnessfaktor auch vermarktet. Dafür gab es heuer auch gleich den Platz zwei beim Innovationspreis „Vifzack“. Ein Blick hinter die Stalltür von Anita Arneitz.

Während nebenan die Eltern ihre Kinder in die Schule bringen, werden am Chianina-Hof im steirischen Dobl, ganz in der Nähe von Graz, bereits die imposanten Chianina-Rinder mit Heu, Silage und Kraftfutter versorgt. Gegenüber genießen die Il-de-France-Lämmer die ersten warmen Strahlen der Morgensonne und beobachten neugierig das Geschehen. Vor zwei Jahren hat Nino Sifkovits mit seiner Frau Cheyenne Ochsenknecht den Hof von seinem Vater Gerald übernommen und konzentriert sich seit dem ganz auf die Vermarktung von alten Rassen. Dazu gehören die rund 30 Chianina-Mutterkühe mit etwa 20

Jungrindern. Bereits im 12. Jahrhundert soll Franz von Assisi die Rinder gezüchtet haben –, sie wurden damals sogar als „heilige Kühe“ bezeichnet.

Revival alter Rassen

„Bei uns hat alles vor 18 Jahren angefangen“, erzählt Nino Sifkovits und hockt sich neben Cipriani. Die stattliche Dame zog als Erste ihrer Rasse von Italien in die Steiermark und wuchs sozusagen mit dem Jungbauern gemeinsam auf. Heute ist sie die älteste Rinderdame im Stall.

Die Stiere werden bis zu zwei Meter groß und erreichen bis zu 1800 Kilo. Die Kühe sind

„Unser Hof“: Cheyenne Ochsenknecht und Nino Sifkovits bekommen eine eigene Reality-Serie auf dem Privat-TV-Sender Sky

Das Boot, Männer, Schtonk! ... – als Schauspieler ist **Uwe Ochsenknecht** in Deutschland ein Megastar. Doch nicht nur der Schauspieler selbst, auch seine Familie hat längst Kultstatus erreicht. Lange galten Uwe und seine Ehefrau Natascha Ochsenknecht als eines der flippigsten Paare der Filmszene, bis 2009 die Trennung bekannt gegeben wurde. Mit Natascha hatte er sich eine wahre Schauspiel-Dynastie aufgebaut: Auch die Söhne Wilson-Gonzales und Jimi-Blue wurden dank der „**Wilde Kerle**“-Filme schnell zu Teenieschwärmen. Und auch Nesthäkchen Cheyenne hat sich mittlerweile eine eigene Karriere als Model und Influencerin aufgebaut. Aber nicht nur das: Für ihren Ehemann Nino ist sie jetzt nicht nur Österreicherin geworden, sondern hat auch ihr glamouröses Leben in der pulsierenden Großstadt Berlin gegen das **Leben am Bauernhof** eingetauscht.

Cheyenne und Nino haben sich durch ihren gemeinsamen Freund, den Fußballer Valentino Lazaro, kennengelernt. Seit 2019 sind die beiden ein Paar. Bevor sie 2020 nach Dobl bei Graz auf den Chianinahof gezogen sind, haben sie gemeinsam in Berlin gewohnt. 2021 hat Tochter Mavie das Licht der Welt erblickt, vergangenes Jahr haben sie sich in der Weststeiermark das Jawort gegeben. Aktuell ist Cheyenne schwanger mit Baby Nummer zwei.

Der Hof-Alltag der beiden coolen Nachwuchs-Landwirte spielt auch eine zentrale Rolle in der Reality-Serie „Diese Ochsenknechts“ (Sky), die am 13. Februar mit Staffel zwei in die nächste erfolgreiche Runde ging.

Doch jetzt kommt auch noch ein Spin-off hinzu, wie Cheyenne Ochsenknecht und Ehemann Nino Sifkovits kürzlich im Interview mit dem deutschen Magazin Stern verraten haben. „**Unser Hof**“ startet voraussichtlich im Winter 2023 und begleitet das Jungbauernpaar für vier Folgen und Jahreszeiten bei der Arbeit auf dem Chianinahof in der Steiermark. „Ich habe mir immer einen Mann wie Nino gewünscht, aber ich wusste nicht, dass so einer noch existiert“, erzählt Cheyenne Ochsenknecht über den Landwirt. „Cheyenne ist eigentlich gar nicht mein Typ vom Äußeren. Aber abgesehen davon hat es sofort gepasst“, sagt Sifkovits.



etwas kleiner und leichter. Dennoch zählen sie zu den größten und ältesten Rinderrassen der Welt.

Die Kälber werden mit braunem Fell geboren und bekommen erst ausgewachsen die leuchtend weiße Farbe. Ähnlich wie die Lipizzaner. Ursprünglich stammen sie aus dem toskanischen Chiana-Tal, von dem sich ihr Name ableitet. Einst wurde die Rasse als Arbeitstier eingesetzt, heute wird sie vor allem wegen ihrer Fleischqualität geschätzt. Das Fleisch ist schön feinfasrig, kalorienarm, zart und saftig. Gourmets ist es als „Bistecca alla fiorentina“, also als dickes T-Bone-Steak, bekannt. Ein seltener Genuss: Denn weltweit

soll es nur noch etwas über 40.000 Chianina-Rinder geben.

Multikulti im Stall

Wer auf der Weide in Dobl zwischen den weißen Riesen andere Kühe entdeckt, hat ein gutes Auge. Nino erklärt: „Wir brauchen immer ein paar brave Tiere, die Ruhe in die Herde bringen. Die Urrasse hat eben ihren eigenen Kopf und mit zwei Ammenkühen ist es einfach leichter.“ Zudem seien die Chianina-Rinder recht sensibel. Veränderungen mögen sie gar nicht. „Du musst dich sehr intensiv mit den Tieren auseinandersetzen. Du hast keine Chance, wenn sie dich nicht

respektieren.“ Da ticken sie fast ähnlich wie Pferde. Um mehr Vielfalt auf den Hof zu bringen, haben sich zu den Rindern aus Italien noch Ile-de-France-Schafe aus Frankreich und Iberico-Strohschweine aus Spanien dazugesellt.

Das passt gut zur Familie, die selbst gern über den Tellerrand schaut und Jetset-Leben mit Landwirtschaft verknüpft. Nino selbst spielte Fußball und lebte in Berlin. Dort lernte er auch Model Cheyenne Ochsenknecht kennen. Mit ihr im Gepäck kehrte Nino schließlich in die Steiermark heim, um nach und nach den Hof seines Vaters zu übernehmen. Gemeinsam mit seiner Frau, die →

Miteinander statt gegeneinander: Erfolgsprinzip Kooperation

Nino im Interview: Warum der Jungbauer neben dem Direktvertrieb auch mit regionalen Fleischern zusammenarbeitet und die Würde der Tiere an erste Stelle setzt.

Fleisch & Co: Einen landwirtschaftlichen Betrieb im Vollerwerb zu führen ist heutzutage nicht einfach. Wie schafft ihr es?

Nino Sifkovits: „Wir haben uns bewusst von den üblichen Handelspreisen abgekapselt und können in der Direktvermarktung einen fairen Preis erzielen. Zum Glück gibt es Leute, die auf eine besondere Fleischqualität Wert legen und auch bereit sind, dafür etwas mehr zu bezahlen. In einer Nische gibt es immer eine wirtschaftliche Chance, aber es ist nicht leicht. Es braucht viel Idealismus und Liebe zum Beruf. Die Stunden, die wir investieren, können nie aufgerechnet werden.“

Wie funktioniert der Direktvertrieb im Detail?

„Wir arbeiten nach Vorbestellung. Unsere Kunden bestellen über die Webseite oder direkt bei uns und kommen das zerlegte sowie verpackte Fleisch bei uns abholen. Einen Hofladen gibt es noch nicht, aber wir planen etwas in diese Richtung. Es geht allerdings nur Schritt für Schritt. Darüber hinaus kooperieren wir mit Fleischern und beliefern die Gastronomie.“

Einst galt Bauersein als uncool. Was haltet ihr entgegen?

„Ohne Landwirte haben wir nichts zu essen. Daher ist es ein wichtiger und toller Beruf. Wir wollen das Bild der Landwirtschaft verändern und zeigen, dass man auch als Bauer cool sein kann. Es ist wirklich ein schöner Beruf.“

Wie sehen eure Zukunftspläne aus?

„Eines steht für uns im Vordergrund: Wir arbeiten weiter am Tierwohl. Im Sommer wollen wir einen neuen Stall errichten und unseren Tieren noch mehr Platz bieten. Bereits jetzt hat jedes Tier drei Quadratmeter Platz. Von April bis Oktober verteilen sich die Tiere auf rund 15 Hektar Wiesenfläche. Mit dem Neubau soll es dann eine Art Hofladen mit Fleisch und Grillsachen geben. Auch ein Kunststallier könnten wir uns vorstellen. Wir sind offen für verschiedene Kooperationen und setzen kreativ unseren Weg fort.“

Eine Kooperation ist mit der Fleischerei Buchberger aus der Umgebung ...

„Ja, das stimmt. Wir haben gemeinsam Fertiggerichte im Glas mit unserem Fleisch entwickelt und teilen ein gleiches Mindset,

was Qualität, Transparenz und Nachhaltigkeit angeht. Die Fertiggerichte im Glas haben ein eigenes Label und sind hochwertig. Wer keine Zeit zum Kochen hat, kann diese auch ohne Bedenken seinen Kindern servieren. Das ist uns als Jungfamilie wichtig.“



Wie läuft die Zusammenarbeit mit der Fleischerei ab?

„Wir bringen das geschlachtete Tier im Ganzen zur Fleischerei und es wird dann von den Fleischern fachgerecht zerlegt und verarbeitet. Für die Kunden ist klar nachvollziehbar, woher das Fleisch kommt. Am Etikett sind beide Betriebe sichtbar.“

Gibt es nicht ein gewisses Konkurrenzdenken zwischen Landwirt und Fleischer?

„Nein, gar nicht. Mit Robert Buchberger haben wir ein gutes Verhältnis und kommen uns mit den anderen Produkten nicht in die Quere, weil wir in unserer eigenen Nische arbeiten. Privat kaufen wir unsere Wurst auch bei ihm in der Fleischerei. Gerade Landwirte und Fleischer sollten zusammenhalten und mehr gemeinsam machen.“

Immer mehr Konsumenten ernähren sich vegan und vegetarisch. Was bedeutet das für euch?

„Der Trend zur vegan-vegetarischen Ernährung wurde sicher durch Schlachthof-Skandale beflügelt. Das kann ich gut nachvollziehen. Deshalb ist es umso wichtiger, dass es Bauern vor Ort gibt, wo man hinfahren kann und alles zu 100 Prozent transparent ist. Die Entwicklung wird langfristig auf jeden Fall stärker in Richtung hochwertiges Fleisch gehen. Wir kennen viele Vegetarier, die zwei- oder dreimal im Jahr unser Kalbfleisch essen, weil sie wissen, dass die Tiere mit großer Wertschätzung aufwachsen und mit ebendieser geschlachtet werden.“

Was denkst du über die verschiedenen Gütesiegel?

„Für mich hat die Vermarktung über ein Gütesiegel keinen Mehrwert. Wir leben unsere eigenen Werte und setzen auf Transparenz. Unsere Kunden sehen, wie wir arbeiten. Wir glauben daran, dass man auch Fleisch vermarkten kann, wenn die Würde der Tiere an erster Stelle steht. Das ist uns ein Herzensanliegen.“

Partner und Freunde: Nino Sifkovits und Fleischermeister Robert Buchberger.
Auf Nachfrage von Fleisch & Co streut Robert gleich Blumen: „Aus einer coolen Kooperation ist eine echte Freundschaft entstanden – was will man also mehr!“



„Wir möchten für
Transparenz stehen und
uns für die Wertigkeit von
Fleisch beziehungsweise
Lebewesen einsetzen“, sagt
Nino Sifkovits im Interview,
„und dass das Fleisch mal
ein Lebewesen war. Vor allem
aber möchten wir vermitteln,
dass Landwirtschaft cool ist.“



→ inzwischen das zweite Kind erwartet. „Ich bin hier aufgewachsen und wollte, dass auch meine Kinder mit den Tieren groß werden können. Meine Frau kommt ursprünglich aus Bayern, daher ist ihr das Landleben auch nicht fremd. Wir alle können so viel von den Tieren lernen – zum Beispiel Geduld und Ruhe“, erzählt er.

Die Aufregung ist groß, als sich Nino dem renovierten Stall mit Gewölbedecke nähert. Hier leben die Schafe aus Frankreich – 45 Mutterschafe und aktuell fast 50 Lämmer. Mit drei Monaten haben sie ihr Schlachtgewicht von 20 bis 25 Kilo erreicht. „Für die Direktvermarktung brauche ich das ganze Jahr über Lämmer, dafür eignet sich diese Rasse gut.“ Sobald es die Temperaturen zulassen, kommt die Herde genauso wie die Rinder auf die Weide.

