

# Fleisch & Co

78. Jahrgang  
Nr. 5/2024

Österreichisches Fachmagazin  
für das Fleischer-Handwerk,  
Landwirtschaft, Industrie und  
Handel – gegründet 1946

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

Einzelpreis € 6,10

Sigrun  
und Horst  
Stierschneider:  
regionale  
Spitzenqualität  
in Wien



# Verankert in Fünfhaus

NAHRUNGSMITTEL- UND  
VERPACKUNGSTECHNIK

Besser  
präzise.



**GRAMILLER**

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

**SHOP**  
24/7

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

[www.meierverpackungen.at/shop](http://www.meierverpackungen.at/shop)

**MEIER VERPACKUNGEN**

**Seydelmann**

Kutter  
Wölfe  
Mischer

**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



**TECH FORUM®**

Service . Beratung . Leidenschaft

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

Stolzer Partner von:

**poly-clip**  
SYSTEM

**günther**  
EXCELLENCE IN PROCESSING

**EKOMEX**  
PILBRICK

**VEMAG**  
ANLAGENBAU

**Pujolás**

**WEBOMANC**

## Inhalt

<b>Regional</b>	Kröswangs neue Offensive	03
<b>Eis und Fleisch</b>	Die neue Genusspartnerschaft	04
<b>Blitzlichter</b>	Branchennews – kurz und bündig	05
<b>Vorfreude</b>	Die SÜFFA-Wettbewerbe stellen sich neu auf	06
<b>Oberösterreich</b>	Der Lehrlingswettbewerb	08
<b>Neueröffnung</b>	Zotter eröffnet Edel-Fleischerei in Wien	10
<b>Zu Besuch in Japan</b>	Reisebericht von Ronny Paulusch	12
<b>Messerscharf</b>	Horst Stierschneiders Branchenanalyse	18
<b>Neues Hygiene-Tool</b>	Die LMAK präsentiert	23
<b>Mobil unterwegs</b>	Verkaufshänger von Humer	24
<b>Lückenlose Kühlkette</b>	Mit Mercedes-Benz-Partner	25
<b>Web-App Fast-Lane</b>	Von der Filiale zum Smart-Store	26
<b>Tradition trifft Innovation</b>	Der Ladenbau im Wandel	27
<b>Metzgerei Bartoldus</b>	Der neue Hybridladen im Überblick	28
<b>Fit in die Zukunft</b>	24/7 Selbstläuferladen on the road	29
<b>Branchen-News</b>	News und Klassiker im Überblick	30
<b>Sommer-Genuss</b>	Highlight und neue Innovationen	32
<b>Grill-Event</b>	HTL für Lebensmitteltechnologie lud ein	34
<b>Alternativen</b>	Pflanzliches im Überblick	36
<b>Partnerwahl</b>	Grüner Veltliner Kirchpoint 2023	38
<b>Rezept des Monats</b>	Bärlauchleberwurst	39

## News aus der Fleisch & Co-Community



## Die vielen Vorteile eines Abos von Fleisch & Co

Abonnieren Sie das Fachmagazin Fleisch & Co für nur 85,- Euro pro Jahr – und werden Sie Teil eines reichweitenstarken Netzwerks.

Profitieren Sie von unserem exklusiven Jahresabo, das Ihnen 10 Ausgaben des Fachmagazins Fleisch & Co mit den neuesten Nachrichten aus und für die Branche bietet. Zusätzlich erhalten Sie einmal im Jahr das beliebte Handbuch mit über 300 Seiten voller Adressen, Ansprechpartner und Zulieferfirmen.

### Ihre Vorteile als Abonnent:in:

#### Kostenlose Kleinanzeigen:

Schalten Sie bis zu dreimal im Jahr kostenfreie Textinserate.

#### Jobbörse-Zugang:

Nutzen Sie die Jobbörse auf [www.fleischundco.at/jobs](http://www.fleischundco.at/jobs) kostenfrei, um Stellenanzeigen aufzugeben oder Ihren neuen Traumjob zu finden.

#### Rabattierte Werbung in Fleisch & Co oder im Handbuch:

Buchen Sie ein Inserat mit bis zu 50 % Rabatt.

#### Tagesaktuelle News:

Auf [www.fleischundco.at](http://www.fleischundco.at) finden Sie täglich aktuelle Nachrichten für und aus der Branche – kostenlos! Mehr als 300.000 monatliche Seitenaufrufe bieten Ihnen Sichtbarkeit innerhalb der Fleischbranche und bei interessierten Konsumenten.

#### Online-Inserate:

Buchen Sie ein Online-Inserat auf [www.fleischundco.at](http://www.fleischundco.at) ab 50 Euro pro Monat. Oder buchen Sie auf unserem Schwesternmagazin [www.die-nachrichten.at](http://www.die-nachrichten.at) innerhalb Ihrer Region und/oder in individuellen Themenbereichen – ebenfalls ab 50 Euro pro Monat. Gerne übernehmen wir für Abonnenten auch die Gestaltung des Online-Banners!

#### Social-Media-Unterstützung:

Profitieren Sie von unserer Reichweite, indem wir Ihre Posts auf unseren starken Social-Media-Plattformen teilen.

#### Redaktionelle Storys:

Lassen Sie sich oder Ihre Produkte in redaktionellen Storys vorstellen.

**Sichern Sie sich jetzt Ihr Jahresabo und bleiben Sie stets informiert und vernetzt in der Fleischbranche!**



## Impressum: Fleisch & Co – Die österreichische Fleischerzeitung

**Herausgeber, Verleger:** Verlagsbüro Die Schnatterei e. U., 2230 Gänserndorf, Grenzstraße 180D1 **Geschäftsführung:** Tanja Braune, [office@fleischundco.at](mailto:office@fleischundco.at)

**Internet:** [www.fleischundco.at](http://www.fleischundco.at) **Mitarbeiter dieser Ausgabe:**

Dima-Alexander Braune, Roland Graf, Marko Locatin, Dorli Muhr, Ronny Paulusch, Raimund Plautz, Johannes Rottensteiner **Tirol Redaktion und Social**

**Media Management:** Barbara Egger **Web-Administration:** Daniel Wom

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

Katharina Sigmund **Coverfoto:** Henry Gasselich

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

Tel.: +43/(0)664/ 130 35 28, E-Mail: [office@fleischundco.at](mailto:office@fleischundco.at)

**Anzeigentarif:** Mediaplan 2024, gültig ab 1. 1. 2024.

Erscheinungsweise: 10 Mal/Jahr. **Abonnement:** AboService Österreichischer Wirtschaftsverlag, Tel. +43 1 54664 135, [aboservice@wirtschaftsverlag.at](mailto:aboservice@wirtschaftsverlag.at)

**Jahresbezugspreis:** Inland: € 85,-/Ausland: € 120,-. Abonnements, die nicht einen Monat vor Ablauf des Bezugsjahres storniert werden, laufen weiter.

**Hersteller:** Friedrich Druck & Medien GmbH, 4020 Linz, Zamenhofstraße 43–45,

[www.friedrichdruck.com](http://www.friedrichdruck.com) **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](http://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 (m/w/d) sollen sich von den Inhalten gleichermaßen angesprochen fühlen.

**Datenschutzerklärung** unter <https://fleischundco.at/datenschutz> abrufbaren.



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

**Mail to:** [office@fleischundco.at](mailto:office@fleischundco.at)

**www.facebook.com/fleischundco**

**LinkedIn:** Fleisch & Co

**www.instagram.com/fleischundco**

**WhatsApp-Kanal:** Fleisch & Co

**Fleisch & Co:** [www.fleischundco.at](http://www.fleischundco.at)

# ZUKUNFT DES FRISCHFLEISCHES: KRÖSWANG SETZT AUF REGIONALITÄTSOFFENSIVE

Mit einer ambitionierten Regionalitätsoffensive revolutioniert das Familienunternehmen Kröswang die Fleischlieferkette in Österreich.

Bisher waren Gastronomen, die nur auf heimische Fleischprodukte setzen wollten, von den Lieferkapazitäten ihrer Produzenten abhängig und mussten bei Engpässen auf ausländische Produkte zugreifen. „Diese Zeiten sind vorbei“, freut sich Manfred Kröswang, Geschäftsführer und Eigentümer der Kröswang GmbH. „Mit unserem Konzept können wir das gesamte Sortiment von über 500 Frischfleisch-Artikeln das ganze Jahr über just in time liefern.“ „Unser Erfolg beruht im Wesentlichen auf zwei entscheidenden Faktoren“, erläutert Kröswang. „Zum einen haben wir direkten Zugang zu den Lagern aller Produzenten, was bedeutet, dass unsere Kunden heute bestellen und wir die Ware direkt aus den frischen Lagern der Produzenten holen. Zum anderen betreiben wir unser frisches Zentrallager in Grieskirchen, von wo aus wir ein zweites Sortiment just in time über Nacht in ganz Österreich und Deutschland liefern.“

## Starkes Netzwerk

Kröswangs Erfolg beruht auf der Zusammenarbeit mit bewährten Produktionspartnern. „Das ist ein einzigartiges Projekt in Österreich“, sagt Rudolf Großfurtner, Geschäfts-

führer der Rudolf Großfurtner GmbH. „Bestellungen bis 12:00 Uhr sind um 15:00 Uhr bei Kröswang. Dieses Projekt war anspruchsvoll, läuft aber jetzt sehr erfolgreich.“