Zum Ablammen kommen die Tiere zurück in den Stall. „Bei uns ist ein ständiger Wechsel. Eine solche Art der Haltung macht viel Arbeit, aber auch viel Spaß“, berichtet der Jungbauer. Feinschmecker und Gastronomie mögen das feste Lammfleisch mit den Muskelfasern. Die Nachfrage sei gegeben. Selbst wenn das Fleisch etwas teurer ist.

Der Bauernhof als Marke

Als Diplom-Fleischsommelier ist Nino auch für die Special-Cuts zuständig. Diese seien neben Edelteilen gerade im Sommer gefragt fürs Grillen. Die Pandemie habe einiges verändert: Es werde wieder mehr zu Hause gekocht und auf Qualität geachtet. Rind, Lamm oder Schwein, für die Kunden werden eigene Kochboxen Fleisch zusam-

mengestellt – fürs Grillen, Braten, Gulasch oder Suppekochen. „Bei uns wird alles verwendet, selbst Innereien und Fell.“

Über eine Kooperation mit einem Händler werden die Boxen in Deutschland und in die Schweiz versendet. „Die Logistik ist in der Direktvermarktung eine Herausforderung. Wir haben momentan nicht den Platz und die Ressourcen, um am Tag 30 oder 40 Pakete zu versenden. Daher setzen wir auf Kooperationen. Wer wertschätzend arbeiten will, muss eben innovative Wege gehen.“

Drei Jahre dauerte die Entwicklung von Konzept und Branding für den Chianinahof. „Landwirtschaft muss heute als Marke gesehen werden, gerade in der Direktvermarktung braucht es ein klares Branding ähnlich wie bei einem Modelabel.“ So gibt es Merchandising-Produkte, Tausende Follo-

wer auf Social-Media-Kanälen und Kooperationen mit anderen. „Es gibt viele verschiedene Wege, letztendlich aber zählt, welcher Weg zu einem passt. Neben Tierwohl und Qualität ist ein Teil unseres Erfolges, wie wir uns präsentieren und vermarkten.“

Und dabei hilft sicherlich auch die erfolgreiche TV-Präsenz des Paares, das derzeit in der Reality-Show „Diese Ochsenknechts“ auf Sky für Furore sorgen. Und der Alltag auf dem Hof scheint bei den Zusehern so gut anzukommen, dass Nino und Cheyenne bald ihre eigene TV-Show bekommen. Eine hochspannende Sache –, nicht nur für das junge Paar, sondern auch für die gesamte Fleischbranche. Denn der Bewusstseinsbildung rund um das Thema Fleisch und Landwirtschaft wird dieses Format sicherlich guttun.

www.chianinahof.at ■





Jedes Lammfleischstück bekam einen Buchstaben zugeordnet und wurde anonym verkostet.

HERVORRAGEND GEBLÖKT

Wenn die AMA in Person ihres Fleischverantwortlichen Rudolf Stückler zu einer Lammfleischverkostung im Weber Store Wien-Süd in Brunn am Gebirge ruft, dann folgen die heimischen Experten zu diesem kulinarisch hochinteressanten Thema gerne dieser Einladung. Die beste Bewertung bei diesem spannenden Event gab es für das „Beiskammer-Junglamm“, vertrieben von Maximarkt.

ines kann man vorweg als positiven Haupteffekt feststellen: Das Ergebnis fiel für Österreich sehr erfreulich aus, die besten sechs Bewertungen gingen jeweils an heimische Produkte. Österreich oberster Fleischmarketing-Verantwortlicher Rudolf Stückler hatte zur Lammfleischverkostung gerufen und alle, die in der landwirtschaftlichen Fleischszene und im heimischen Lebensmitteleinzelhandel lammfleisch- und fleischtechnisch etwas zu sagen haben, folgten diesem Ruf.

Der Fleischprofi beschrieb schon in seinem Anfangsstatement ganz klar die Zielsetzung der Veranstaltung: „Wir wollen mit dieser Lammfleischverkostung, die eine Momentaufnahme des heimischen Angebots darstellt, ein wesentliches Mosaiksteinchen zur Förderung der heimischen Fleischkultur liefern, Orientierung geben, Zugänge bestätigen und Anreize zur Weiterentwicklung setzen.“

Ziel der Verkostung war es, keine Sieger und Verlierer zu küren, sondern Besonderheiten festzustellen, sensorische Unterschiede herauszuarbeiten und über Einflussfaktoren auf die Sensorik zu diskutieren.

Exquisites Teilnehmerfeld von 13 heimischen und sieben internationalen Lammfleischanbietern

Rudolf Stückler hatte das gesamte heimische und internationale Angebot in Österreich durchforstet, um ein repräsentatives Starterfeld zusammenzustellen. 13 heimische Erzeugnisse traten zur Verkostung an und sieben internationale Vertreter aus Neuseeland (2), Irland (1), Nordirland (1), England (1), Schottland (1) und Deutschland (1).

Verkostungsmodus: Karreerose vom Lamm

Die AMA hatte sich beim Teilstück für die Karreerose vom Lamm entschieden. Die

Die rund
30-köpfige Jury
und die
Organisatoren beim
Gruppenfoto.



Lammstücke wurden von Fleisch-Diplomsommelier und Grillmeister Patrick Bayer von Weber-Wien Süd möglichst standardisiert zubereitet. Zunächst langsam auf eine Kerntemperatur von 56 °C gegart und dann kurz bei hoher Hitze kurz gegrillt. Die 20 Lammfleischstarter wurden in fünf Vierergruppen eingeteilt, sodass jedes der rund 30 Jurymitglieder auf 20 Kostproben kam. Eine zwar nicht einfache, aber doch zu bewältigende Aufgabe. Alle Kostproben waren anonymisiert, jeder Kostprobe wurde ein Buchstabe zugeordnet. Folgende sensorische Qualitäten galt es zu bewerten: Das Aussehen im Rohzustand, Geschmack und Aroma, Textur und Zartheit, Saftigkeit und den Gesamteindruck einer Kostprobe. Das Benotungssystem sah folgende Bewertungen vor: 5,0: „Ausgezeichnet“, 4,0: „Sehr gut“, 3,0: „Gut“, 2,0: „Durchschnittlich“, 1,0: „Schlecht“ und 0,0: „Sehr schlecht“. Abstufungen in 0,5 Punkte-Schritten waren erlaubt. Dazu konnten die Juroren auch verbale Bewertungen abgeben.

Das Ergebnis – die Top Drei

Das Ergebnis brachte einen überragenden Erfolg für Österreich: Die ersten sechs Plätze gingen ausschließlich an heimische Lamm-Karreerosen.

- Die beste Gesamtbewertung heimste das „Beiskammer-Junglamm“ mit einer Durchschnittsbewertung von 4,08 Punkten ein. Diese Tiere wachsen in Gmunden in Oberösterreich im gleichnamigen Betrieb auf, es handelt sich um die Rasse Merino. Die Lämmer sind bei der Schlachtung zwischen 3,5 und 4,5 Monate alt, werden mit Stroh und Getreide aufgezogen und wiegen zwischen 16 und 24 Kilogramm. Die Tiere →



Der Obmann der Österreichischen Schaf- und Ziegenbörse Eduard Köck skizzierte kurz die Situation auf dem heimischen Lammfleischmarkt.

Grillweltmeister & Grillschulenesitzer in der Jury: Leo Gradl aus dem „stillen Tal“ im Mühlviertel.



Richard Stiefsohn stellte das Pielachtaler Gourmet-Lamm vor.

Der Geschäftsführer der Österreichischen Schaf- und Ziegenbörse Matthias Pleschberger stellte einige heimische Markenprogramme vor.



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



Richard Stiefsohn stellte das Pielachtaler Gourmet-Lamm vor.

Die Lammstücke wurden von Fleisch-Diplomsommelier und Grillmeister Patrick Bayer von Weber-Wien Süd möglichst standardisiert zubereitet.



Der AMA-Fleischverantwortliche Rudolf Stückler hatte wiederum weder Kosten noch Aufwand gescheut, um eine hochprofessionelle und perfekte Verkostung zu organisieren.



→ weisen die Qualität E, U, R auf sowie die Fettklassen zwei und drei. Vertrieben wird das Fleisch dieser Marke von Maximarkt. Das Fleisch begeisterte die Jury unter anderem mit einem erkennbaren Schafgeschmack und der leicht grobfaserigen, aber doch zart-saftigen Textur.

• Die zweitbeste Bewertung sicherte sich das „Ja natürlich“-Bio-Junglamm mit einer durchschnittlichen Gesamtnote von 4,1. Die Tiere waren bis zu sechs Monate alt. Wenn sie geschlachtet werden, wiegen sie zwischen 16 und 24 Kilogramm. Die Lämmer stammen mit Ausnahmen aus dem Burgenland und Vorarlberg aus ganz Österreich und werden in Koppelschafhaltung und alpiner Halterungsweise aufgezogen. Die Tiere weisen die Qualität E, U, R auf sowie die Fettklassen zwei und drei. Das „Ja natürlich“-Bio-Junglamm wird von BILLA PLUS österreichweit und BILLA in ausgesuchten Märkten vertrieben. Einer der Juroren schrieb: „So geht Lamm!“

Die drittbeste Bewertung mit 3,97 Punkten durchschnittlich teilten sich zwei heimische Lämmer:

• Das „Shoaf-Bauer-Lamm“ aus Kärnten ist ein zartes, wenig fettes, bekömmliches Fleisch und stammt von Lämmern der Rasse Jura/SBS für die Gastronomie, Endverbraucher bekommen Fleisch von Lämmern der Rasse Jura/SBS, Krainer, Kärntner Brillenschaf und Braunes Bergschaf, die höchstens sechs Monate alt sind. Das Schlachtgewicht liegt bei 16 bis 24 kg. Verfüttert wird Grassilage und Heu vom dritten Schnitt. Vertrieben wird das Fleisch an regionale Gastronomen und direkt ab Hof.

• Ex aequo die drittbeste Wertung heimste das „Zurück zum Ursprung“-Bio-Lamm ein. Als Schafrassen kommen zum überwiegenden Teil Kreuzungen aus Lacaune (90 Prozent) und Ostfriesischem Milchschaaf (10 Prozent) zum Einsatz, die zunächst mit Bio-Vollmilch aufgezogen und dann auf Trockenfütterung mit Heu, Stroh und Getreide umgestellt werden. Die Lämmer wiegen bei der Schlachtung 16 bis 24 Kilogramm. Die Tiere weisen die Qualität E, U, R auf sowie die Fettklassen zwei und drei.

Die fünf- und sechstbesten Wertungen gingen ebenfalls nach Österreich: Das Premium-Lamm vom Gut Streitdorf in Niederösterreich erzielte 3,89 Punkte, das Mattigtal-

ler-Lamm aus Oberösterreich holte 3,83 Punkte. Erst auf dem siebenten Platz folgte das erste internationale Lammfleisch-Produkt. Das irische Lamm konnte 3,73 Punkte erreichen.

Das Fazit: Österreich ist absolut konkurrenzfähig

Fazit der wunderbaren Verkostung: Heimisches Lammfleisch spielt in der obersten Liga mit, die Konkurrenz schläft aber auch nicht. Spannend war vor allem, dass die internationalen „Nobel“-Marken wie etwa das schottische „Donald-Russel-Lamm“ von Otto Gourmet oder das deutsche „Nordsee-Lamm“ vertrieben von Wiesbauer-Gourmet nicht so gut ankamen. **HaRo** ■



Internationale Lammfleischverkostung: das Gesamtergebnis

- Beiskammer-Junglamm (Maximarkt) **4,08**
- Ja! Natürlich-Junglamm **4,01**
- Shoafbauern-Lamm **3,97**
- Zurück zum Ursprung, Bio-Lamm **3,97**
- Premium Lamm **3,89**
- Mattigtaler Lamm **3,83**
- Irisches Lamm **3,73**
- Salzburger Berglamm **3,67**
- Neuseeländisches Lamm „Silver Fern“ **3,67**
- Pielachtaler Gourmet-Lamm **3,66**
- Weizer Berglamm **3,66**
- Donauland Lamm (Spar) **3,65**
- Englisches Lamm **3,61**
- Nordsee-Salzwiesen Lamm **3,57**
- Kaiser Lamm (Lidl, Transgourmet) **3,54**
- Ashley Lamm aus Neuseeland **3,54**
- Tiroler Berglamm **3,45**
- Osttiroler Berglamm **3,16**
- Donald Russel-Lamm (Schottland) **2,98**
- Nordirisches Lamm **2,83**



LEBENSMITTELAKADEMIE
des österreichischen Gewerbes



SO WERDEN SIE ZUM VERKAUFSSTAR

Mit der richtigen Präsentation können Sie die Aufmerksamkeit Ihrer Kunden auf Ihre Spezialitäten lenken – wie das geht? Das erfahren Sie im Verkaufstraining der LMAk.

Pro Kopf werden in Österreich jährlich zirka 60 Kilogramm Fleisch- und Wurstprodukte gegessen. Ein hoher Prozentsatz davon landet rund um die Osterfeiertage auf dem Festtagstisch. Mit der Vielzahl an besonderen Spezialitäten bietet sich gerade hier die Möglichkeit für traditionelles Handwerk, sich abzuheben. Gerade in letzter Zeit erleben wir eine Renaissance der Regionalität. Besonders regionale Fleisch- und Wurstprodukte stehen für außerordentliche Qualität. Um diese Qualität auch an die Kund:innen zu vermitteln, sind Präsentation und Verkaufsstrategie essenziell.

Nicht nur das Auge isst mit

Speziell zu Osterfeierlichkeiten werden gerne Spezialitäten gekauft, die nicht ganzjährig erhältlich sind wie beispielsweise der Osterschinken. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, diese handwerkliche Produkte richtig in Szene zu setzen und Konsument:innen gezielt auf die handwerklichen Spezialitäten aufmerksam zu machen. Natürlich trägt die Präsentation in der Vitrine entscheidend zum Verkaufserfolg bei. Aber nicht nur: Auch das persönliche Auftreten der Verkäuferin, des Verkäufers, inklusive Körpersprache, Mimik und Gestik können den ersten Kontakt zum Kunden knüpfen. Ist die Aufmerksamkeit einmal gewonnen, dann ist eine gezielte und

fachliche Präsentation der Produkte wichtig. Kenntnisse zu Herstellungsmethoden, Reifezeiten und auch Zubereitungstipps lassen das Käuferherz schmelzen.

Lernen Sie in dem Verkaufstraining der Lebensmittelakademie, wie Sie im persönlichen Kundengespräch die Vorteile Ihres Produktes untermauern – und so zum:zur Starverkäufer:in werden können. Dazu sind folgende Vor-Ort-Kurse zu empfehlen: Basis Verkaufstraining – erfolgreich verkaufen, Verkaufsförderung für Fleischer-Fachverkäufer:innen in zwei Modulen und den Onlinekurs „Verkaufstraining: Weil es nur einen ersten Eindruck gibt“.

Das große Kursangebot der LMAk

Das Team der Lebensmittelakademie unterstützt Sie im Rahmen eines breitgefächerten Kursangebotes und steht bei Rückfragen und Anregungen gerne jederzeit zur Verfügung. Um noch besser auf individuelle Bedürfnisse eingehen zu können und ganz gezielt Ihren Betrieb zu stärken, können alle unsere Kurse als Betriebs-schulung gebucht werden.

Nähere Infos zu allen Kursen erhalten Sie auf der Homepage der Lebensmittelakademie unter: www.LMAkademie.at, mittels direkter Kontaktaufnahme unter Tel.: 05 90900 3634 oder per E-Mail unter LM-Akademie@wko.at. ■

Termine

20. 4., Linz

Hygiene- & HACCP-Bestimmungen – vertiefendes Verständnis und praktische Anwendung

„Ohne geht's nicht: Das 1x1 der Risikobewertung und -beherrschung!“
Trainer: Dipl.-HLFL-Ing. Robert Mühlecker

20. 4., Klagenfurt

Basis Verkaufstraining – erfolgreich Verkaufen

„Verkaufsgespräch und Präsentationstraining der eigenen Handwerksprodukte!“
Trainer: Josef Ranetbauer

3. 5., Online

Verkaufstraining: Weil es nur einen ersten Eindruck gibt

„Wir erarbeiten Schritt für Schritt die wichtigsten Meilensteine für einen authentischen, selbstbewussten und freudvollen Verkauf!“
Trainerin: Mag. Natascha Deák

8. 5., Online

LMIV-Umsetzungshilfe für Anwender – das Wichtigste in Kürze

„Wie sieht ein richtiges Etikett aus und wo finde ich diese Informationen?“
Trainerin: Simona Nemetz MA

10. & 11. 5., St. Pölten

Vor-Ort-Kurs in NÖ: Verkaufsförderung für Fleischer-Fachverkäufer:innen in 2 Modulen

(nur gemeinsam buchbar)
Modul 1: Verkaufen am Puls der Zeit im Fleischerhandwerkfachgeschäft
Modul 2: Fleisch- und Wurstverkauf: Mit Fachwissen Appetit erzeugen
Trainer: Josef Ranetbauer

Alle Informationen zu den Kursen der LMAk und zur Anmeldung finden Sie unter www.LMAkademie.at

„A VILLGROTA STICKL“ – AUFBRUCH IN OSTTIROL

Bis ins Detail reicht bei der Villgrater Bergfleisch GmbH die regionale Verankerung: „Inser Gschäftl“ signalisiert klar den Osttiroler Geist. Herzstück der neuen Fleischerei ist aber der Schlachthof, den die zehn Gesellschafter im März in Betrieb nahmen.

Aufmerksame Beobachter erinnerten sich angesichts der Eröffnung des Schlachthofs in Außervillgraten noch an die ersten Gehversuche in den 1990er-Jahren. Nach einem zweiten Anlauf 2005 ist es bereits der dritte Versuch, einen regionalen Ansprechpartner in Eigenregie zu organisieren. Der Zeitpunkt sei nun aber richtig, ist Leonhard Mair als Hauptinitiator überzeugt: „Wir wollen das verarbeiten und vermarkten, was in unserer Region geografisch und saisonal vorhanden ist.“ Dazu wurden im Vorfeld mit Direktvermarktungsprofis drei Hauptsäulen ausgearbeitet: Ankauf heimischer Nutz- und Wildtiere, die Lohnschlachtung mit individueller Teilrücknahme bzw. Verarbeitung nach Kundenwunsch sowie der Direktverkauf verarbeiteter und veredelter Fleischprodukte.

Der Bau dafür steht und auch inhaltlich hat man sich diesmal bestens vorbereitet. Nicht ohne Stolz steht das – mit einem Osttiroler Wortspiel – auch auf dem paketierte Schweinsbraten. Er ist „a Villgrota Stickl“, wie man diese Portionsgröße nennt. Man hat aber auch ein „Stickl“ geliefert mit der pünktlichen Eröffnung von Schlachthof und angeschlossenen Geschäft. Besser gesagt haben die zehn Gesellschafter, darunter auch der Innervillgratener Bürgermeister Andreas Schett, den Traum von der Nutztier-Verwertung ermöglicht. Schetts Geschäftsführer-Kollege Leonhard Mair sieht darin auch einen Fortschritt für das Tierwohl: „Bei uns ist der Landwirt als für das Tier gewohnte

Person durch die immens kurze Eigenanlieferung bis zur nahezu letzten Stunde dabei, was eine möglichst stressfreie Schlachtung ermöglicht.“

Regionaler Wirtschaftskreislauf

Längerfristig strebt man zudem den Erhalt der Biozertifizierung an, so Schett und Mair. Als Glücksfall in der Gesellschafter-Struktur hinter dem „Villgrater Bergfleisch“ erweist sich, dass mit Ernst Muhr auch ein Koch mit internationaler Erfahrung in der Topgastronomie dazu zählt. „Ich darf unserem jungen Metzgermeister Tristan Hofmann mein Wissen weitergeben“, schildert der ehemalige „Heimspiel“-Wirt bescheiden seine Rolle. Konkret sollen Rezepte

und Methoden entwickelt werden, um das ganze Tier von Kopf bis Fuß zu verwerten. Fix sind neben dem in Osttirol unverzichtbaren „Henkele“ – für Restösterreich: Luftgetrocknetes – Dauerwürste und Rohwürste. Im Fokus beim Selchen stehen überlieferte Rezepte.

Vor allem aber gilt für die Produktion, dass der Faktor Zeit gewürdigt wird. „Demnach wird es bis Anfang September nur kleine Mengen geben“, so Ernst Muhr. Küchenfertig richtet er praktisch nebenan im „Haus Valgrata“ die Portionen für Endverbraucher her. Gulasch, Beuschel oder Vormariniertes werden unter dem Namen „DINE Villgrater Hausgemachtes“ einerseits direkt durch Muhr, andererseits gemeinsam mit Frisch-

Der brandneue Schlachthof in Außervillgraten: Bei der Villgrater Bergfleisch GmbH steht vor allem der regionale Nutzen im Vordergrund.





„Wir wollen das vermarkten, was in unserer Region vorhanden ist, anstatt uns ausschließlich den Vorgaben des Großhandels zu unterwerfen!“

Leonhard Mair, Geschäftsführer

fleisch, Tiefkühlware oder Wurst im Bergfleisch-Laden angeboten. Allerdings sieht man in Außervillgraten auch eine Chance für die Zusammenarbeit mit der Gastronomie. „Ein gewisser Grad an Vorarbeit kann eine immense Erleichterung bringen“, will Spitzenkoch Ernst Muhr auch den akuten Zeit- und Personalmangel der Kollegen entschärfen.

Suche nach Wiederverkäufern

Freitags ist die Fleischerei kundenfreundlich von 17 bis 19 Uhr mit Bedienung geöffnet, samstags von 9 bis 12 Uhr. Ansonsten steht „Insa Gschäftl“ den Osttirolern als Selbstbedienungsladen zur Verfügung. Weiters werden die Fleischerzeugnisse aus der Manufaktur auch im „Genussladen“ in Lienz und der „Am-

lacher Speis“ (Amlach) erhältlich sein. Langfristig wird nach weiteren Partnern – besonders im urbanen Raum in ganz Österreich – gesucht. Doch so wie man dem Fleisch die Zeit zum Reifen gibt, „die andere verloren haben“, geht man es auch da mit Bedacht an. „Vor der Expansion im letzten Quartal 2023 wollen wir uns zuerst auf den Hauptstandort Osttirol konzentrieren“, so Ernst Muhr, „um diesen gut abzudecken.“

Eine Besonderheit des Betriebs stellt auch der Fokus auf Lammfleisch dar. Denn nicht erst seit der Pionierarbeit von Josef Schett und seiner für Felle und Naturkosmetik bekannte Marke „Villgrater Natur“ sind Schafe die Tiere des Tals schlechthin. Geschlachtet sollen die Lämmer das ganze Jahr

über werden, auch wenn der Schwerpunkt zu Ostern und im Herbst liegen wird. Dann kommen die rund 400 Schafe von den Almen zurück in die Ställe des Tals.

Wem all das bereits viel für einen Newcomer in Sachen Schlachtung und Veredelung vorkommt, der bekommt vom Geschäftsführer-Duo Mair und Schett noch mehr Zukunftsmusik serviert: „Wir haben ausreichend Platz und möchten uns zukünftig auch im Bereich Frischfisch und Fischverarbeitung betätigen.“

Und dann wäre da noch der Webshop, an dem die zehn Gesellschafter ebenfalls bereits basteln. Alle Informationen gibt es unter www.villgrater-bergfleisch.at

Roland Graf ■

Kleiner Anzeiger

Reparaturen

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

Inserieren Sie im Kleinanzeiger und werben Sie für wenig Geld.

Fleisch & Co • Tel.: +43 676 634 27 07 • E-Mail: office@fleischundco.at

Fotos: beige stellt



5261 UTTENDORF
OBERÖSTERREICH
+43 7724 / 28 64

WWW.PENIAS.AT



KARL SCHNELL 



ZERLEGUNG 4.0: HÜTTHALER HAT ERWEITERT

Um der verstärkten Produktnachfrage gerecht zu werden, hat der oberösterreichische Familienbetrieb Hütthaler Anfang des Jahres den Bau der neuen Zerlegung am Standort Redlham fertiggestellt. So wie bereits der gläserne Schlachthof ist auch diese in vielerlei Hinsicht der Zeit weit voraus!

In Sachen Tierwohl gilt Hütthaler schon längst als Vorreiter: Das Konzept „hütthalers Hofkultur“ ist ein einzigartiges Tierwohl-Projekt, das über die gesamte Wertschöpfungskette reicht: beginnend beim Landwirt, über den Transport und vom Schlachthof bis hin zur Verarbeitung sowie dem Vertrieb über den Handel.

Die Produktnachfrage steigt, der Konsument legt immer mehr Wert auf regionale, qualitativ hochwertige Produkte. Um diesen Bedürfnissen auch künftig nach modernsten Standards nachgehen zu können, wurde nun in Rekordzeit an der Betriebserweiterung der Firma Hütthaler KG am Standort Redlham gearbeitet.

Technisches Meisterwerk

Die neue Zerlegung 4.0 lässt keine Wünsche offen und ist nicht nur technisch ein Meisterwerk. Nicht ohne Grund besitzt Hütthaler nun das leistungsfähigste geschlossene Produktionssystem Österreichs, das so Versorgungssicherheit für die Kunden verspricht.