Auch Norbert Marcher, Geschäftsführer der Marcher Fleischwerke, betont in dem Fernsehbeitrag des Regionalsenders HT1 (*der Beitrag ist auf [www.fleischundco.at](http://www.fleischundco.at) zu sehen*) den Erfolg des Konzepts: „Die beeindruckenden Steigerungsraten in einem stabilen Markt zeigen, dass das System funktioniert. Wir freuen uns, Teil dieses Erfolgs zu sein.“

Kröswang steht für österreichische Herkunftsgarantie und Qualität. Josef Moosbrugger, Präsident der Landwirtschaftskammer Österreich, lobt das Unternehmen: „Wir sind froh, dass Unternehmen wie Kröswang zeigen, dass eine enge Partnerschaft funktioniert und umsetzbar ist.“ Die Verfügbarkeit von Frischfleisch aus Österreich ist somit zu 100% gewährleistet. „Die Versorgung mit österreichischer Pute und

Hendl ist gesichert“, bestätigt Karl Feichtinger, Geschäftsführer der Wech Geflügel GmbH. „Es geht nicht nur um geringe Mehrkosten, sondern darum, den Konsumenten etwas Besonderes zu bieten.“

## Storytelling und Transparenz

Manfred Kröswang betont die Bedeutung von Storytelling für Gastronomen: „Gastronomen, die Geschichten erzählen, sind erfolgreicher als diejenigen, die anonym Waren verkaufen. Wenn der Gastronom den Namen des Produzenten auf die Speisekarte schreibt, können sich die Gäste ganz einfach über ihr

Handy informieren und wissen, was sie gerade essen.“ Etikettenschwindel ist beim Kröswang-Modell ausgeschlossen. „Die Kontrollsysteme hinsichtlich der Herkunftskennzeichnung sind bei allen unseren Produktionspartnern lückenlos und – was mindestens ebenso wichtig ist – mit den meisten verbindet uns eine jahrzehntelange Partnerschaft bzw. Freundschaft“, so

Manfred Kröswang. „Es sind oft Familienbetriebe, die wir auch immer wieder besuchen und unsere Prozesse eng abstimmen.“

Die Zeit ist reif für Fleisch aus Österreich. Mit ihrer Regionalitätsoffensive setzt die Kröswang GmbH neue Maßstäbe in der Frischfleischversorgung und unterstützt Gastronomen dabei, ihren Gästen höchste Qualität und Transparenz zu bieten. ■



## POLYCLIP



## GÜNTHER



## EKOMEX



## WEBOMATIC



## TECH FORUM®

Service • Beratung • Leidenschaft

- Clipmaschinen
- Vakuumverpackungsmaschinen
- Injektoren
- Tumbler / Massieranlagen
- Fleischwölfe und Separatoren
- Räucher- und Kochanlagen
- Trocknungs- / Reifeanlagen
- 2D & 3D Pressen



Stolzer Partner von:





Seit über vier Jahrzehnten „Eis-Mann“: Toni Harrer serviert mit seiner Frau Sandra die Neuheiten 2024.

## STEINER UND HARRER: EIS UND FLEISCH IM DOPPELPAK

Dass Sandra und Toni Harrer zu Saisonbeginn ihre Eis-Neuheiten vorstellen, hat Tradition. Heuer servierte man dazu aber auch Grillspieße –, denn es gibt eine neue Genusspartnerschaft.

Den Aperitif übernahm neben der Eisfamilie Harrer („sieben Mitglieder sind derzeit im Unternehmen“) nämlich auch Fleischer Martin Steiner mit seinen Köstlichkeiten. „Als Genussbetriebe aus Sollenau haben wir nach Gemeinsamkeiten gesucht“, erzählt dazu Sandra Harrer, die den Eissalon im südlichen Niederösterreich leitet. Fleisch und Eiscreme? Am Ende traf man sich beim Thema Grillen, denn da sind große Mengen und Bequemlichkeit für den Konsumenten gefragt. Vier Pakete versorgen nun kleine (zwei bis vier Personen) und große (sechs bis acht Personen) Sommer-Runden. Während beim Eis Menge und Sorten variieren, packt die Fleischerei Steiner – heuer 60 Jahre aktiv! – unterschiedliche Fleischsorten in die Kühlbox. Koteletts und Würstel sowie Salat und Saucen bilden das kleine „Sorglos-Paket“, während im großen Huhn mit Semmel bzw. Brokkoli-Fülle wartet.

### Regionale Kooperation

Der Clou bei allen Boxen ist, dass der jeweils andere Regionalpartner einen 5-Euro-Gutschein dazu packt. So macht das Eis Gusto auf Fleisch und umgekehrt. An Sorten mangelt es jedenfalls nicht, das zeigte die Harrer-Präsentation für die Wiederverkäufer. 1984 hat Anton „Toni“ Harrer – damals noch in Wiener Neustadt – mit dem Eisverkauf begonnen. Nach Jahren, in denen selbst in China Eisdielen betrieben wurden, konzentriert man sich heute auf die Produktion für LEH und Gastro, den Salon in Sollenau und den Betrieb dreier Catering-Fahrräder. Acht neue Sorten stehen 2024 zur Verfügung, darunter ein Wunsch von Harrer sen., der heute als Berater fungiert: „Mango Lassi“. Allesamt basieren sie auf Eismassen mit Milch aus der Steiermark oder Kärnten.

Die wohl spannendste Kreation neben „Pistazienknusper“, „Kokos-Mango-Flip“ oder Preiselpeper“ stellt wohl der „Super Booster“ dar. Die Kom-

bination von Kurkuma und Ingwer mit Eis bringt den „Superfood“-Trend in die Geschäfte – und punktet mit herb-scharfem Nachklang. 80 Verkaufspartner zählt man bei Harrer, „zehn neue kommen jährlich dazu“. Vom Franchise, so Harrer, habe man sich auch verabschiedet, weil man mit Qualität wachsen wollte. Entsprechend wählerisch sei man auch bei neuen Kunden: „Wir können es uns zum Glück aussuchen“, so Toni Harrer. Kühlkette, Präsentation, ja, „die Wertschätzung für unser Eis“ müsse auch in der Gastro passen.

Die Auslastung abseits der Spitzen im Juli und August sei aber auch wirtschaftlich wichtig. Die Eis-Mengen für den Wiederverkauf ermöglichen es, die 30 Mitarbeiter des „eisigen“ Familienunternehmens ganzjährig zu beschäftigen. Soeben wurde von Sohn Toni Harrer, einem der Geschäftsführer, das Lager- und Bestellwesen neu digitalisiert, um die Kunden noch „cooler“ beliefern zu können.

Roland Graf ■



### Raimund Plautz



Bundesinnungsmeister der Fleischer & Fleischermeister

Das AMA-Fleischforum Anfang Juni war wieder eine interessante Veranstaltung –, wenn auch ernüchternd. Der Branche geht es nicht gut, es gibt entlang der gesamten Wertschöpfungskette enorme Schwierigkeiten. Doch es ist ein Umbruch zu sehen: Fleischalternativen bekommen eine immer größere Bedeutung und in den nächsten Jahren wird sich der Fleischkonsum wohl etwas reduzieren. Hier ist deutlich ein Wandel von Quantität zu Qualität zu sehen. Das Schlagwort „Tierwohl“ wird uns die nächsten Jahrzehnte wohl begleiten. Hier gilt es für die gesamte Branche, das Vertrauen der Konsumenten zumindest zu erhalten.

### Der Kunde von morgen

Ich denke, dass unsere Fleischfachgeschäfte von diesen Trends durchaus profitieren können. Denn gerade bei Qualität, Regionalität und nachvollziehbarem Tierwohl können wir massiv punkten. So wird uns auch die geplante Tierwohl-Kennzeichnung in die Karten spielen, denn damit können wir die Verantwortung über den Fleischeinkauf ein großes Stück an die Konsumenten weitergeben. Mit der Tierwohl-Kennzeichnung bekommt der Konsument im Endeffekt die Verantwortung dafür, wie in Zukunft die Tiere gehalten werden. Wenn immer zum billigsten Discounterfleisch gegriffen wird, bei dem jeder weiß, wie die Haltungsbedingungen sind, dann wird wohl niemand die höchste Qualität produzieren. Der Markt regelt das! Die letzten Jahre nach Corona haben uns gezeigt: „Bei Geld hört die Freundschaft bzw. die Moral auf“ –, doch als Optimist bin ich guter Dinge, dass der Kunde von morgen vielleicht doch seine Verantwortung übernehmen wird.

Schreiben Sie uns Ihre Meinung an: [office@fleischundco.at](mailto:office@fleischundco.at)



## NÖ VIEHHANDEL: ALEXANDER GASCHINGER FOLGT RUDI MENZL NACH

Gaschinger, und präzisiert: „Es drohen weitere gesetzliche Regulierungen, die es zu verhindern gilt.“ Der 49-Jährige führt als Fleischermeister den Familienbetrieb in der Gemeinde Hafnerbach (Bezirk St. Pölten). Er beschäftigt in seinem Unternehmen insgesamt vier Mitarbeiter und ist vor allem auf die Fleischzerlegung und -verarbeitung spezialisiert. Die erzeugten Fleisch- und Wurstspezialitäten werden im Verkaufsraum seiner Fleischerei sowie mittels Zustellung an Gastronomie und Heurigen über die Bezirksgrenzen hinaus vertrieben.