Bei voller Transparenz werden in der neuen Anlage lückenlos bis zum Einzeltier des jeweiligen Landwirtes nachvollziehbar, edle Fleischteile gewonnen. Durch die eigens für Hütthaler programmierte Anlage sowie modernste RFID-Technologie, gezieltem Robotik-Einsatz und vollständig vernetzten Arbeitsplätzen, werden neue Maßstäbe hinsichtlich Digitalisierung gesetzt. Beispielsweise verfügt jede:r Mitarbeitende über ein eigenes Touch-Display, auf dem die Produktionsplanung angezeigt, der Status „arbeitsplatzspezifischer Zuschnitte“ vorgegeben und Kennzahlen zur Steigerung der Nachhaltigkeit gezeigt werden.

Viele Boni für die Mitarbeiter

Im Vordergrund steht, neben der nach neuesten hygienischen Erkenntnissen errichteten Anlage, zusätzlich der Fokus auf die Arbeitserleichterung durch eine ergonomische Gestaltung sämtlicher Arbeitsbereiche für die Mitarbeiter. Neben den Fleischexperten kümmern sich zahlreiche Techniker und EDV-Spezialisten um die moderne Anlage.

Eine großartige Küchencrew sorgt in der hochwertigen Betriebskantine für das leibliche Wohl der Mitarbeiter:innen und das Büroteam stellt unter anderem auch eine reibungslose Verbindung zum nahegelegenen Standort Schwanenstadt sicher. Zukunftsfit für moderne Lehrberufe wie Lebensmitteltechniker, Mechatroniker, Fleischtechnologe, u.v.m. ist der Lebensmittelhersteller so allemal.





Nachgefragt bei ...

Dr. Florian Hütthaler

Geschäftsführer der
Hütthaler KG

Durch all diese Transformationen setzt das erfolgreiche Familienunternehmen Hütthaler einmal mehr Branchentrends: Den Kunden und Konsumenten werden in Qualitätsprogrammen sämtliche Informationen über den Landwirt oder auch die Haltungsform der Nutztiere vollkommen transparent offengelegt. ■

Fleisch & Co: Hütthaler besitzt nun das leistungsfähigste geschlossene Produktionsnetz Österreichs. Können Sie uns das näher erklären?

Dr. Florian Hütthaler: „Unter einem geschlossenen Produktionssystem verstehen wir einen möglichst regionalen Kreislauf. Dieser beginnt bei unseren lokalen Landwirten, welche in unseren Markenprogrammen etwa auf Übersee-Futtermittel komplett verzichten und schließt sich bei der regionalen Nose-to-Tail-Vermarktung des ganzen Tieres. Durch unser geschlossenes Produktionssystem zeigen wir bereits jetzt auf, dass neben der ansonsten üblichen exportorientierten weniger nachhaltigen Systeme eine leistungsfähige Produktion für eine österreichische Ernährungssouveränität machbar ist.“

Hütthaler setzt seit vielen Jahren auf Transparenz und Tierwohl. Wie hat sich der Kundenwunsch hier gewandelt? Wird trotz Krise und Teuerung immer mehr auf qualitativ hochwertige Produkte gesetzt?

„Der Trend, dass Konsumenten immer mehr Wert auf regionale, qualitativ hochwertige und dem Tierwohl entsprechende Produkte legen, lässt sich auch durch die vorübergehende Teuerung nicht einbremsen. Die Gesellschaft von morgen wird sich nicht der Wertewelt von gestern bedienen. Demnach haben wir die richtigen Weichen gestellt und werden die Aspekte Transparenz und Tierwohl konsequent weiterfortsetzen.“

Stichwort Personalmangel: Wie sieht es hier bei Hütthaler aus?

„Natürlich spüren auch wir den allgemeinen Personalmangel, insbesondere innerhalb der Fleischbranche. Dank unserem familiär geführten Unternehmen, der zahlreichen Mitarbeiterzusatzleistungen (eigene Betriebskantine, Kinderbetreuung in den Ferien, Gesundheits- & Sportangebot, Teambuilding-Events; Fortbildungsmöglichkeiten etc.) sowie dem optimalen Arbeitsumfeld mit modernster Technik ausgestattet, gelingt es uns jedoch immer wieder, qualifizierte und engagierte Mitarbeiter in allen Arbeitsbereichen zu finden.“

Kurzer Switch in die Schlachtung: Nicht nur die jüngsten Vorkommnisse in einem Schlachthof haben gezeigt, dass Hilfskräfte manchmal überfordert sind. Mit welcher Strategie halten Sie hier dagegen? Und wie ist Ihre Meinung zu der ganzen Misere rund um die schwarzen Schafe?

„Man sollte es sich nicht zu einfach machen und von einzelnen schwarzen Schafen sprechen. Die Frage ist doch die: ‚Was ist uns eigentlich ein tierisches Lebensmittel wert – und wie gewinnen wird das Vertrauen in unsere heimische Produktion zurück?‘ Ein hohes Marketingbudget allein wird dafür jedenfalls nicht ausreichen. Unseren konsequenten Weg zu mehr Transparenz und zu mehr Tierwohl gibt es nicht umsonst. Wir zeigen mit unserer ‚hütthalers Hofkultur‘ aber auch auf, dass Konsumenten sehr wohl den Mehrwert erkennen und dazu auch bereit sind, etwas mehr zu bezahlen.“

Wenn wir schon bei aktuellen Themen sind: Wie sieht es bei Hütthaler in Bezug auf die Krise, auf die Teuerung und den Energiekosten-Wahnsinn aus?

„So wie die gesamte Branche haben auch wir haben mit extremen Erhöhungen bei Rohstoff und Betriebs- /Lohnkosten zu kämpfen. Diese können jedoch im konventionellen Sortiment nicht just in time an die Kunden weitergegeben werden. Dies hält uns allerdings nicht davon ab, weiterhin innovativ und vorausschauend Produkte zu entwickeln, die dem aktuellen Kaufverhalten der Konsumenten entsprechen.“



Ob für Handwerk, Mittelstand oder Industrie – Weber bietet ein breites Portfolio an Entschwartzungs-, Entvlies- und Entfettungsmaschinen, die hinsichtlich Leistung und Funktionalität exakt auf den jeweiligen Anwendungsbereich zugeschnitten sind.

LEISTUNGSSTARK, FLEXIBEL, SICHER: ENTSCHWARTEN UND ENTVLIESEN MIT **WEBER SKINNER**



Seit über 40 Jahren ist Weber Maschinenbau starker Partner für die Fleischindustrie. Und schon der erste Weber Entschwarzer setzte Maßstäbe im Hinblick auf Qualität und Langlebigkeit, denn als erster Hersteller entwickelte Weber diesen in Edelstahlausführung. Durch eine enge Partnerschaft mit Kunden entstehen seither kontinuierlich neue Innovationen in Form von durchdachter Technik und unterstützenden Services. Das Portfolio an Entschwarzern und Entvliesern ist in Leistung und Funktionalität skaliert, sodass Fleischbetriebe aus Handwerk, Mittelstand und Industrie von anwendungsspezifischen Lösungen profitieren.

Entschwarzen ohne Rückstände für maximale Produktausbeute

Das breite Portfolio an Entschwartzungsmaschinen lässt keine Wünsche offen. Fleischverarbeitende Betriebe finden hier je nach Anwendung und Anforderungen das passende technische Equipment. Bei Handwerksbetrieben und Supermärkten hat sich speziell die Weber Traditionsmaschine ASB 600 (siehe Bild oben) etabliert. Kein Wunder, denn die Maschine überzeugt mit einer Paarung aus extrem geringem Platzbedarf und maximaler Flexibilität: Die Kombinationsmaschine ermöglicht sowohl vollautomatisches als auch manuelles

Entschwarzen aller Teilstücke wie Backe, Bauch- und Rückenspeck sowie Deckelfett von Schulter und Schinken. Um den perfekten Einzug der Schwarte sicherzustellen, verfügt dieser Skinner über eine Zugwalzentechnik mit höhenverstellbaren Andruckwalzen. Das erhöht sowohl Ausbeute als auch Wirtschaftlichkeit und macht die ASB 600 zum sprichwörtlichen Preis-Leistungs-Sieger. Für den Mittelstand und Industriebetriebe bietet die Modellsreihe rund um ASB 460 und ASB 560 Entschwarzer mit höherer Kapazität und noch mehr Leistung.

Attraktive Produktpräsentation mit präziser Entvliestechnik

Wer bei der Veredelung seiner Cuts hohe Leistung und präzise Bearbeitungsqualität mit Ergonomie verbinden möchte, kommt an der Weber AMS 533 nicht vorbei. Der Leistungsträger im Entvliesbereich beeindruckt mit exzellenten Ergebnissen zur äußeren Veredelung bei einer Vielzahl an Teilstücken von Rind, Schwein, Kalb sowie bei speziellen Edelfleischprodukten. Dank der produktspezifischen Feineinstellung der Klinge werden Sehnen und Vlies präzise und sicher vom wertvollen Muskelfleisch getrennt –, weil jedes Gramm zählt. Ein weiteres Ausstattungshighlight ist der patentierte SmartLock

Schnellspanverschluss für Messerhalter. Nie war das Handling des Messerhalters einfacher, schneller und sicherer. Mithilfe der Weber Entvliesser wird somit das Beste vom Fleisch perfekt in Szene gesetzt und gleichzeitig die Produktivität fleischverarbeitender Betriebe in Handwerk, Mittelstand und Industrie maximiert. www.gramiller.at ■



INDIVIDUELL BRÜHEN

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

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

Individuell. Bei den Brüh- und Enthaarungsmaschinen stehen die Bedürfnisse des Kunden im Vordergrund. Je nach Wunsch werden diese komplett aus Edelstahl oder in feuerverzinkter Ausführung hergestellt. Jede Maschine wird individuell nach Bedarf gefertigt; so werden z. B. die elektrische Steuerung, der Auslauf oder Sonderausführungen wie z. B. Borstensammler oder Borstenschnecke, pneumatischer Auswurf und Wandsteuerung nach Rücksprache mit dem Kunden festgelegt. Großes Interesse findet das System mit der automatischen Borstenschnecke. Die integrierte Borstenschnecke dreht sich während des Brüh- und Enthaarungsvorganges und somit werden die Borsten während des Arbeitsprozesses automatisch aus der Maschine befördert. Das Brühwasser ist dadurch stets sauber und es kann eine optimale Enthaarungsqualität erzielt werden. Die Borsten werden in einem separaten Behälter außerhalb der Maschine aufgefangen und können einfach entsorgt werden.

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

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



ERTRAGSORIENTIERTES ENTSCHWARTEN

Der A-Skin von Maja-Marel ist eine automatische Band-Entschwartungsmaschine, mit der Sie Ihre Zerlegelinie auf den neuesten Stand bringen können.

Eine neue vollautomatische Entschwartungsmaschine, A-Skin, wurde vom deutschen Hersteller Maja-Marel auf den Markt gebracht. Sie ist sowohl für mittlere Verarbeiter als auch für Industrieunternehmen bestimmt und setzt neue Maßstäbe in Bezug auf Wartungsfreundlichkeit, Sicherheit, Hygiene und Ausbeute, in Verbindung mit einem breiten Einsatzspektrum, das alle Anforderungen der industriellen Entschwartung erfüllen kann. Ob als Einzelmaschine oder als Linienlösung, diese Maschinen sind vielseitig einsetzbar und ermöglichen optimale Ergebnisse bei niedrigen Betriebskosten.

Individuelle Ausstattung

Die A-Skin ist in drei Schnittbreiten erhältlich und hat ein breites Einsatzspektrum. Sie entschwartet alle frischen, ausgelösten Teilstücke vom Schwein, z. B. Bauch, Bauchwamme, Rücken- und Nackenspeck, Backe, Schulter und Schinkenoberschale, ausgelöste Schweinsschulter sowie Schweinsschinken ohne Oberschale.

Ausstattungsoptionen sind kundenindividuelle Untergestelle zur Linien- und Prozessintegration, z. B. für den Einsatz von Kutterwagen, für Zu- und Abföhrbänder in verschiedenen Längen usw. Die individuell einstellbare

Höhe der Andruckwalze ermöglicht innerhalb von Sekunden die Umstellung auf andere Produkte. Die präzise Einstellung der Aufhängevorrichtung und die zusätzliche Feinabstimmung an der Federeinheit ermöglichen die bestmögliche Druckjustierung für eine schonende Verarbeitung jedes Fleischstücks.

Einzigartige Bypass-Funktion

Das spezielle Design der falt- bzw. schwenkbaren Zu- und Abföhrbänder verbessert die Ergonomie und erleichtert das Reinigen der Maschine um ein Vielfaches, da die ausschwenkbaren Bänder frei zugänglich sind und zudem an der Maschine verbleiben. All dies geschieht werkzeuglos.

In vielen Zerlegelinien ist es für den Prozessfluss von Vorteil, wenn Teilstücke, die nicht für die Entschwartung vorgesehen sind, trotzdem die Linie durchlaufen können. Dafür gibt es die einzigartige Bypass-Funktion, mit der das Teilstück die Maschine passieren kann, ohne entschwart zu werden. Die A-Skin funktioniert hier nur als Transporteinrichtung und spart dadurch Produktionsfläche und hohe Kosten für zusätzliche Bandsysteme. Die Umschaltung erfolgt automatisch per Knopfdruck und erfordert keine weiteren Maßnahmen.

www.laska.co.at ■



UND PLÖTZLICH GEHT DAS LICHT AUS ...

Blackoutvorsorge bedeutet, Maßnahmen zu ergreifen, um im Falle eines Stromausfalls vorbereitet zu sein. So sollte man aber nicht nur passend bevorratet sein, sondern mit seinen Mitarbeitern auch einen genauen Notfallplan erarbeiten.

Stellen Sie sich vor: Es ist ein ganz normaler Arbeitstag. Sie sind ausgeschlafen und voller Tatendrang. Sie tratschen mit einer Kollegin, bereiten sich auf einen Termin vor und ... plötzlich ist es finstern. Nichts geht mehr.

Zuerst werden Sie den FI verdächtigen, doch der scheint nicht gefallen zu sein. Komisch. Langsam werden die ersten Kunden nervös, denn auch der Bankomat funktioniert nicht. Gut, dann rufen Sie einen Kollegen und bitten um Hilfe –, doch die Leitung ist tot. Um Sie herum wird es immer kälter, denn die automatischen Türen im Geschäft schließen nicht mehr und ein eisiger Wind bläst durch den Laden. Vielleicht geht dann Ihr Blick auf die Straßen, wo Sie viele Menschen mit verdutzten Gesichtern sehen – und nun erkennen Sie, der Blackout ist Wirklichkeit geworden.

Hilfe Blackout – was tun?

Diese kleine Einstiegs Geschichte soll Sie einstimmen, sich mit dem Thema Blackout-Vorsorge zu beschäftigen. Anders als bisher geht es hier nicht um die Informationen zur Vorratshaltung (die allerdings auch immens wichtig ist), sondern um einen Leitfaden zur betrieblichen und privaten Blackout-Vorsorge.

Unsere Checkliste lädt Sie dazu ein, gemeinsam mit Kollegen, aber auch Familie und Freunden einen Blackout oder anderen Notfall zu besprechen und einen maßgeschneiderten Fahrplan zu entwickeln. Die nachfolgende Liste dient als Ideenstütze und kann keinen Anspruch auf Vollständigkeit erfüllen, – erweitern Sie diese anhand Ihrer betrieblichen und privaten Gegebenheiten.

Vorbereitung ist immer besser –, dennoch hoffen wir, dass diese Vorsorge „unnötig“ ist und der Blackout niemals Realität wird. ■

SCHRITT EINS

Definieren Sie Verantwortliche

Wer ist Ihr Krisen-Team (privat und beruflich)? Wer muss Bescheid wissen? Auf wen können Sie sich verlassen? Wer verfügt über Kompetenzen, die im Notfall hilfreich sind?

Am besten erstellen Sie eine Hierarchie, denn es kann durchaus sein, dass Ihr Wunschkandidat nicht vor Ort ist und es ist davon auszugehen, dass selbiger auch nicht erreichbar ist. Spielen Sie verschiedene Szenarien durch und überlegen Sie, wer im Fall des Falles das Sagen haben soll. Diese Person muss auch über die Möglichkeit verfügen, Entscheidungen zu treffen, beispielsweise durch Zutrittskontrollen.

SCHRITT ZWEI

Definieren Sie den Notfall

Ein Blackout liegt dann vor, wenn der Strom langfristig, über mehrere Stunden hinweg ausfällt. Dies kann auch mehrere Tage anhalten. Es kann aber auch nur einzelne Bezirke für einige Stunden treffen.

Wie kann ein Mitarbeiter prüfen, ob es sich um ein Blackout handelt?

- Mobiltelefon – Verbindung möglich?
- Internet – kann man verbinden?
- Batteriebetriebenes Radio (gehört mit den Batterien zur Grundvorsorge) aufdrehen und Sender suchen.
- „Vor die Türe gehen“.

Funktioniert die Nachbarschaft?

Sind Ampeln ausgefallen?

Gibt es eine öffentliche Beleuchtung?

Klären Sie mit Ihren Mitarbeitern, wann der Notfall gilt und die gemeinsam erarbeiteten

Maßnahmen relevant werden. Stellen Sie sicher, dass jeder Mitarbeiter (vor allem auch Neu-Eintritte) die Verfahrensanweisungen kennen.

SCHRITT DREI

Wie verhalten wir uns richtig?

Definieren Sie klar und schriftlich, Punkt für Punkt, welche Schritte unbedingt einzuhalten sind. Arbeiten Sie in Form einer Checkliste, die in jedem Standort und für jede Abteilung (auch zu Hause) aufliegt. Denn in einer Notsituation liegen die Nerven blank, eine schriftliche Anleitung kann Gold wert sein.

Einige Beispiele:

- batteriebetriebenes Radio
- Taschenlampen bereithalten
- Mobiltelefon griffbereit halten
- EDV (Computer) vom Strom nehmen – abstecken!!!
- Geschäftsräumlichkeiten: öffnen oder versperren? Was geschieht mit Kunden, die noch vor Ort sind?
- Geräte auflisten plus To-do-Liste
 - Fritteusen abstecken.
 - Herdplatte abstecken.
 - Maschinen vom Strom nehmen.
 - Türen verkeilen.
- Sicherungen abschalten –, wenn der Strom phasenweise wiederkommt, kann das sonst zu Störungen führen.
- Bargeld und Wertgegenstände
 - Definieren Sie, was mit Wertgegenständen zu tun ist und wo betriebliches Bargeld verwahrt wird.

SCHRITT VIER

Was tun, wenn es länger dauert?

Informieren Sie Ihre Kollegen darüber, wie zu verfahren ist, wenn der Strom länger nicht wiederkommt. Bedenken Sie bitte, dass davon auszugehen ist, dass keine Kommunikation möglich ist.

Einige Beispiele:

- Wie sollen sich Mitarbeiter verhalten?
- Was ist zu tun, wenn der Betrieb schließt, aber immer noch kein Strom da ist?
- Wie ist die Filiale, der Betrieb, das Haus zu verschließen?
- Was passiert mit den Lebensmitteln?

Werden diese verschenkt?

Wie sind Lebensmittelreste zu behandeln?

- Ist die Reinigung im Betrieb noch möglich? Wenn ja, welche Dinge sind priorisiert zu reinigen?
- Was ist mit Abfall zu tun? Wie sind Kartonagen, Müll, Abfälle zu behandeln?
- Fuhrpark – sind die Fahrzeuge sicher verwahrt? Sind Lieferfahrzeuge entladen?
- Abwasser: Elektrische Pumpen funktionieren nicht! Was ist zu tun?
- Flüssigkeiten in Maschinen. Sind Flüssigkeiten in Maschinen, die eventuell härten können? Wenn ja, dann sollen diese abgelassen werden. Ebenso Wasserleitungen, die im Winter gefrieren können.

SCHRITT FÜNF

Wenn der Strom doch nach einem Tag wiederkommt

Fertigen Sie eine Checkliste an, wie zu verfahren ist, wenn der Strom innerhalb eines Tages wiederkommt – folgende Punkte können aufgezählt sein:

- erste Kontaktaufnahme mit den Verantwortlichen
- EDV-Anlagen, Sicherungen, Maschinen und Handy starten.
- Temperaturen in Kühlhäusern kontrollieren und protokollieren.
- Kerntemperaturen von Lebensmitteln messen und protokollieren.
- Filialbetrieb: Wann darf die Filiale geöffnet werden?
- Test: Sind alle Geräte funktionstüchtig?

Im besten Fall ist nun wieder der Kontakt untereinander sowie kurzfristiges Abstimmen möglich, daher ist hier kein extrem detaillierter Plan erforderlich, aber hilfreich.

Die Fachautorin

Simona Nemetz, MA studierte Lebensmittelproduktentwicklung an der FH Wieselburg. Sie ist verantwortlich für Rechnungs- und Personalwesen sowie Marketing und Belange des Lebensmittelrechts bei der Nemetz-Fleisch HandelsgesmbH. Seit 2017 ist sie selbstständig als Unternehmensberaterin und Coach für die LMAk tätig. Zudem ist sie Fachbuchautorin für Berufsschulen und Fachautorin für das Fachmagazin Fleisch & Co.



SCHRITT SECHS

Wenn der Strom doch mehrere Tage nicht wiederkommt

In diesem Fall kommen wir zum eingangs erwähnten Hinweis, der betrieblichen und privaten Blackout-Vorsorge: Lebensmittel, Medikamente, Batterien und vieles mehr sollte auf alle Fälle bevorratet sein. Studieren Sie die Vorsorge-Unterlagen des Landes Österreich zur Bevorratung: Auf www.oesterreich.gv.at gibt es eine gute Checklisten, was unbedingt bevorratet werden sollte.

Für die betriebliche Praxis – vor allem für Lebensmittelbetriebe – empfiehlt sich eine klare Kommunikation an die Mitarbeiter, ob betriebliche Vorräte in Krisensituationen genutzt werden dürfen.

Kommunizieren Sie auch klar, dass das Verfügen über Lebensmittel in einer Notsituation auch gefährlich werden kann und es zu Gewalt und Übergriffen kommen kann.

Klären Sie mit Ihren Mitarbeitern und Kollegen ab, wie der Kontakt gehalten werden kann. Vielleicht wohnen Mitarbeiter im selben Ort und können persönlich vor Ort sein. Ist die Kommunikation nur über Telekommunikationsmittel möglich, so vereinbaren Sie die Vorgehensweise des Kontakthaltens. Sobald wieder Strom da ist, sollten sich idealerweise alle Mitarbeiter und Kollegen beim Verantwortlichen melden, um die Details der weiteren Vorgehensweise abzustimmen.

Wichtig noch ist natürlich auch der private Krisenplan: Wer schläft wo? Wer ist für welche Arbeiten zuständig? Wer darf wo bleiben? Wer kümmert sich um Familienmitglieder? Wer kümmert sich um Tiere?

SCHRITT SIEBEN

Wenn der Strom erst nach mehreren Tagen wiederkommt

Ein Blackout ist dadurch gekennzeichnet, dass der Strom für mehrere Tage ausfällt. Wenn der Strom dann zurückkehrt, ist mit einem erhöhten Chaos zu rechnen. Ein tagelanger Ausfall führt zu Chaos auf den Straßen, zu persönlichen Schicksalsschlägen und vermutlich auch zur Gewalt.

Definieren Sie, wer wen zu kontaktieren hat und wo Mitarbeiter wann einzutreffen haben. Stellen Sie sicher, dass diese Information auch an neue Mitarbeiter fließt.

Erstellen Sie eine Standort-Checkliste für die „Wiedereröffnung“.

Einige Beispiele für die Checkliste

- Meldung an den Vorgesetzten, dass Sie vor Ort sind
- Beleuchtung aktivieren
- Bestandsaufnahme Vandalismus, Einbruch, etwaige Schäden, verdorbene Lebensmittel ...
 - Notieren Sie alle Schäden.
 - Fotografieren Sie alle Schäden.
- Kontrolle der Ware
 - Prüfung, ob noch verzehrfähige Waren im Haus sind
 - Verdorbene Waren für den Abtransport vorbereiten.
 - Nach dem Aufräumen und dem Abtransport der verdorbenen Ware muss der gesamte Standort gereinigt, gewaschen und vor allem desinfiziert werden.
- Die Maschinen
 - Erste Augenscheinkontrolle jeder Maschineneinheit, ob diese in Ordnung ist.
 - Danach kann mit dem kontrollierten Einschalten begonnen werden.
 - Bitte unbedingte Kontrolle, ob die Maschinen normal laufen



Thermobil SuperFroster sind Schockfroster mit Gefrierleistungen von mehr als 120 kW (Kühlleistungen von bis zu 200 kW).



Die SuperBox gibt es in sechs verschiedenen Größen mit einem Lagervolumen zwischen 30 m³ und 145 m³. Dies entspricht einer Ladekapazität von 12 bis 44 Euro-Paletten.

EUROPAWEITE MIETLÖSUNGEN

Dawsongroup Thermobil Austria GmbH ist die Österreich-Niederlassung der Dawsongroup plc., Europas führendem Vermieter von transportablen Temperaturlösungen von -45 °C bis +80 °C.

Die Dawsongroup plc. ist Europas führender Vermieter von transportablen Temperaturlagern, Auftauanlagen und Schnellgefrieranlagen. Mehr als 2800 ständig vermietete Anlagen in nahezu allen Industriebereichen, garantieren ein umfassendes Erfahrungspotenzial im Bereich Temperatursteuerung, Temperaturprozesstechnik und Umweltsimulation. Thermobil bietet Mietlösungen, die nicht nur kurzfristige Interimslösungen abdecken, sondern auch langfristige Kundenprojekte, nahezu ohne Kapitalbindung und mit dem entsprechenden Service- und Garantiekpaket abgesichert. Durch diese Flexibilität ist es auch kurzfristig möglich, auftragsbezogene Kapazitätserweiterungen zu realisieren, ohne dass zusätzliche Baumaßnahmen notwendig werden.