Generationenwechsel im NÖ Vieh- und Fleischhandel. Nach langjähriger Obmannschaft übergibt Rudi Menzl die Obmannschaft in jüngere Hände. Nachfolger Alexander Gaschinger, Fleischermeister aus Hafnerbach, will vor allem weitere gesetzliche Regulierungen verhindern.

„Als Branchensprecher für den NÖ Viehhandel werde ich mich auf Landes- und Bundesebene für die Anliegen unserer Mitgliedsbetriebe einbringen und dabei auf das starke Fundament meines Amtsvorgängers Rudi Menzl aufbauen“, erklärt der neue Obmann, Alexander

Der Berufszweig Vieh- und Fleischhandel ist seit 2010 Teil des Landesgremiums des Agrarhandels, der seit Herbst 2023 von Obmann Wilfried Weiwurm angeführt wird. Alexander Gaschinger ist hier auch als Obmann-Stellvertreter tätig. Insgesamt vertritt das Landesgremium über 900 Mitgliedsbetriebe, Vieh- und Fleischgroßhandelsbetriebe gibt es rund 200 in Niederösterreich. ■

## LAND SCHAFFT LEBEN BEFRAGTE MEHR ALS 5.000 SCHÜLER

### NEUE UMFRAGE: NUR EIN PROZENT DER SCHÜLER ISST VEGAN

Der Verein „Land schafft Leben“ hat im Mai mehr als 5.000 österreichische Schüler zu einer anonymisierten Umfrage über ihre Ernährungsgewohnheiten gebeten. Das Ziel war, die Bedürfnisse der Schüler besser erfassen zu können, um künftig an den Schulen mit dem richtigen Ernährungs- und Wissensangebot versorgen zu können.

Vor allem eine Frage bzw. die Antworten darauf sind auch für die Fleischbranche sehr relevant. Auf die Frage „Was isst du?“ gaben 68 % der befragten Schüler

an, dass sie „alles“ essen. An zweiter Stelle sagten 15 % der Jugendlichen, „alles, tierische Produkte aber selten“, also flexitarisch zu essen. Vegetarische Ernährung liegt mit 9 % auf Platz drei. Zwei Prozent essen alles, auch Fisch, aber kein Fleisch, also pescetarisch. Etwas mehr als 1 % gab an, sich vegan zu ernähren. Die restlichen 5 % wollten keine Auskunft über ihre Ernährungsgewohnheiten machen.

Die gesamte Umfrage können Sie auf [www.fleischundco.at](http://www.fleischundco.at) lesen und herunterladen. ■

# LASKA

Johann Laska u. Söhne

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

## Jetzt wird's heiß! Jünger Wurstwärmer bei LASKA.



einteilig, 600 W/230 V

LASKA, der Partner für innovative Fleisch- und Lebensmittelverarbeiter.

Jünger Wurstwärmer - robust, praktisch und ideal zum Erwärmen und Warmhalten von Würstchen **ohne Aufplatzen.**



zweiteilig, 2 x 600 W/230 V



Ende September findet die SÜFFA in Stuttgart statt. Sie ist DER Branchentreff für das Fleischerhandwerk und die mittelständische Industrie. Eines der Highlights sind auch in diesem Jahr wieder die internationalen SÜFFA-Wettbewerbe. Heuer neu ist der 1. SÜFFA Team Cup der als „Siebenkampf des Fleischerhandwerks“ nicht nur handwerkliches Können, sondern auch Spaß verspricht.

## SÜFFA 2024: RAN AN DEN SPECK

in mit Spannung erwartetes Highlight jeder SÜFFA sind die auf der Messe ausgetragenen Qualitätswettbewerbe. Längst gelten die begehrten Preise als Gütesiegel und werden in vielen Betrieben gezielt in der Kundenkommunikation eingesetzt. In ihrer 27. Ausgabe hält die beliebte Fachmesse für die Fleischbranche (28. bis 30. September 2024) nun einen zusätzlichen Leckerbissen bereit: Der 1. SÜFFA Team Cup verspricht einen „Siebenkampf des Fleischerhandwerks“ – mit hohem Spaßfaktor für Zuschauende und Teilnehmende.

### Sieben Disziplinen, ein Punktesieg

Auf der Bühne für Trends und Neues (Oskar Lapp Halle, Halle 6) wird der Wettstreit gleich zweimal – am Sonntag, 29. September, und am Montag, 30. September, publikumswirksam ausgetragen. „Wir sehen den Team Cup als frische Ergänzung zu den etablierten Wettbewerben, die selbstverständlich auch diesmal wie gewohnt stattfinden“, erklärt Projektleiterin Sophie Stähle von der Messe Stuttgart. Mit dem neuen Format wolle man „den Community-Gedanken stärker ins Blickfeld rücken. Das Ganze soll in erster Linie Spaß machen. Daneben fördert die gemeinsam bewältigte Herausforderung das Teambuilding und steigert im Idealfall die Effizienz in den Betrieben.“ Nicht zuletzt schaffe der Cup durch seinen Eventcharakter „eine besondere Motivation für den Messebesuch, etwa, wenn Auszubildende aus dem eigenen Betrieb teilnehmen“, so Stähle.

Beim Team-Cup-Premiumpartner, der Stuttgarter Maschinenfabrik Seydelmann, hat man in erster Linie die fachlichen Aspekte im Blick: „Zukunftsorientierung und Innovation

sind Teil unserer Unternehmens-DNA“, sagt Martin Krippel-Stojic, Leiter Marketing, Kommunikation, PR. „Daher ist es für uns eine Selbstverständlichkeit, die Förderung der Kreativität, Zielstrebigkeit, Leidenschaft und beruflichen Erfüllung zu unterstützen. Nur gut ausgebildete und motivierte Fachkräfte können die Branche voranbringen. Und nur wer sein Handwerk beherrscht, kann auf einer soliden Basis aufbauen, erfolgreich und innovativ sein.“ Weitere Partner des Team Cup sind die Firmen Amjadi, Bizerba, Dick, Hagesüd, Handtmann und Thekenplan. Aufmerksamkeit über die Messe hinaus ist garantiert: In den sozialen Medien, in der Presse und auf der SÜFFA-Webseite wird das Spektakel in Wort, Bild und Ton begleitet.

### Können, Geschwindigkeit – und ein Händchen fürs Gewicht

Beim SÜFFA Team Cup kämpfen zwei bis drei Personen starke Teams in sieben Einzelkategorien – getrennt in die Bereiche „Aus der Wurstküche“ (vormittags) und „Aus dem Verkauf“ (nachmittags) – um den Sieg nach Punkten. Je nach Kategorie treten zwei oder alle angemeldeten Teams gegeneinander an. Den Teilnehmenden wird einiges abverlangt: vom Ausbeinen, Wolfen oder Kuttern auf Zeit über das genaue Anrichten einer vorgegebenen Canapé-Platte bis hin zum „blinden“ Gewürz- und Soßen-Erraten oder der Herstellung möglichst gleich schwerer Leberkäse-Brötchen innerhalb weniger Minuten. Dem Gewinner-Team des Tages winkt nach Veranstaltungsende ein exklusiver Pokal. Alle Teilnehmer erhalten eine Medaille und eine Urkunde – dabei sein ist bekanntlich alles. Die Teilnahme ist kostenfrei.

### Die Besten der Besten: internationale SÜFFA-Wettbewerbe

Seit jeher setzt die SÜFFA auf Neues und Bewährtes – das gilt auch für das Rahmenprogramm. Dort nehmen die erstmals 1984 ausgetragenen internationalen SÜFFA-Wettbewerbe einen festen Platz ein. Im Fokus der vom Landesinnungsverband für das Fleischerhandwerk in Baden-Württemberg und der Messe Stuttgart organisierten Konkurrenz steht traditionell allein die Qualität der eingereichten Produkte. „Gesucht werden die Besten ihres Fachs“, sagt Landesinnungsmeister Joachim „Joggi“ Lederer. „Da der Wettkampf die hohe Professionalität der Branche sowohl nach innen als auch nach außen demonstriert, stärkt er Berufsbild und Selbstbewusstsein von Metzgerinnen und Metzgern. Gerade bei vielen jungen Kolleginnen und Kollegen ist derzeit eine neue Leidenschaft und Innovationsfreude zu beobachten, die uns als Verband Hoffnung für die Zukunft macht. Ich bin zuversichtlich, dass wir auch in diesem Jahr beachtliche Leistungen aus allen Bereichen sehen werden und es wieder gelingen wird, Menschen für unser schönes Handwerk zu begeistern.“

Es finden insgesamt elf Einzelausscheidungen statt, darunter der „8. SÜFFA Wettbewerb Schwäbische Maultasche“, der „15. Stuttgarter Schinkenwurst-Wettbewerb“, der „3. Internationale Wild-Rohschinken-Wettbewerb“ und natürlich der im Rahmen der Nachwuchsförderung so wichtige 25. Berufsschulwettbewerb. Informationen, Programm und Teilnahme-Bedingungen zu den Wettbewerben und zum 1. SÜFFA Team Cup unter: [www.sueffa.de/wettbewerbe](http://www.sueffa.de/wettbewerbe) bzw. unter [www.sueffa.de/teamcup](http://www.sueffa.de/teamcup) ■




# Mercedes-Benz VanSolution. Sofort verfügbares Kühlfahrzeug.

## Sprinter 315 CDI Kerstner Kühlfahrzeug, standard

110 kW (150 PS), Farbe arktikweiß, Rückfahrkamera, MBUX 7 Zoll, halbautomatisch geregelte Klimaanlage TEMPOMATIC, Schwingsitz, elektr. Schließhilfe Schiebetür rechts, Kerstner Frischdienstausbau mit ATP-Zertifikat, Laderaumboden mit Aluminiumriffelblech, 2 Wasserabläufe mit Abdeckung in Bodenwanne, Airline-Schienen links & rechts, 2 Sperrstangen horizontal, Temperaturschreiber inkl. Drucker Transcan, stationäre Standkühlung

**statt € 70.500,-**

inkl. NoVA, exkl. MwSt.<sup>1</sup>

**jetzt € 64.765,-**

inkl. NoVA, exkl. MwSt.<sup>1</sup>

Kraftstoffverbrauch gesamt kombiniert (WLTP)<sup>2</sup>: 10,8 l/100 km, CO<sub>2</sub>-Emissionen gesamt kombiniert: 283 g/km.