Alle Temperaturlager und prozesstechnischen Anlagen von Thermobil sind im Freien aufstellbar und schnell einsatzbereit. Allerdings ist auch eine Andockung an Gebäude, Laderampen oder Raumcontainer leicht und schnell realisierbar.

SuperBox in sechs Größen

Bei den transportablen SuperBoxen ist die Lagertemperatur frei wählbar (-30 °C bis +25 °C). Der Aufbau und die technische Ausstattung entsprechen allen europäischen Vorschriften für Sicherheit und Hygiene (HACCP) und der FDA-GMP-Guideline. Selbstverständlich sind die SuperBoxen von Thermobil auch in redundanter Ausführung mit zwei unabhängigen Hochleistungskälteaggregaten. Bestens bewährt haben sich die SuperBoxen mit einer Wand-Dachisolierung von 150 mm und einer nahezu 200 mm dicken Bodenisolierung. Diese SuperBoxen haben einen besonders geringen Wärmedurchgangskoeffizienten. Damit definiert Thermo-

bil auch in puncto Umweltverträglichkeit und CO₂-Emission neue Maßstäbe. In Verbindung mit besonders energieeffizienten Kälteaggregaten senken diese SuperBoxen, im Vergleich zu herkömmlichen Seecontainern, den Stromverbrauch um nahezu 75%.

Die fugenfreie Wandkonstruktion garantiert in Verbindung mit einer optimierten Boden- und Dachisolierung einen vergleichsweise geringen Energieverbrauch. Somit sind alle Wände praktisch aus einem Isolationspaneel gefertigt – bei einer 6-Meter-Einheit genauso wie bei einer 15 Meter langen Einheit. Hier gibt es somit keine Kältebrücken durch gesteckte Paneele. Da die Wände und Decken in einer speziellen Konstruktion miteinander verbunden sind, gibt es auch hier keine Kältebrücken. Somit sind alle Superboxen für die Aufstellung im Freien konzipiert und sind regen-, wind- und schneelastsicher. Wichtige Ausstattungsmerkmale sind ein flacher und isolierter Kunststoffboden mit Anti-Rutsch-Struktur, Sicherheitskühlraumtür mit Innenentriegelung und Türrahmenheizung, Streifenvorhang, heller Innenbeleuchtung, Notbeleuchtung und Temperaturdatenlogger.

Ein umfangreiches Alarmsystem warnt nicht nur bei einer Temperatur-Grenzwertverletzung, sondern auch bei Stromausfall, oder einer technischen Störung. Zudem ist auch ein Personen-Alarm vorhanden. Über potenzialfreie Kontakte ist die Weiterleitung an die Gebäudeleittechnik (GLT) möglich.

Schockfroster und Auftauanlagen

Im Bereich Temperaturprozesstechnik bietet Thermobil ebenfalls ausgereifte und innovative Produkte. Die Schockfroster und Auftauanlagen sind meist in der Lebensmittelherstellung im Einsatz. Thermobil SuperFroster sind Schockfroster mit Gefrierleis-

tungen von mehr als 120 kW (Kühlleistungen von bis zu 200 kW). Sie eignen sich besonders zum Kühlen oder Frosten von großen Mengen von Lebensmitteln aller Art. Aufgrund der europaweiten Zusammenarbeit der Firmengruppe mit verschiedenen Lebensmittelherstellern, ist hier neben theoretischen Berechnungsmodellen eine fundierte Erfahrungsbasis vorhanden. Dies garantiert, dass die Anlage für den jeweiligen Bedarf optimiert werden kann.

Für schnelles Auftauen, Aufschmelzen und Aufwärmen von großen Produktmengen ist die TemperBox die richtige Wahl. Durch die genaueste Regelung von Wärmezufuhr und Luftstrom werden auch große Mengen schnell und sicher aufgetaut. Die optimierte Verfahrenstechnik garantiert dabei auch minimale Auftauverluste.

Der TemperFroster von Thermobil ist die Kombination aus Schockfroster, Schockkühler und Auftauanlage. Diese Anlage ist die Weiterentwicklung von Thermobils prozesstechnischen Einheiten auf die kundenspezifischen Anforderung. Der TemperFroster ermöglicht dem Kunden, nur eine Anlage für seine jeweils zyklisch wiederkehrenden Temperaturprozesse zu nutzen. Dies optimiert die zeitliche und räumliche Nutzung einer Anlage.

Die SuperBox Klima ermöglicht dem Anwender nicht nur die Möglichkeit, die Temperatur genau zu steuern, sondern auch die relative Luftfeuchtigkeit wird genauestens geregelt. Die SuperBox Klima ist somit die perfekte Box für die Umweltsimulation, Lagerung oder Reifeprozesse. In der Ausführung als HotBox ist eine Lagertemperatur bis zu plus 80 °C möglich. Neben dem Einsatz als Inkubator eignen sich die Hotboxen auch als Wärmekammern für physikalische, chemische Prozesse und Tests. www.Thermobil.at ■



ALLES SEHEN - AUCH WENN'S KALT IST

Das deutsche Familienunternehmen Schuch ist Spezialist für Beleuchtungssysteme in der Lebensmittelindustrie.

Die Leuchten in der Lebensmittelindustrie müssen strengen Anforderungen entsprechen, insbesondere in Bezug auf Hygiene und Bruchsicherheit. Schuch bietet eine breite Palette von Leuchten an, die allen Anforderungen entsprechen.

Besonders gefragt ist die neue Serie 161PX Proxima, eine LED-Feuchtraumwanneleuchte

in robuster Industriequalität. Die Proxima ist eine perfekte Anpassung an die LED-Technologie und bietet optimierte Gehäuseabmessungen, eine einheitliche Gehäusebreite, das FastFix Schnellmontagesystem mit variablen Befestigungsabständen und eine satinierte Leuchtenwanne.

www.siblik.com ■



INNOVATIVE KÜHLTASCHE

Mondi und Fresh!Packing konzipieren die Kühltasche mit einer recycelbaren Kraftpapieralternative neu.

Die Außenschicht des Fresh!Bag besteht vollständig aus Mondis strapazierfähigem Kraftpapier, das die traditionell verwendeten nicht recycelbaren Verpackungen aus Multimaterialien ersetzt und gleichzeitig den Kühlenschutz um das bis zu 2,5-Fache verbessert.

Die Lösung ist als vollständig recycelbar in Europas bestehenden Papierabfallströmen zertifiziert. Das Kühlelement des Beutels wird aus Zellstoff hergestellt, der von Mondis Kraftpapier umschlossen wird. Das Kraftpapier hat eine hohe Dehnbarkeit, was

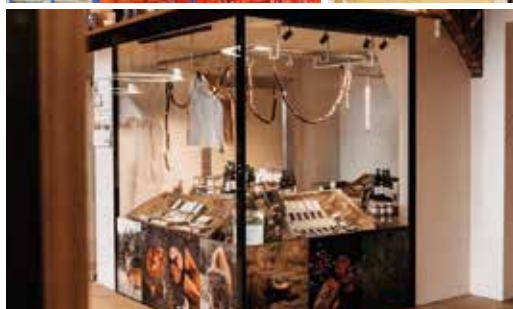
ein Vernähen der verschiedenen Lagen ermöglicht, um eine starke Taschenstruktur zu schaffen. Die Tasche hat eine hohe Reißfestigkeit und kann große Gewichte und Größen tragen. Zusätzliche Sicherheit für den Verbraucher bietet der Griff des Fresh!Bag, der leicht verschließbar ist und einen offenen Verschluss bildet. Die Beutel sind langlebig und können mehrfach wiederverwendet werden. Das Kraftpapier von Mondis bietet Einzelhändlern eine gute Bedruckbarkeit für Branding.

www.mondigroup.com ■

LANG

KÄLTETECHNIK

Höchste Qualität seit Jahrzehnten



8424 Gabersdorf 20 • 03452 82239
www.lang-kaelte.at

KÄLTETECHNIK | KLIMAAANLAGEN | PANEELBAU
WÄRMEPUMPEN | SERVICE & WARTUNG



ERFOLGSGESCHICHTE MIT HERZ LANG KÄLTETECHNIK

Seit bereits 39 Jahren steht das in Gabersdorf ansässige steirische Familienunternehmen für Innovation, Unternehmmergeist und top Serviceleistung rund um Kältetechnik und Klimaanlage.

Mit der Firmengründung im Jahre 1984 durch Anton und Helga Lang wurde der Grundstein für ein heute florierendes und ständig wachsendes Unternehmen gelegt. Der mit dem steirischen Landeswappen ausgezeichnete Familienbetrieb ist ein bedeutender Mitspieler auf dem wichtigen Wirtschaftssektor der Kälte- und Klimatechnik. In den letzten Jahrzehnten wuchs die Firma kontinuierlich und schaffte es hervorragend, sich am österreichischen Markt zu behaupten und namhafte Betriebe – unter anderem aus der Fleisch- und Wurstwarenproduktion, Lebensmittelherzeugung, Pharmaindustrie, Industrie und Gewerbe, Gastronomie und Hotellerie – als Kunden zu gewinnen. Der Fokus des Traditionsunternehmens liegt auf Paneel-Bau, Kältetechnik, Wärmerückgewinnungsanlagen, Klimaanlage, Wärmepumpen, Kühlzellenbau sowie Service- und Wartungsarbeiten.

Zweite Generation

Mit Sohn Markus und seiner Gattin Evelyn Lang führt seit 2019 die zweite Generation den

Betrieb – und erhält dabei tatkräftige Unterstützung von ihrem Team.

Über 45 engagierte Mitarbeiter:innen, die alle fachlich am letzten Stand der Dinge sind, hat der führende steirische Meisterbetrieb derzeit beschäftigt. Tendenz steigend. Der Mensch als Mitarbeiterin und Mitarbeiter, aber insbesondere als Kundin bzw. als Kunde steht stets im Mittelpunkt des täglichen Tuns. So sieht sich der Familienbetrieb als kompetenter und erfahrener Komplettanbieter, der seinen Kunden mit umfangreichem Service und einer Rundum-Betreuung, beginnend bei der Beratung, Planung des Projektes bis hin zur Verwirklichung, Projektausführung, Inbetriebnahme und Nachbetreuung zur Seite steht.

Groß, größer – individueller

Egal, ob bei Kühl- oder Tiefkühlhallen: Lang Kältetechnik kann mit technischem Know-how und jahrelanger Erfahrung flexible Lösungen für jede Anforderung bieten. Von Paneel-Bauten mit einer Wandstärke bis zu 200 mm pro Paneel, effiziente Verbundan-

lagen, präzise Schalt- und Regelungsschranke, elektronische Einspritzventile, um eine optimale Verdampfer-Leistung zu erhalten, bis hin zu einer Wärmerückgewinnungsanlage für die Warmwasser-Abtauung, speziellen Tiefkühlverdampfern mit breitem Lamellenabstand sowie Ansaug- und Ausblasvorrichtungen für einen energieoptimierten Abtauprozess des Verdampfers liefert das Unternehmen alles aus einer Hand.

Gerade industrielle Lösungen in der Kühl- und Tiefkühltechnik erfordern besonderes Fingerspitzengefühl. Ob Tiefkühl-Zellen, Räume oder Hallen mit einer maximalen Temperatur von minus 24 °C Grad, Schockfroster mit einer Einsatzgrenze bis zu minus 40 °C Grad, Normalkühlanlagen, Kühltürme oder VRV-Klimaanlage, welche für angenehmes Wohlfühlklima in den Büroräumlichkeiten und Veranstaltungsräumen sorgt –, all das kann von den Professionisten individuell abgestimmt werden.

In der Industrie wird immer mehr auf eine hygienische und angenehme Luftvertei-



Oben zu sehen: der Einsatz von Luftsäcken im Kühlager, um beim Abtauen Energie zu sparen.

Links zu sehen: Kühlzellentür in marmorierter Edelstahlausführung.

Wandkühlregal in verschiedenen Ausführungen für Produktpräsentationen von Getränken wie Wein, Säften, Sirupen, Likören, Wurstwaren, Lebensmitteln und Genussmitteln aller Art.

lung (gekühlte oder beheizte Luft) in der Produktion gesetzt. Hierfür sorgen Luftsäcke, welche im Arbeitsraum montiert werden. Im Anlagenkreislauf können außerdem energieeffiziente Wärmerückgewinnungsanlage installiert werden, die das gesamte Unternehmensgebäude beheizen.

Erfolgreiche Lehrwerkstatt

Seit Dezember 2020 darf sich das Familienunternehmen mit dem Titel „Staatlich ausgezeichnete Ausbildungsbetrieb“ vom Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaft zieren. Das Gütesiegel wurde durch Wirtschaftsministerin Dr. Margarete Schramböck feierlich überreicht. Die haus eigene hochwertige Lehrwerkstätte bildet das Herzstück des Betriebes und hat bisher 45 Lehrlinge als Kälteanlagentechniker:in ausgebildet. Alles in allem eine Erfolgsgeschichte mit Tradition, Herz und dem Bestreben, diese Dynamik auch in den nächsten Jahrzehnten beizubehalten. ■



Augenschmaus für den Gastrobereich: Schickes Kühlpult für perfekte Kühlung in Gastronomie und Hotellerie.