<sup>1</sup> Unverb. Verkaufspreis inkl. NoVA, exkl. MwSt., inkl. gültige Lageraktionen. Angebot gültig solange der Vorrat reicht bzw. bis Widerruf.

<sup>2</sup> Angegebene Werte wurden nach vorgeschriebenen Messverfahren ermittelt. Es handelt sich um die „WLTP-CO<sub>2</sub>-Werte“ i.S.v. Art. 2 Nr. 3 Durchführungsverordnung (EU) 2017/1152. Die Angaben beziehen sich nicht auf ein einzelnes Fzg. u. sind nicht Bestandteil des Angebots, sondern dienen allein Vergleichszwecken zwischen verschiedenen Typen. Werte variieren in Abhängigkeit der gewählten Sonderausstattungen. Tippfehler vorbehalten. Abbildung ist Symbolfoto.

Mercedes-Benz





Der Wettbewerb der oberösterreichischen Fleischerlehrlinge fand in bewährter Weise in der Berufsschule 10 in Linz statt. Den Sieg unter der enttäuschenden Zahl von nur acht Teilnehmern sicherte sich Michael Bloderer. Bemerkenswert: Diesmal war das weibliche Geschlecht nicht vertreten.

## EINE REINE MÄNNER-PARTIE

lediglich acht junge Herren wetzten in der Berufsschule 10 in Linz beim Landeslehrlingswettbewerb die Messer. Ein Minusrekord, der auch dem neuen Innungsmeister der Fleischer Rudolf Wegschaider keine wirkliche Freude bereitete: „Das ist ausgesprochen enttäuschend. Darüber müssen wir noch reden.“

### Verändertes Berufsbild

Die acht Teilnehmer hatten beim Landeslehrlingswettbewerb, teilweise unter großem Zeitdruck, eine ganze Reihe von Aufgaben zu bewältigen. So mussten sie unter anderem ein Knöpfel vom Rind grob und fein zerlegen, eine Schweinsschulter in neun Minuten verkaufsfertig ausbeinen, Sülze und Frankfurter

herstellen, küchenfertige Erzeugnisse und eine Aufschnitt-, Schinken-, Speck- oder Bratenplatte herstellen sowie entsprechend dekorativ präsentieren. Schnelles, exaktes und sauberes Arbeiten waren gefragt.

### Stolzer Landesinnungsmeister

„Ich bin ausgesprochen stolz auf unsere acht Lehrlinge. Sie haben großartige Arbeit geleistet und ihr Können mehr als unter Beweis gestellt. Diese jungen Menschen sind unsere Fachkräfte oder gar Firmeninhaber von morgen und sorgen dafür, dass wir auch in Zukunft in Oberösterreich ehrliche, handwerklich produzierte, regionale Fleischspezialitäten genießen können“, erklärte Oberösterreichs Ex-Landesinnungsmeister Willibald Mandl, der in seiner

letzten Festansprache auf die Veränderungen hinwies, die der Lehrberuf des Fleischer in den letzten Jahren und Jahrzehnten durchgemacht hat: „Heute müssen Fachgeschäfte Menüs zubereiten, Fleisch veredeln, Grillspezialitäten anbieten. Das war in meiner Lehrzeit noch gänzlich anders“, erklärte Mandl.

### Ein attraktiver Job

Für Willibald Mandl ist die Ausbildung zum Fleischer für junge Menschen aus vielerlei Gründen eine exzellente Wahl: „Nach Abschluss der Lehre ist der Verdienst gut, es werden fast ausschließlich Löhne über dem Kollektivvertrag gezahlt und es handelt sich um eine krisensichere Arbeit. Noch dazu setzen die Konsumenten beim Einkauf von



Zum Abschied Blumen und Würdigungen für den scheidenden Bundesinnungsmeister und seine Gattin (v.l.): Landesinnungsmeister Reinhard Honeder (Bäcker), Sonja und Willibald Mandl, Bundesinnungsmeister Leo Jindrak und Spartengeschäftsführer Heinrich Mayr.

Das Siegerbild (v. l.): Landesinnungsmeisterstellvertreter Rudolf Wegschaider, Martin Voglsperger (2.), Michael Bloderer (1.), Martin Höller (3.), Berufsschuldirektorin Hildegard Hunger und Bundesinnungsmeister a. D. Willibald Mandl.



Fleisch immer mehr auf Qualität und fachmännische Beratung.“

Und um die Attraktivität des Lehrberufes noch zu steigern, sind Lehrlingswettbewerbe enorm wichtig, meint der Fleischermeister: „Bei einem Wettbewerb kann man sich messen, sehen, wo man steht und steht in einer gesunden Konkurrenz zu seinen Mitstreitern. Das spornt junge Menschen an.“

### Die Teilnehmer

Folgende acht junge Männer nahmen heuer am Wettbewerb in Linz teil: **Michael Bloderer** (Lehrbetrieb Schlachthof Artmayr GesmbH), **Michael Dopler** (Lehrbetrieb Ozlberger GmbH), **Jürgen Koll** (Lehrbetrieb Hochreiter GmbH), **Tobias Neumüller**

(Lehrbetrieb Martin Dunzendorfer), **Laszlo Cseke** (Lehrbetrieb Spar-Österreich-TANN Marchtrenk), **Martin Höller** (Lehrbetrieb Kinast GmbH), **Martin Voglsperger** (Lehrbetrieb Rosenhammer GmbH) und **Marco de Netto** (Lehrbetrieb Bernhard Schröcker).

### Jury und Ergebnis

Als Juroren fungierten die Fleischermeister Manuel Jungmaier, Rudolf Wegschaider, Johann Höglinger und Josef Derntl.

Am Ende siegte **Michael Bloderer**. Er verwies **Martin Voglsperger** und **Martin Höller** knapp auf die Plätze.

Und ohne Unterstützung geht so eine Veranstaltung natürlich nicht: Dank gebührt auch den Lehrlingen des zweiten Lehrgangs

und den beiden Berufsschullehrern Gerald Moser und Ulrike Schmittner, die gemeinsam für den reibungslosen Ablauf der Prüfung sorgten. Das Fleisch für den Wettbewerb wurde von den Firmen Neugschwandtner (Rind) und Amstler (Schwein) zur Verfügung gestellt.

Den krönenden Abschluss bildete ein Dankeschön von Bundesinnungsmeister Leo Jindrak an seinen Vorgänger Willibald Mandl und dessen Gattin Sonja: „Willibald, du hast einen tollen Job als Bundesinnungsmeister der Lebensmittelgewerbe gemacht! Sonja, du hast ihm immer den Rücken freigehalten. Dafür gebührt Euch der Dank von uns allen und allen Mitgliedern.“

HaRo ■

## Fleisch & Co unterstützt den Fleischer-Nachwuchs

Als Fachmagazin stellt Fleisch & Co eine wichtige Informationsquelle für die gesamte Fleisch- und Lebensmittelbranche dar. Als kleine Starthilfe für eine erfolgreiche Karriere fördern wir die Jung-Gesellen mit einem **kostenlosen Jahres-ABO** von Fleisch & Co.

**So kommen Sie zum ABO:** Einfach eine Kopie des Diploms mit Namen und Lieferadresse an **office@fleischundco.at** senden.



# 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**

**Text:** Marko Locatin  
**Fotos:** RKP digital kreativ

Am 1. Juni eröffnete die steirische Qualitäts-Fleischerei Zotter an der Bräunerstraße 2 ihre erste Zweigstelle in Wien. Vor Ort gibt es „bestes Frischfleisch“, aber auch Beef Tatar, Roastbeef und sogar Champagner.



Das Wiener Zotter-Trio:  
Christoph Zotter,  
Richard Stoklassa und  
Nina Zotter (v. l. n. r.)

# NEUERÖFFNUNG: „ZOTTER AM GRABEN“

Es ist kein Geheimnis: Viele Fleischereibetriebe mussten in den vergangenen Jahren sperren. Die Gründe sind vielschichtig: akuter Mitarbeitermangel, anstehender Generationswechsel, überbordende Bürokratie und oft schwer zu erfüllende Auflagen. Schließlich gilt es, den Veränderungen der Essgewohnheiten im wahrsten Sinne Rechnung zu tragen. Verändern freilich muss sich auch die Branche selbst. Oft scheint ein klares Konzept zu fehlen. Ein Weg kann ein direkterer und ein persönlicherer Kontakt zum Kunden sein. Das kann ein Supermarkt niemals bieten. „Sichtbarkeit und Transparenz“ sind zwei Schlüsselfaktoren zum Erfolg, findet Christoph Zotter, der dieser Tag ein Geschäft in der Innenstadt eröffnete.

## Zotter's Traum

„Mein Traum: Ich wollt' ja schon immer ein eigenes G'schäft in Wien“, erzählt Christoph Zotter. Zotter leitet den steirischen Fleischereibetrieb mit seinen rund 25 Mitarbeitern an zwei Standorten bereits in vierter Generation. Abnehmer seien zwar in erster Linie die Spitzengastronomie und entsprechende hochkarätige Hotelleriebetriebe, jedoch „möchte ich, dass sich auch Endkunden in Wien von unserer Fleischqualität überzeugen können.“ Nun wurde hierfür ein kleiner, freilich feiner Standort im Herzen von Wien gefunden. Richard Stoklassa, der bislang prominente Stationen wie Sofitel, Sattlerei, Juan Amadors Steakableger Kitch, Aend und zuletzt Beef & Glory bespielte, ist der Mann vor Ort.

## Schlankes Konzept

Stoklassa wird den gerade einmal 15 Quadratmeter messenden Standort im denkmalgeschützten Ensemble der Bräunerstraße 2 tatsächlich eine echte Herausforderung, alleine bespielen. Zusätzlich zur Kundenberatung hat er sich eine standesgemäße, der Örtlichkeit angemessene Karte einfallen lassen. Beef Tatar gibt's in dreierlei Varianten – klassisch, asiatisch sowie spicy. Natürlich in österreichischer Bio-Qualität, respektive der von Zotter exklusiv produzierten und vertriebenen Premium Selektion. Letztere kann als smarterer Zug der Steirer gesehen werden. Es ist eine – wie Zotter betont – unabhängig kontrollierte Premium Selektion in Kalb (Rasse: heimisches Fleckvieh und

Limousin) und Rind (Rasse: heimisches Fleckvieh und Pinzgauer).

### Transparenz und Herkunft

Apropos Herkunft: „Auf unseren Homepage kann man klar einsehen, aus welchen Regionen unsere Bauern und Tiere stammen. Man sieht auch, wenn man auf das Fleisch klickt, die Rassen, die verwendet werden. Man sieht die Herkunft natürlich auf den Schlachtetiketten, doch ich muss mich hier natürlich auch an die Datenschutzverordnungen halten“, sagt Zotter.



### Kunde darf nicht getäuscht werden

Wie er es mit der Kennzeichnung hält: „Ich bin für die Kennzeichnung. Ist ja kein Problem. Hab' mein Fleisch aus dem Inland vom jeweiligen Anbieter, oder nicht? Entweder ich kaufe AT, in Österreich, oder ich kaufe in der EU ein. Aber der Endkonsument soll nicht getäuscht werden. Ein Problem ist, dass wir unsere eigene Wertschöpfung un-

tergraben, wenn wir diese Kennzeichnung nicht ausweisen. Dann kostet eben das holländische Kalbsschnitzel weniger als das österreichische.“

### Wagyu & Champagner

Aber zurück in die Bräunerstraße. Der edlen Örtlichkeit geschuldet ist die Luxusversion vom Beef Tatar: Japanisches Wagyu (findet Stoklasser besser als österreichisches) mit Kaviar übrigens, steht auch auf der Karte.

Als passende Begleitung wird Champagner aus Friso Schoppers Champagnerbar „Dosage“ gereicht. Weine liefern unter anderem die Naturweinspezialisten von Weinskandal. Die klassische Ware kommt von Kracher Fine Wine. Fazit: eine Neueröffnung mit reichlich Charme und einem klaren Konzept.

„Zotter am Graben“, Bräunerstraße 2,  
1010 Wien, Öffnungszeiten:

Di.–Fr. : 12–22 Uhr, Sa.: 12 Uhr–Open End ■



Am 1. Juni wurde die Eröffnung feudal gefeiert.



# FLEMA

flexibler  
alleskönner



Messerschleifmaschine EVO-4 von ZAHND

Exklusiv erhältlich bei:

FLEMA Fleischereimaschinen GmbH

Holzriedstraße 29 · 6960 Wolfurt · Austria · T +43 (0) 5574-82270-0  
office@flema.at · [www.flema.at](http://www.flema.at)



Die Zerlegung der Toriyama Cattle Farm Toriyama, Heimat der berühmten Umami Wagyus.

Ronny Paulusch, Fleischexperte und Diplom Fleischsommelier, ist nach Japan gereist, um die Geheimnisse des Wagyu-Rindfleisches zu ergründen. Seine Erkenntnisse über Zuchtmethoden, kulinarische Traditionen und die kulturelle Bedeutung von Wagyu verrät er in einem spannenden Reisebericht.

## ERLEBNISREISE DURCH DAS LAND DES WAGYU: EIN FLEISCHEXPERTE AUF ENTDECKUNGSREISE IN JAPAN

**Text und Fotos:** Ronny Paulusch

Ronny Paulusch ist ein anerkannter Experte auf dem Gebiet der Fleischreifung und geschätzter Dozent an renommierten Bildungseinrichtungen in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Nach seiner Weiterbildung zum Diplom Fleischsommelier am Gastrozentrum des WIFI Graz im Jahr 2016 und seiner Auszeichnung mit dem FH Award 2022 für seine Kurse zum Cortador, hat er sich auf die Erforschung und Vermittlung von Wissen rund um Iberico und Wagyu spezialisiert. Getrieben von der wachsenden Nachfrage seiner Kunden und Schüler nach Wagyu, reiste er im Mai nach Japan, um sich vor Ort ein Bild von der Zucht und Verarbeitung dieses außergewöhnlichen Rindfleisches zu machen.

Für Fleisch & Co hat er seine Erlebnisse und Erkenntnisse in einem wirklich spannenden Reisebericht zusammengefasst.

### Tag 1: Tokyo Meat Market und erste Eindrücke

Mein Abenteuer begann mit einem Besuch des Tokyo Meat Market & Slaughterhouse, das sich im edlen Stadtviertel rund um die Bucht von Tokio befindet. Hier konnte ich die Schlachtung und Grobzerlegung von täglich rund 600 Wagyu-Rindern und 1.300 Schweinen miterleben. Diese Erfahrung gewährte mir einen tiefen Einblick in

den Prozess, der zur außergewöhnlichen Qualität des Wagyu-Rindfleisches beiträgt. Besonders faszinierend war die Live-Auktion der Karkassen, bei der die Fleischstücke bewertet und versteigert werden.

Danach konnte ich das firmeneigene Seminarzentrum besuchen, das wie ein Museum aufgebaut ist und regelmäßig von Schulklassen besucht wird. Hier lernte ich nicht nur über die Fleischverarbeitung, sondern auch über die kulturelle Bedeutung und den Respekt für die geschlachteten Tiere. Auf dem Gelände entdeckte ich eine Gedenktafel für die Seelen der Tiere, die einmal jährlich in einer Zeremonie geehrt werden. Diese Zeremonie zeigt den tiefen Respekt der Japaner vor den Tieren und ihrer Lebensweise.

Zum Mittagessen genoss ich frisches Sushi, bevor ich weiter zum Headoffice der Japanese Meat Grading Association (JMGA) ging. Diese Organisation führt an 127 Schlachtbetrieben in ganz Japan das Grading (Klassifizierung) von Fleisch durch. Spannend: Die Ausbildung eines Meat-Graders dauert bis zu drei Jahre und umfasst nicht

nur die Fleischklassifizierung, sondern auch die Fettklassifizierung, was besonders für die Bewertung von Wagyu von Bedeutung ist. Die Präzision und das Fachwissen der Meat-Grader beeindruckten mich sehr.

Am Abend erkundete ich einen Supermarkt in der Nähe der Tokyo Central Station, der mit absoluter Transparenz bei der Fleischauswahl beeindruckte. Jedes einzelne Stück war mit einer Nummer versehen, die

es dem Kunden ermöglichte, über eine App detaillierte Informationen über das Fleisch zu erhalten – von der Herkunft über Geschlecht und Alter des Tieres bis hin zum Schlachtdatum. Diese innovative Art der Kennzeichnung unterstreicht die Bedeutung von Qualität und Rückverfolgbarkeit in der japanischen Lebensmittelindustrie.

Anschließend genoss ich ein unvergessliches Abendessen im

Satou Steak House, das vielen aus dem Film „Steak (R)evolution“ bekannt ist. Die Vorspeise bestand aus einer interessanten Kombination von Seegurke auf Karottenmousse, die die Vielfalt und Kreativität der japanischen Küche widerspiegelte. Das Highlight



Diese goldene „Trophy“ bekommen in Japan nur autorisierte Kobe-Metzger.

des Abends waren jedoch die verschiedenen Wagyu-Gerichte, die zur Auswahl standen. Begleitet von einer Vielzahl von Beilagen erlebte ich einen kulinarischen Höhepunkt mit bestem Matsusaka Wagyu, der die Perfektion japanischer Teppanyakikunst und Fleischqualität widerspiegelt.