GENUSS UND LEIDENSCHAFT

Zum 28. Mal öffnete die „AB HOF – Spezialmesse für bäuerliche und handwerkliche Direktvermarktung“ Anfang März ihre Tore. Rund 28.000 nationale und internationale Besucher:innen folgten dieser Einladung und überzeugten sich vom vielseitigen Angebot der mehr als 250 Aussteller:innen.

Messedirektor Werner Roher blickt zufrieden auf die vergangenen Messtage zurück: „Die Begeisterung für das Thema Direktvermarktung war am gesamten Areal förmlich spürbar. Die hohe Qualität der Ausstellung sowie das umfangreiche Rahmenprogramm führten zu zahlreichen positiven Rückmeldungen – sowohl von Besucher:innen als auch von Ausstellerseite. Mit der „AB HOF“ sind wir auch bei den Besucherzahlen wieder am Weg in Richtung ‚Vor-Corona-Zeiten‘ und somit war es auf je-

den Fall ein gelungener Start in ein spannenden Messejahr.“

Neben dem Fachpublikum aus dem Kreis der bäuerlichen Direktvermarktung nutzten auch zahlreiche Gewerbebetriebe die „AB HOF“, die sich über die vergangenen Jahre als europäische Leitmesse für Direktvermarktung etabliert hat, als Informationsplattform. Der zukunftsfitte Ab-Hof-Betrieb und gewerbliche Lebensmittelhersteller fand in Wieselburg alle Maschinen, Geräte und Hilfsmittel zur erfolgreichen Betriebsführung. Oft

enthielt das Ausstellungsangebot auch wertvolle neue Anregungen, Bezugsquellen und Kontakte. Bei Fachvorträgen rund um die Themen Green Care, Selbstbedienungsläden und Social-Media-Vermarktung konnten wertvolle Inputs gewonnen werden.

HaRo ■



Hermann Sick begeisterte das Publikum mit den schärfsten Klingen und seinem vielfältigen Angebot an Lösungen für Lebensmittelhersteller.



Zeitgemäßen Ladenbau aus Steyr präsentierten Claudia Schmoll und Johann Üblacker.



Raimund Steininger stellte Fremdkörperdetektoren und bargeldlose Bezahlssysteme von Kandolf-DIGI Austria vor.



Modernste Etikettiertechnologie präsentierten Firmeninhaber Matthias Volkmann (r.) von elvo...coding und Österreich-Repräsentant Norbert Friedl.



Der Geschäftsführer des Fleischerverbandes Wolfgang Hartl präsentierte das geballte Sortiment der Fleischergenossenschaft.



Gläser und Flaschen für verschiedenste Lebensmittel präsentierte Cornelia Grinschl von Müller Glas.



Der Salzburger Maschinenhändler Gramiller punktete mit seinem umfassenden Angebot, einem stylischen Messestand und mit starker Mannschaft (v.l.): Christian Hofer, Thomas Resl von Eloma, Klaus Göllner, Erich Barton, Andreas Rosenberg und Geschäftsführer Gerhard Pockenauer-Gramiller.



Maschinen und Geräte für die Lebensmittelproduktion stellte die Firma Penias aus (v.l.): Josef Haberfellner, Frank Jäcklein von Hanke-Ladenbau, die ebenfalls auf dem Stand ausstellte, und Inhaber Johann Penias mit zwei Dadaux-Kuttern.



Verpackungs-, Abfüll- und Etikettiertechnologie made in Austria stellte das junge Unternehmen Tulberg aus Frohnleiten in der Steiermark vor (v.l.): Hans-Peter Schlegl, Firmengründer Franz Auer und Marketingchefin Hannah Spitzer.



Neu in ihrem Portfolio hat die Handelsagentur von Franz Führer (r.) die Gastromaschinen von Feuma, vertreten durch Geschäftsführer Maik Döring (Mitte) und Vertriebsleiter Ralf Ebenhöf.

Stammgäste in Wieselburg sind die Herren von OK Paneele (v.l.): Roman Kiesel-Kurek, Firmenchef Harald Otter und Jörg Helbig.





Bio-Etiketten und den „g'sunden Drucker“ präsentierten Michaela und Christoph Stadlmann den Messebesuchern in Wieselburg.



Gewerblicher Besuch in Wieselburg: Fleischermeister Josef Hauer aus Lochen und Gattin.



Andreas Rene Rauch präsentierte Desinfektionssysteme mit Dampf sowie Waagen und Produktionsmaschinen.



Mit schmucken und stylischen Verkaufsfahrzeugen der Firma Fischer Fahrzeugbau punkteten Verkaufsleiter Ulrich Hagel (r.) und Serviceleiter Walter Kalweit.



Modernste Waagen sowie Schneidemaschinen für Wurst und Brot präsentierte Bizerba (v.l.): Günther Hochreiter, Nicole Kögler und Erich Janisch.



Hygienelösungen für den Lebensmittelhersteller stellten Werner Ernst (l.) und Ralf Krause von der Ernst GmbH vor.



Firmeninhaber Fabian Egle vom verpackungsstadt ist Profi für Lebensmittelverpackungen aller Arten.



„Speck-Kaiser“ in der Kategorie „Schinkenspeck geräuchert“ (v. l.): Der Wieselburger Verkehrsvereins-Chef Franz Rafetzeder, Bundesminister Norbert Totschnig, die Preisträger-Familie Mitteregger-Girnerhof, Landesrat Stephan Pernkopf, NÖ-Landwirtschaftskammer-Präsident Johannes Schmuckenschlager und Jury-Vorsitzender Martin Rogenhofer vom LMTZ Wieselburg.



Erstmals wurden die Wettbewerbe „Speck-Kaiser“ und „Das goldene Blunz'nkranzl“ um vegane und vegetarische Spezialitäten erweitert. Bei der Prämierung des „Speck-Kaisers“ konnte eine vegane Probe als Siegerprodukt überzeugen.

AUSGEZEICHNETE QUALITÄT

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

Die ausgezeichnete Qualität regionaler, kleingewerblicher und landwirtschaftlicher Produkte wurde im Zuge der Produktprämierungen im Vorfeld der „AB HOF“ – Spezialmesse für Landwirtschafte Direktvermarktung und Lebensmittelhandwerk – wieder deutlich sichtbar. Aus über 3800 Proben konnten 125 Siegerprodukte gekrönt werden. Die Prämierungen zeigen einmal mehr, wie vielfältig das Produktsortiment der Hersteller:innen ist.

Die Zahlen hinter den Wieselburger Produktprämierungen sind eindrucksvoll: Acht verschiedene Wettbewerbe, 130 unterschied-

liche Kategorien, 3826 eingereichte Proben, etwa 150 Verkoster:innen, rund 120 Verkostungsstunden und 125 Siegerprodukte. Am ersten Messetag fand die feierliche Übergabe für die Sieger:innen statt.

Die Prämierungen umfassen folgende Wettbewerbe: „Das goldene Stamperl“ (Brände, Liköre), „Die goldene Birne“ (Most, Fruchtsaft, Essig, Obstweingetränke, Marmeladen und Trockenobst und -gemüse), „Speck-Kaiser“ (Rohpökelfwaren, Kochpökelfwaren, Rohwürste und Aufstriche, vegane und vegetarische Spezialitäten), „Brot-Kaiser“ (Brot und Feingebäckspezialitäten),

„Fisch-Kaiser“ (Süßwasserfisch), „Öl-Kaiser“ (Speiseöl), „Das goldene Blunz'nkranzl“ (Blutwurst, vegane und vegetarische Blutwurstimitate) sowie „Pasta-Kaiser“ (Teigwaren).

Highlights und Neuigkeiten

Erstmals wurden die Wettbewerbe „Speck-Kaiser“ und „Das goldene Blunz'nkranzl“ um vegane und vegetarische Spezialitäten erweitert. Bei der Prämierung des „Speck-Kaisers“ konnte eine vegane Probe als Siegerprodukt überzeugen. Die Preisträger finden Sie auf der nächsten Seite.

HaRo ■



„Speck-Kaiser“ in den Kategorien „Erhitzte Würste“ und „Kochpökelfwaren essfertig“ sowie „Das goldene Blunz'nkranzl“ in der Kategorie „Kreative Blutwürste im Darm“ (v. l.): Der Wieselburger Verkehrsvereins-Chef Franz Rafetzeder, Minister Norbert Totschnig, Preisträgerin Familie Lechner, Landesrat Stephan Pernkopf, NÖ-Landwirtschaftskammer-Präsident Johannes Schmuckenschlager und Jury-Vorsitzender Martin Rogenhofer vom LMTZ Wieselburg.



„Speck-Kaiser“ in der Kategorie „Bauchspeck geräuchert“ (v. l.): Der Wieselburger Verkehrsvereins-Chef Franz Rafetzeder, der Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft Norbert Totschnig, Preisträgerin Fleischermeisterin Eva Leibetseder, Landesrat Stephan Pernkopf, NÖ-Landwirtschaftskammer-Präsident Johannes Schmuckenschlager und Jury-Vorsitzender Martin Rogenhofer vom LMTZ Wieselburg.

„Speck-Kaiser“-Preisträger 2023**Bauchspeck geräuchert –
landwirtschaftliche Produktion:**

Peter und Silvana Vergeiner, Assling: Asslinger Bauchspeck

**Bauchspeck geräuchert –
gewerbliche Produktion:**

Leibetseder Gastronomie + Fleischwaren GmbH, Rohrbach:
Mühlviertler Bauchspeck

**Karreespeck geräuchert –
landwirtschaftliche Produktion:**

Walter Widmann, Altlengbach

**Karreespeck ungeräuchert –
gewerbliche Produktion:**

Ing. Seiser Stefan, Straßburg: Gurktaler luftgeselchter Karreespeck Original

**Schinkenspeck geräuchert –
landwirtschaftliche Produktion:**

Thomas und Sophie Mitteregger, Girnerhof, Mautern/Steiermark: Liesingtaler Schinkenspeck

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

Hofmann'sche Forst- und Gutsverwaltung, Eva Hofmann, Naternbach: Paprika-Lardo

**Rohpökelwaren vom Rind –
landwirtschaftliche Produktion:**

Land- und Forstwirtschaftliche Fachschule, Hatzendorf: Bündnerfleisch

**Sonstige Rohpökelwaren –
landwirtschaftliche Produktion:**

Josef Wiesböck, Wildungsmauer: Hirschfilet in Honig-Senf-Knoblauch

Rohwürste – gewerbliche Produktion

Anton Juffinger, Bio-Metzgerei, Thiersee/Tirol: Bio Lammwürzen

Rohwürste – landwirtschaftliche Produktion:

Adolf Burtscher und Alois Walser, Nüziders: Edel Zirbensalami

Erhitzte Würste – gewerbliche Produktion:

„Blunzensemmerl!“ – Herbert Lechner, Scheibbs: Speckwurst

Erhitzte Würste – landwirtschaftliche Produktion:

Franz und Martina Schallhas, Schweinern: „Wildererwürste“

Kochpökelwaren essfertig – gewerbliche Produktion:

„Blunzensemmerl!“ – Herbert Lechner, Scheibbs: Beinschinken

Kochpökelwaren essfertig – landwirtschaftliche Produktion:

Birgit und Rainer Bleyer, Trofaiach: Pfefferkarree

Aufstriche – landwirtschaftliche Produktion:

Bauernhof Redl, Andreas und Cornelia Redl, Gaiselberg: Leberpastete

Aufstriche – landwirtschaftliche Produktion:

Weinbau Riegler-Dorner, Grossau: Leberaufstrich

**Vegetarisch-vegane Spezialitäten –
gewerbliche Produktion:**

Fleischerei Dormayer GmbH, Langenzersdorf: veganer „Havvis“

„Goldenes Blunz'nkranz!“-Preisträger '23**Blutwürste deutsch-österreichische Art –
landwirtschaftliche Produktion:**

GRILL Fleisch, Wurst und Selchwaren, Goggendorf

**Blutwürste deutsch-österreichische Art –
gewerbliche Produktion:**

Rainer Binder, Fleischerei, Hofkirchen

**Kreative Blutwürste im Darm –
gewerbliche Produktion:**

„Blunzensemmerl!“ – Herbert Lechner, Scheibbs: Preiselbeer Blunz'n

HERMANN.BIO STARTET NEU DURCH

Das Warten hat ein Ende: Hermann ist wieder da und das mit einem völlig neuen Konzept und Produkt. Statt wie gewohnt auf Würstel und Co. zu setzen, revolutionieren Hermann und Thomas Neuburger die Welt der Fleischalternativen und läuten das Ende von Fake Meat ein. Das Ergebnis? Das Fungi Pad – natürlich aus selbst gezüchteten Kräuterseitlingen. Erhältlich ist das HERMANN.BIO Fungi Pad ab sofort österreichweit bei Spar sowie gurker.at.