### Tag 2: Ishigaki Island und Wagyu auf der Weide

Nach einem dreistündigen Flug von Tokio erreichte ich die idyllische Insel Ishigaki, die für ihre landschaftliche Pracht und traditionelle Rinderzucht bekannt ist. Ich erlebte einen faszinierenden Tag, beginnend mit einem Besuch bei Ishigaki Island Beef. Die Tiere werden hier sowohl auf der Weide als auch im Offenstall gehalten, was zu einer besonders artgerechten Aufzucht führt. Die Farm erstreckt sich über 18 Hektar Weideland in unmittelbarer Ozeannähe, wo die Rinder in einem Rotationsprinzip grasen und hochwertiges Futter erhalten. Diese Umgebung prägt maßgeblich die Qualität des Wagyu-Rindfleisches.

Während meines Besuchs lernte ich mehr über die Zuchtmethoden auf Ishigaki Island, die stark auf das Wohlbefinden der Tiere und die Qualität des Fleisches ausgerichtet sind. Die harmonische Integration von Landwirtschaft und Natur verdeutlichte die enge Verbindung zwischen Rinderzucht und Inselumgebung. Der Abend war geprägt von einem unvergesslichen Yakiniku Dinner. Wir genossen eine Vielzahl von exquisiten Wagyu-Spezialitäten, darunter marinierte Brisketstücke, Leber, Denver Cut, Zunge mit Zitrone, Kalbi aus der Rippe und Teres Major Tataki-Style. Jeder Bissen war eine Offenbarung des unvergleichlichen Geschmacks und der Wagyu-typischen Textur.

Während des Dinners wurden nicht nur kulinarische Köstlichkeiten genossen, sondern auch intensive Diskussionen geführt. Ich erhielt wertvolle Einblicke direkt von Experten der Branche. Es war eine Gelegenheit, Wissen aus erster Hand zu sammeln und neue Perspektiven zu gewinnen. Als Krönung des Abends wurde der Grundstein für eine zukünftige jährlich stattfindende Wagyu Masterclass vor Ort an der Wagyu Academy gelegt.

### Tag 3: Kabira Bay & Shinzato Wagyu

Am dritten Tag meiner Reise erkundete ich die atemberaubende Kabira Bay auf Ishigaki Island mit einer faszinierenden Glasboden-Bootsfahrt und lernte viel über die einzigartige Ökologie dieser geschützten Meeresregion und genoss die entspannte Atmosphäre

# Es spielt überhaupt keine Rolle, ob du deutsch oder japanisch sprichst und wir uns auf Englisch verständigen – unsere gemeinsame Sprache ist Fleisch.“

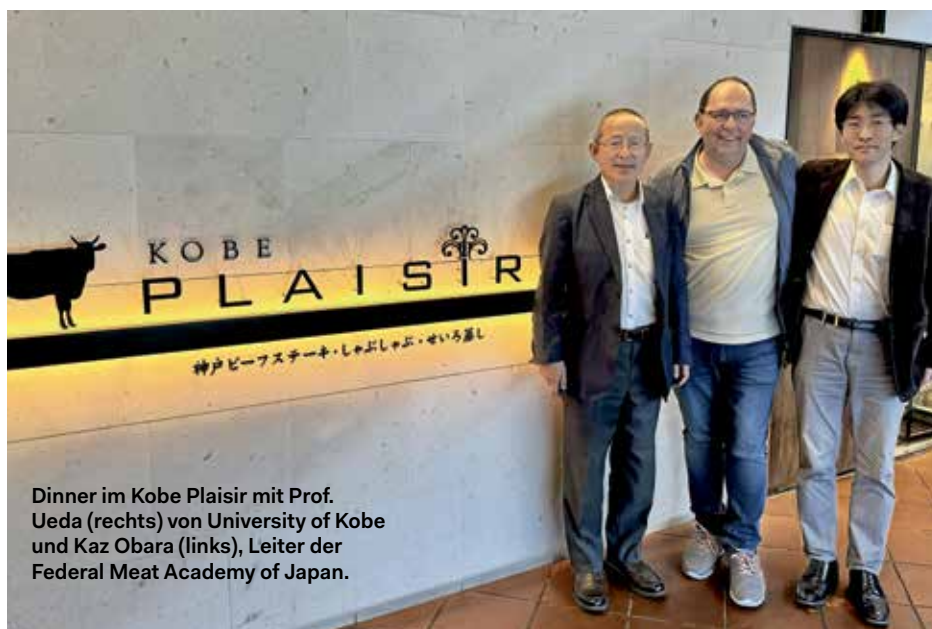
Kaz Obara Leiter der Federal Meat Academy of Japan

re der malerischen Küstenlandschaft. Der anschließende Besuch bei Shinzato Wagyu war eine beeindruckende Erfahrung. Der Betrieb von Tomoya Shinzato und seiner Frau Mariko ist ein Familienbetrieb und verkörpert Farm-to-Fork in Reinkultur, samt eigenem Butchershop in Reichweite zur Farm. Besonders beeindruckend waren die Spezialitäten von Shinzato Wagyu, darunter grasgefütterte Wagyu-Kühe mit einem beeindruckenden BMS (Beef Marbling Score) von 8–10. Die Familie setzt auf konventionelle Stallhaltung und verwendet lokal angebautes Zuckerrohr-Laub als Raufaserfutter für ihre Tiere. Ich erlaubte mir sogar die Frage nach Preisen und Marktnachfrage für Shinzato Wagyu. Die Schlachtkörper erzielen auf Auktionen oft Preise von über 6.000 Yen pro Kilogramm, was das Dreifache des üblichen Preises ist. Ein bemerkenswertes Highlight war der Verkauf

einer 12 Monate alten Kuh zu einem Traumpreis von 11 Millionen Yen (ca. 65.000 Euro), die damit zum aktuellen Spitzenreiter bei den erzielten Preisen avancierte. Der intensive Austausch mit der Familie Shinzato ermöglichte es mir, die Vielschichtigkeit und den Wert von Wagyu auf einer neuen Ebene zu verstehen und zu bewerten. Mit einem Lächeln im Gesicht und vielen neuen Geschichten im Gepäck landete ich am späten Abend wieder sicher in Tokio.

### Tag 4: Toriyama Cattle Farm und Umami Wagyu

Am vierten Tag meiner Reise ging es mit dem Mietwagen von Tokio in die Präfektur Gunma, um die Toriyama Cattle Farm zu besuchen. Heimat des berühmten „Umami Wagyu“. Der Besitzer, Wataru Toriyama, verfolgt hier einen konsequenten Ansatz, bei dem die Tiergesundheit von klein auf an erster Stelle



Dinner im Kobe Plaisir mit Prof. Ueda (rechts) von University of Kobe und Kaz Obara (links), Leiter der Federal Meat Academy of Japan.



Beeindruckend hoher Ausbildungstand: Unterricht in der Federal Meat Academy.



Farmbesichtigung in der Präfektur Shiga: die Kälberstation von Ohmi Beef.



Fleischauslage von Ningyocho Imahan Odakyu Dai-Ichi, einem der ältesten Metzgershops in Tokio, der bereits 1895 eröffnet wurde.



Eine Köstlichkeit: das berühmte Ohmi Beef von Okaki als Shabu Shabu.

steht. Er praktiziert dabei eine konventionelle Haltung und setzt auf eine spezielle Fütterung mit Gras, Reisstroh (teils siliert) und pulverisiertem Miso (fermentierte Sojabohnen). Zusätzlich erhalten die Ochsen Mais und Getreide. Ich hatte die Gelegenheit, jeden Aspekt der Farm zu erkunden, angefangen von der Kälberstation bis zum Ochsenstall. Aktuell werden über 400 Mutterkühe auf der Farm gehalten.

Nach der Besichtigung konnte ich die Qualität des Fleisches direkt beim Yakniku-Lunch erleben. Der Genuss dieser hochwertigen Spezialitäten bestätigte die hervorragende Aufzucht und Fütterung der Tiere. Am Nachmittag durfte ich im laufenden Betrieb sowohl die Zerlegung als auch den Reiferaum anschauen und interessante Gespräche mit den Verantwortlichen über die japanische Herangehensweise führen. Ich war beeindruckt von der Präzision und Sorgfalt, mit der bei Toriyama Wagyu gearbeitet

wird. Jedes Teilstück wird mit höchster Genauigkeit behandelt, da es bei der Verarbeitung um jedes Gramm Fleisch geht. Handwerkskunst und Fachwissen pur!

Besonders interessant dabei waren die Gespräche über das Thema Dry Aging, das auch hier immer mehr an Bedeutung gewinnt. Je nach Ausgangslage des Fleisches wird Dry Aging als Methode zur Verbesserung von Geschmack und Textur immer häufiger angewendet. Zum Abschluss des Tages genoss ich ein exquisites mehrgängiges Sashimi- und Tempura-Dinner in angenehmer Gesellschaft. Anwesend waren der Präsident von Gunma Meat, der Principal der Federal Meat Academy und ihr Local Guide für die Exkursion 2025, Katsumi Niwa.

### Tag 5: Vortrag an der Federal Meat Academy of Japan

An diesem Tag durfte ich einen ganz besonderen Moment erleben, auf den ich fast

fünf Jahre hingearbeitet hatte. Als erster internationaler Dozent überhaupt hielt ich an der Federal Meat Academy of Japan, dem Epizentrum des Wagyu, einen Vortrag. Vor einem ausgewählten Fachpublikum von rund 50 Zuhörern, darunter Schüler, Kursteilnehmer, Züchter, Farmer sowie Vertreter der Presse, des Fernsehens und der Lokalpolitik, referierte ich über Fleischreifung mit Schwerpunkt auf Wagyu einschließlich Kreuzungen und verschiedenen Methoden mit ihren Vor- und Nachteilen. Es war eine große Ehre für mich, vor diesem Publikum sprechen zu dürfen und ich bin wahnsinnig stolz, einen Beitrag zum Reifeprozess dieses besonderen Fleisches in Japan leisten zu können.

Nach dem Vortrag folgte eine Führung durch die Federal Meat Academy, die oft auch als Wagyu-Schule bezeichnet wird. Beeindruckend hier war der hohen Ausbildungsstandard. Die Academy liegt direkt neben dem Schlachthof und dem Meat Mar-

ket und bildet praktisch die komplette Produktionsstrecke ab, wobei jeder Schritt intensiv trainiert wird. Die Schüler haben die Möglichkeit, direkt vor Ort zu übernachten, Verpflegung inklusive. Als Nächstes besuchte ich den Gunma Meat Market, wo ich das Grading und die Auktion der heutigen Schlachtkörper miterlebte. Dabei wurde erneut deutlich, wie wichtig die Ausbildung der Meatgrader ist und wie überfällig eine entsprechende Klassifizierungs-Kommission außerhalb Japans ist.

Mit dem Shinkansen (Bullet-Train) fuhr ich zurück nach Tokio zu einem Pflichtbesuch bei Ningyocho Imahan Odakyu Dai-Ichi, einem der ältesten Metzgershops in Tokio, der bereits 1895 eröffnet wurde. Dieser Shop war einer der ersten, der überhaupt Fleisch in Japan angeboten hat und gehört daher zu den historischen Wahrzeichen der Metzgerkunst in der Stadt. Zum Betrieb gehört auch das 1904 eröffnete erste Restaurant „Imahan“ im alten Zentrum von Tokio. Ich genoss ein besonderes Sukiyaki-Menü mit edlem Kuroge Wagyu (Färse) in traditioneller Atmosphäre.

#### Tag 6: von Himeji nach Kobe

Am sechsten Tag meiner Reise durch Japan erlebte ich eine faszinierende Tour, die mich mit dem Shinkansen von Tokio via Himeji nach Kobe führte. Nach einer Kurzvisite des Himeji Castle, auch bekannt als „Burg der Shoguns“ fuhr ich nach Kobe, wo ich eine Metzgerei besichtigte und an einer Führung über einen der größten traditionellen Betriebe mit 3.400 Tajima-Rindern teilnahm. Der Betrieb praktiziert konventionelle Haltung mit einem Fokus auf Mutterkuhhaltung. Ich wurde herzlich empfangen und erhielt die seltene Gelegenheit, tief hinter die Kulissen zu blicken. Dabei lernte ich die Praktiken der natürlichen Kälberaufzucht und der künstlichen Befruchtung kennen, während ich über

das gesamte Betriebsgelände geführt wurde und alle Fragen beantwortet wurden. Dieser Besuch war für mich persönlich ein Gamechanger und beeinflusste meine Sicht auf Kobe-Beef maßgeblich.

Abends genoss ich ein Kobe Beef-Dinner in einem Restaurant im Herzen von Kobe, begleitet von Professor Ueda von der University of Kobe, einem Experten auf dem Gebiet der Fleischforschung. Wir verbrachten kurzweilige Stunden mit intensiven Gesprächen über den Geschmack und die Geschmacksentwicklung von Kobe-Rind. Es wurde eine Zusammenarbeit im Bereich Reifung vereinbart und für die kommende Exkursion wurde eine Besichtigung des Universitäts-Geschmackslabors und des Kobe-Beef-Museums mit einer Verkostung bei der Kobe Beef Society geplant.

#### Tag 7: Ohmi Beef und Kioto

Am siebten Tag meiner Reise erlebte ich eine faszinierende Fahrt durch die Shiga-Präfektur, wo ich viel über den Reisanbau lernte und überrascht war, wie viele Reisfelder es dort gibt. Zum Mittagessen genoss ich das berühmte Ohmi Beef von Okaki als Shabu Shabu, gefolgt von einer Farmbesichtigung bei Okaki Beef und Ohmi Beef Wagyu. Diese Farmen sind für Kenner definitiv ein Begriff und weit über die Grenzen Japans hinaus bekannt. Sie liegen maleisich am Lake Nishinoko, dem tiefsten See Japans in der Präfektur Shiga.

Okaki Wagyu ist ein Farm-to-Fork-Betrieb mit eigener Metzgerei und angeschlossenen

Restaurant der gehobenen Kategorie. Ich wurde von Firmenchef Takeki Okayama herzlich in der Metzgerei begrüßt und anschließend über die Farm geführt. Dort werden insgesamt 550 Tiere gehalten, meist zu dritt in Boxen mit ausreichend Platz. Die Tiere werden mit Gras, Reisstroh und Sake-Trester gefüttert und die Befruchtung erfolgt hauptsächlich künstlich. Der Tierarzt besucht standardmäßig mehrmals pro Woche, um das Wohlergehen der Tiere zu überprüfen.

Nach der Farmbesichtigung setzte ich meine Reise nach Kioto fort, eine der schönsten Städte Japans und über 1.000 Jahre lang Hauptstadt des Kaiserreichs. Dort besichtigte ich den Golden Pavilion (Kinkaku-ji) und den Ryoan-ji Temple mit seinem berühmten Steingarten. Am Abend genoss ich ein Yakiniiku-Dinner bei Hiro Beef Kyoto mit angeschlossenen Butchershop.

#### Tag 8: Kioto Meat Market und Sightseeing

An diesem Tag bekam ich einen exklusiven Einblick in die Kioto Meat Markets, wo ich während einer ausführlichen Besichtigung inklusive der Schlachtanlage jede Abteilung von der Anlieferung der Tiere bis zur Auktion der Karkassen erkunden durfte. Ich war beeindruckt von der Modernität und Hochtechnisierung dieses Schlachthofs, der zu den fortschrittlichsten zählt, die ich je besucht habe. Der gesamte Prozess vom Bolzenschuss bis zur Reinigung der Karkassen dauerte nur knapp 60 Minuten. 29 Mitarbeiter schlachten bis zu 90 Rinder pro Tag.



**PEBÖCKGROUP**   
Inventing purity.

Ihr Partner  
für Waschanlagen



**Termin vereinbaren**

 02244 26289 22

 office@peboeck.at

Nach dem Grading hatte ich ausreichend Zeit, mir die Schlachtkörper genau anzuschauen und die Klassifizierungsstufen eingehend zu studieren. Die anschließende Auktion war modern, bestens organisiert und äußerst spannend. Zum Mittagessen genoss ich Sukiyaki im Kyoto Style im Moritaya Restaurant im 11. Stock der Kyoto Shopping Mall mit Blick auf den Kyoto Tower. Der Sukiyaki wurde hier auf eine besondere Art zubereitet, indem zuerst Zucker in die Pfanne gegeben wurde, dann das Fleisch leicht angeröstet und schließlich Sojasauce mit einem Schuss Mirin hinzugefügt wurde.

Nach dem Mittagessen unternahm ich einen kleinen Bummel durch die Fleischabteilung, die ebenfalls zum Kyoto Meat Market gehört, und verbrachte den Nachmittag mit Sightseeing in Kioto und besuchte einige der schönsten Tempel der Stadt, darunter den Fushimi Inari Taisha, eine berühmte Schreinanlage mit über 1.000 Toris sowie einen lokalen Messerfachhandel. Am Abend genoss ich ein Abendessen im zweiten von insgesamt vier Moritaya Restaurants in Kioto, begleitet vom Präsidenten und Inhaber in der 8. Generation des Kyoto Meat Markets und seinem Sohn.

### Tag 9: Nakao Farm & Matsusaka Beef

Heute stand der Besuch der beeindruckenden Nakao Farm, größter Matsusaka-Züchter mit über 2.700 Tieren, am Programm. Matsusaka Beef aus der Mie Präfektur zählt zu den „Big Four“ und ist weit über die Landesgrenzen hinaus bekannt. Diese Premium-Linie wird oft in einem Atemzug mit Kobe Beef genannt und nur etwa zehn Prozent der Tiere erreichen dieses Segment. Die Bedingungen für Matsusaka Beef sind streng: ausschließlich Tajima-Rinder, die nicht enthornt werden, da die Hörner ein Bewertungskriterium bei der Livestock-Auktion sind. Die Mindestaufzuchtddauer beträgt 900 Tage, aber die meisten Tiere werden erst mit 3,5 bis 4 Jahren geschlachtet. Etwa 60% aller Tiere auf der Farm erreichen die Klassifizierung A5, wobei etwa 15% einen BMS (Beef Marbling Score) von zwölf erreichen.

Die Tiere werden in Gruppen je nach Alter gehalten: zuerst zehn pro Box, dann sechs, dann drei. Sie werden mit Grainfeed gefüttert, bestehend aus Soja, Mais und Biertreber, der über Futterautomaten verteilt wird. Besonders beeindruckt war ich von der umweltbewussten Aufbereitung der Exkremente, die zu Blumendünger verarbeitet werden. Täglich werden 2.000 Säcke Blumendünger abgefüllt und über Gartenmärkte vertrieben. Von der Qualität des Fleisches



Okaki Wagyu ist ein Farm-to-Fork-Betrieb mit eigener Metzgerei und angeschlossenen Restaurant der gehobenen Kategorie.