Das vergangene Jahr haben Hermann und Thomas Neuburger genutzt, um das bestehende Konzept zu durchleuchten und das Thema Fleischersatz infrage zu stellen. Jetzt sind sie wieder da – mit einem neuen Konzept und einem einzigartigen Produkt, dem Hermann.Bio Fungi Pad.

Das Ende von Fake Meat

„Wir möchten nicht wie bisher Fleisch nachahmen, denn das tun viele andere, ohne in Wirklichkeit dem Original in seiner Form oder seinem Geschmack nachzukommen. Stattdessen haben wir etwas völlig Eigenständiges entwickelt, das Hermann.Bio Fungi Pad. Wir wenden uns damit aktiv vom Fleischersatz ab und erschaffen ein hochwertiges Produkt in einer neuen Kategorie, nämlich der der Fleischalternativen 2.0“, erklärt Thomas Neuburger. Wie gewohnt setzen die Mühlviertler Pioniere dabei auf rein natürliche Bio-Zutaten. Der Kräuterseitling, der direkt am Unternehmensstandort gezüchtet wird, spielt weiterhin die Hauptrolle. Gemeinsam mit Reis, Rapsöl, Ei sowie Salz und Pfeffer entsteht ein saftiges Pad, welches eine geschmackvolle, aber gleichzeitig vielseitig einsetzbare Basis für viele Gerichte bietet. Neu ist, dass das Produkt nun in

der Kühl- sowie Tiefkühlabteilung zu finden ist.

1 Pad. 100 Möglichkeiten

Obwohl sich das Vater-Sohn-Duo fortan auf ein einziges Produkt fokussiert, ist es so vielseitig verwendbar wie noch nie. Dazu Hermann Neuburger: „Das Fungi Pad ist eine Leinwand für kulinarische Kreationen. Man kann es teilen, hacken, kochen, braten, marinieren und vieles mehr. Egal, ob es schnell gehen muss oder ich viel Zeit zum Kochen habe: Welches Gericht auch zubereitet wird, es ist sehr wahrscheinlich, dass unser Fungi Pad dafür als Basis dient.“ Dass der Slogan „1 PAD. 100 Möglichkeiten“ Realität wird, zeigen erste Rezeptkreationen: Easy Gyros, Burrito Bowl und Toskana Pad verdeutlichen die Vielseitigkeit der Produktneuheit.

„Unsere Kund:innen haben die Produkte aus Kräuterseitlingen vermisst und daher freuen wir uns, dass wir Hermann.Bio bei seiner Neuerfindung begleiten dürfen und das Fungi Pad ab sofort exklusiv bei Spar, Eurospar und Interspar in den Regalen zu finden ist“, freut sich Spar-Vorstand Mag. Markus Kaser. „Unter Young & Urban by Spar arbeiten wir immer gerne mit Gründer:innen mit Weitblick zusammen und nehmen innovative Produkte in unser Sortiment auf.“

Thomas und Hermann Neuburger melden sich nach knapp einem Jahr genussvoll-kreativer Schaffenspause mit Hermann.Bio wieder zurück.



Futuristisch blau statt grüne Veggie-Welt

Nicht nur die Produktausrichtung ist neu, sondern auch das gesamte Branding. Statt wie bisher auf ein gedecktes Farbspektrum zu setzen, sticht Hermann.Bio nun durch eine Farbwelt ins Auge, die im Lebensmittelbereich durchaus ungewöhnlich ist. Ralph Stieber, der als Creative Director mit an Bord ist, verrät: „Mit der Produktneuheit eröffnen wir die neue Kategorie der Fleischalternativen 2.0, daher war es uns wichtig, auch mit unserem Auftritt etwas völlig Neues zu vermitteln und zwischen all den bekannten Würsteln und Co.

optisch herauszustechen. Ganz nach unserem Motto: „Goodbye Fake. Hello fungi.“

Weitere Standbeine werden aufgebaut

Neben der Neuausrichtung der Marke Hermann.Bio wurden schließlich auch neue Absatzwege gefunden, die natürlich aus wirtschaftlichen Gründen wichtig sind. Dazu gehört unter anderem der Verkauf des Pilzsubstrats an andere Pilzzüchter. Mit den neuen Standbeinen werden die Ressourcen der vorhandenen Pilzzucht sowie der Pilz in seiner Gesamtheit bestmöglich genutzt.

<https://hermann.bio/> ■



HERMANN.BIO

FUNGI PAD[®]

Kräuterseitling 2.0

- BOWL
- CURRY
- GYROS
- PASTA
- WRAP
- TACO
- SALAT
- SUSHI
- TWICH
- PIZZA
- SPIESSE
- CHILI
- BURGER
- AUFLAUF
- BURRITO
- RAMEN
- RISOTTO
- LASAGNE
- EINTOPF
- TOPPING
- TAPAS
- PLÄNDLÄSCHEN

**1 PAD
100 MÖGLICHKEITEN**

« fungi based



Partnerwahl – welcher Wein passt zu ...

Dorli Muhr leitet die Kommunikationsagentur Wine+Partners und macht selbst Wein am Spitzerberg in Carnuntum. Ihre Leidenschaft ist es, Gerichte und Getränke perfekt abzustimmen.

Sehnsüchtig warten wir auf die sonnigen Nachmittage, um endlich die großen und kleinen Griller aus dem Winterlager zu holen und die Sommersaison zu eröffnen. Ich bin – ehrlich gesagt – kein großer Fan von Grillfesten. Meistens bleibt nämlich die Getränkekultur weit hinter der Fleischqualität zurück. Während auf dem Rost feine Fleischteile gegart werde, greifen die Gastgeber beim Wein oft zu irgendeiner Massenware, die schon lange im Keller rumliegt – und noch dazu werden die Weine meistens zu warm eingeschenkt. Dabei kann der richtige Wein bei richtiger Temperatur im Freien genossen ein so wunderschönes Erlebnis sein!

Da man meistens schon was im Glas hat, bevor das Fleisch fertig ist, muss der Wein sowohl mit als auch ohne Gericht performen. Das heißt, er soll die Nase mit verführerischer Aromatik beeindrucken und am Gaumen geschliffen und nicht zu mächtig sein. Dann kommt das Fleisch – meistens dunkles wie Rind oder Lamm – mit ein bisschen Röstaromatik. Nun muss der Wein Tannine zeigen, um dem Fleisch Paroli zu bieten.

Eine ideale Besetzung für diese sehr anspruchsvolle und versatile Aufgabe ist der Rubin Carnuntum vom Weingut Oppelmayer in Göttlesbrunn. Er ist aus der Sorte Zweigelt gemacht, deren Vorzüge genau darin bestehen, dass ihre schöne Kirscharomatik verführerisch ist und das Tannin eher weich und nicht zu kantig daherkommt. Der Göttlesbrunner Winzer Franz Oppelmayer ist übrigens auch sehr vielfältig begabt: Er ist nicht nur ein toller Weinmacher, sondern auch Jäger und Maler! Der Rubin Carnuntum 2020 aus seinem Keller trägt einen Fuchs auf dem Etikett, der so neugierig aus dem Bild schaut, dass man am liebsten gleich die Gänse in Sicherheit bringen möchte.

Mein Tipp. Ich bin der Meinung, dass auch Rotweine grundsätzlich besser schmecken, wenn man sie ein wenig kühlt. Das ist vielleicht Geschmackssache. Aber an einem warmen Tag, wenn die Sonne auf die Flasche scheint, ist ein Eiskübel ein absolutes Must. Für Weine jeder Farbe!

Rubin Carnuntum 2020, Zweigelt
7,90 Euro bei Weingut Franz Oppelmayer
2464 Göttlesbrunn, Kirchenstr. 9,
Tel: 0664 9193361
www.oppelmayer.shop

Ist es gelungen? Hat er geschmeckt?
Schreiben Sie mir an
d.muhr@wine-partners.at



NEU! SAUCEN MIT DREI-STERNE-ANSPRUCH

Ein einziges Restaurant trägt hierzulande die Höchstwertung des „Guide Michelin“. Im „Amador“ fertigt Chefkoch David Fleckinger nun seine vier „Goûtez“-Saucen, die für den Delikatessenhandel gedacht sind.

Durch ihre Reisen haben sich die Innsbrucker Lehrlinge Julian Mitterbauer und David Fleckinger einst aus den Augen verloren. Als Produktentwickler und Foodstylist Mitterbauer heuer sein Gewerbe in Wien anmeldete, gab es ein Wiedersehen. Ein Glück für die heimischen Gourmets, denn das Duo beschloss, seine liebsten Küchenstile gemeinsam in Saucenform zu bringen. „Für ‚Rom‘ wird jeweils ein halbes Kilo Tomaten pro Flasche verarbeitet und hochwertiges Olivenöl von ‚Noan‘ verwendet“, schildert „Flecko“ Fleckinger ein Beispiel zu den nach Städten benannten Saucen.

Vier Saucen

Hergestellt werden „Tokyo“, „Bangkok“, „Rom“ und „Paris“ an der Wirkungsstätte des Chefkochs, dem



Drei-Sterne „Amador“ in Wien-Grinzing. Als Partner für die Abfüllung fand man mit Wiener Würze einen Spezialisten für die kleinen Chargen. Während die französische Variante mit Senf und Haselnussöl perfekt zu einem Beef Tartare passt, wäre für ein Rindercarpaccio die Variante „Rom“ ideal, so die beiden „Goûtez“-Gründer: „Der Geschmack der Sterneküche soll als Würzensens daheim erlebbar werden“, hofft David Fleckinger. Und Mitterbauer ergänzt: „Ich sehe uns im gehobenen Delikatessenhandel.“

Alle vier Varianten sind ohne jegliche Geschmacksverstärker und Konservierungsstoffe abgefüllt. Neben dem eigenen Webshop sind die 200-ml-Flaschen auch über Transgourmet erhältlich.

Roland Graf ■



REZEPT DES MONATS powered by
WIBERG GEWÜRZMÜHLE NESSE *Gewürzmüller*

LYONER MIT SPARGEL

Spargel und Wurst sind eine köstliche Symbiose – und viele Spargelfans können es gar nicht mehr erwarten ...

Kaum ein Gemüse steht so sehr für den Frühling wie der Spargel. Je nach Region wird der Spargel zwischen März und Juni geerntet und darf während dieser Zeit auf keiner Speisekarte fehlen! Durch die vielen Anbaugebiete „vor der Haustür“ kommt er frisch auf den Teller. In puncto Vielseitigkeit ist der Spargel ohnehin ungeschlagen, ebenso wie im Geschmack. Spargel verfügt über ein klar definiertes, aber nicht zu dominantes Eigenaroma, weshalb er sich wunderbar kombinieren lässt. Auch verschiedensten Fleischwaren verleiht Spargel eine frühlinghafte Note – vom Spargelschinken mit passender Spargelumhüllung bis hin zur Lyoner mit Spargel, die Möglichkeiten sind so zahlreich wie schmackhaft.

Verarbeitung

- Das Fleisch- und Fettmaterial getrennt durch die 3-mm-Scheibe wolfen und gut kühlen.
- Das gewolfte Magerfleisch mit den Zutaten (außer den Spargelstücken) in den Kutter geben und alles einige Runden laufen lassen.
- Circa die Hälfte der Eismenge zufügen und auf guten Verband weiterkuttern.
- Bei einer Brättemperatur von ca. 4°C das Fettmaterial zugeben und auf 12°C hochkuttern.
- Danach das restliche Eis in den Kutter geben und bis zu einer Brätendtemperatur von 10°C fertig kuttern, dabei die Spargelstücke gleichmäßig untermischen.
- Das Brät in Wursthüllen füllen.
- Die Würste bei 76°C auf eine Kerntemperatur von 72°C brühen.
- Safe-Faser Därme mit Wasser gut – bis in den Kern – kühlen.
- WI-BAR® Därme im Betriebsraum abkühlen lassen und erst dann in den Kühlraum bringen.

Material

25 kg Schweinefleisch SII
 20 kg Schweinefleisch SIII
 15 kg Schweinefleisch SVI
 20 kg Schweinefleisch SVIII
 20 g Wasser/Eis

Zutaten pro kg

6 g Lyona, Art.-Nr.: 230019
 2 g Lakarom Spargel, Art.-Nr.: 254551
 15 g Spargelstücke grün, Art.-Nr.: 249792
 2 g Superba, Art.-Nr.: 227140
 4 g Cotonic S, Art.-Nr.: 227189
 20 g Nitritpökelsalz

Wursthülle

Unbedruckt NK 75/50
 SAFE-FASER rot, Art.-Nr.: 502552
 Unbedruckt NK 90/50
 WI-BAR®-B rot, Art.-Nr.: 525005



ACO Entwässerungssysteme für den Produktionsbereich

Unterschätzen Sie niemals die Entwässerung



25 Jahre Erfahrung in hygienischer Bodenentwässerung

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

www.aco.at/lebensmittelindustrie



ACO. we care for water