Die Beef-Auktion im Kyoto Meat Market.



Mariko Shinzato auf der Shinzato Wagyu Farm.

konnte ich mich bei einem schmackhaften Beef-Sushi selbst überzeugen. Ein kulinarisches Erlebnis!

Vorbei am Ise Grand Shrine und dem „Husband and Wife Rock“ führte die Reise weiter nach Toba. Besonders faszinierte mich hier der Besuch bei Mikimoto, wo ich mehr über den Prozess der Perlenkultivierung in Japan erfahren konnte. Für die Übernachtung wählte ich einen authentisch japanischen Tatami-Room am Shima-Beach und genoss ein ebenso authentisches Seafood-Dinner.

### Tag 10: Hida-Beef in Gifu

Nachdem ich bereits Ohmi, Kobe und Matsusaka erkundet hatte, fehlte mir noch der Besuch bei Hida-Beef. Hida-Beef ist malarisch in der Präfektur Gifu gelegen, mit insgesamt 10.000 Tieren, die den Hida-Kriterien entsprechen. Die durchschnittliche Farmgröße beträgt etwa 400 Tiere. Ich besuchte die Yoro-Farm, deren 400 Tiere ausschließlich

Ochsen sind. Über 86% der Tiere erzielen eine A5-Klassifizierung, während der Durchschnitt aller Hida-Tiere bei rund 70% liegt.

Am Nachmittag war ich zum Mittagessen mit der Familie Adachi von der gleichnamigen Hida-Beef-Farm verabredet. Von Firmengründer bis zum Enkel standen gleich drei Generationen Rede und Antwort. Ich war angenehm überrascht über die Offenheit der Familie, selbst bei eher unangenehmen Fragen. Die Adachi Farm ist mit 1.200 Tieren der größte Hida-Beef-Produzent. Die Stallungen liegen im Tal und sind von Reisfeldern umgeben. Etwa 70% der Tiere sind Ochsen und 30% Färsen, die mit etwa 30 Monaten geschlachtet werden. Interessanterweise erreichen Bullen ein besseres Grading, während Färsen eine bessere Fettqualität aufweisen.

Die Tiere werden in Gruppen von acht in einer 4 x 8m-Box gehalten, mit Reisstroh als Einstreu. Die Farm betreibt ein sehr ausgeklügeltes Futtermanagement in vier Phasen,

wobei je nach Alter des Tieres genau auf Proteine, Energie und Vitamingehalt geachtet wird. Beeindruckend ist, dass etwa 90 % der Tiere ein A5-Grading erreichen. Am Abend folgte eine ausgiebige Hida-Beef-Verkostung, durchgeführt als Yakimiku im örtlichen Butchershop, der ein angeschlossenes Restaurant hatte. Zur Verkostung kamen hochwertige Stücke wie Outside Skirt, Hüfte, Kalbi und Zunge, allesamt mit A5-Qualität. Dabei gewann ich auch neue Erkenntnisse über die Reifung und ihre Auswirkung auf die Zubereitung von Wagyu sowie den in Japan typischen Zubereitungsarten, die ich nun weiter validieren werde.

### Tag 11: Shirakawa Village und Tokio

Den Abschluss der Tour markierte das zauberhafte Dorf Shirakawa Village in der Präfektur Gifu, das einen in die Edo-Ära (1603–1868) zurückversetzt und einfach zauberhaft ist. Ein echter Geheimtipp. Auf der Weiterfahrt besuchte ich einen lokalen Wurst- und Schinkenproduzenten (Schwein) in den Bergen Gifus und

eine weitere Hida-Farm, die ihrem Namen gerecht wird. Die Ida Farm liegt auf 700 m Seehöhe mit 550 Tieren, ausschließlich Ochsenmast. Die Tiere kommen mit neun Monaten und ca. 260 kg auf die Farm und sind hauptsächlich Tajima-Kreuzungen, daher etwas kleiner.

Zurück in Tokio endete die Rundreise mit einem Grill-Dinner mitten in Tokio und netten Gesprächen mit dem Exportspezialisten Takuya „Jack“ Morita. Außerdem besuchte ich den alten Tsukiji Fischmarkt, berühmt für seine Fischauktionen und die Vielfalt der Meeresfrüchte und erlebte das pulsierende Treiben am Shibuya Crossing, einer der verkehrsreichsten Kreuzungen der Welt.

### Mein Fazit!

Bei meiner Recherche-Tour zum Thema Wagyu habe ich über 2.800 Kilometer quer durch elf Präfekturen hinter mir gelassen. Ich habe 20 führende Köpfe der japanischen Fleischbranche und zehn Top-Wagyuzüchter kennengelernt. Mehr als 150 Stunden „Wagyu pur & ungefiltert“ wollen jetzt sortiert, verar-

beitet und in einen neuen, darauf aufbauenden Kurs konzipiert werden. Die Begegnungen mit Züchtern, die kulinarischen Entdeckungen und die Gespräche mit Fachleuten haben mein Verständnis für Wagyu vertieft und meine Leidenschaft für die Vermittlung von Fachwissen gestärkt. Diese Erkenntnisse und Erfahrungen werden einen bedeutenden Einfluss auf meine zukünftigen Kurse und Lehrmaterialien haben, da ich mein Wissen nun mit neuen Perspektiven bereichern kann.

Diese Reise war anstrengend und herausfordernd, aber vor allem eine einzigartige Erfahrung, die mich in vielen Punkten reicher gemacht und weiter gebracht hat – und weiter bringen wird. Jeder Tag war ein neues Highlight und ein Lernen ganz nach meinem Geschmack. Ein besonderer Dank gebührt dem Leiter der Federal Meat Academy of Japan, Herrn Kaz Obara, der die letzten elf Tage mit mir verbracht hat. In ihm habe ich nicht nur einen Förderer gefunden, der mich in sein Netzwerk eingeführt hat, sondern auch einen neuen Freund. ■



Die Fleischauswahl auf der Adachi Farm, die mit 1.200 Tieren der größte Hida-Beef-Produzent ist.



Die Ida Farm liegt auf 700 m Seehöhe mit 550 Tieren.



Köstlich:  
Wagyu  
Steak A5.

## Tradition. Geschmack. Zuverlässigkeit.



## Darfs davon noch a bisschen mehr sein?

Seit 1998 versorgen wir das Handwerk, sowie die Industrie mit Leidenschaft für sorgfältig ausgewählte Gewürzmischungen und mit kompetenter Beratung.

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



# **MESSERSCHARF!**

# **HORST**

# **STIERSCHNEIDERS**

# **BRANCHEN-ANALYSE**

Ein klassischer Fleischer am Eck – das ist der seit 1956 in Wien-Fünfhaus etablierte Betrieb Stierschneider. Es ist ein vertrauter, aber ein selten gewordener, Anblick in Wien. Warum vor allem die „Start-ups“ in der Branche fehlen, erklärt der Fleischermeister und Wiener Innungsmeister Horst Stierschneider im Gespräch mit Fleisch & Co-Autor Roland Graf.

# Der Fleischer sieht beim Zerlegen immer die Wahrheit. Und ich mag keine G'schichtln erzählen.“

Fleischermeister **Horst Stierschneider** über das Primat des Geschmacks.

Fleischermeister und Wiener Innungsmeister **Horst Stierschneider** setzt in seinem Betrieb auf regionale Spitzenqualität.

**Text:** Roland Graf  
**Fotos:** Henry Gasselich

Zwischen Dry Aged Beef und Bio-Huhn stehen Sigrun und Horst Stierschneider in ihrem Geschäft in der Wiener Märzstraße. Soeben hat sich ein Revierinspektor verabschiedet, eine Studentin löffelt genussvoll den Mittagstisch – Matrosenfleisch mit Spiralen – und ein Beinschinken-Semmel mit Kren wird gemacht. *Business as usual* in Rudolfsheim-Fünfhaus! Nahezu unvorstellbar sind daher die Anfänge anno 1956, von denen Horst Stierschneider noch zu erzählen weiß. „Vom Gürtel weg haben sie die Tiere zum Großvater getrieben. Geschlachtet wurde im Hof, verarbeitet hat er sie in einem Kellerlokal.“ Heute alles unvorstellbar! „Was glaubst, was los wär, wenn uns dabei ein Stierl auskäme“, lässt der 56-Jährige seinen Humor durchblitzen. Selbst schlachtet er daher auch längst nicht mehr hinter Stadthalle und Lugner-City. Doch der Wiener Innungsmeister kennt den

Spagat zwischen der glorreichen Vergangenheit des hauptstädtischen Fleischer-Handwerks und der heutigen Realität bestens. Vor allem aber ist er ein Freund klarer Worte, was das Interview mit Stierschneider besonders gehaltvoll macht. Den Einstieg liefert sein aktuelles Sortiment, in dem sich – „die Religionen berücksichtigend“ – vier Sorten Bratwürstel neben den Osterkrainern finden. Denn das Fleisch & Co-Gespräch fand zu Ostern im 15. Bezirk statt.

**Herr Stierschneider, Lamm und Kitz sind bio-zertifiziert bei Ihnen, das Kalb nicht. Warum?**

**Horst Stierschneider:** „Als Erstes kommt für mich der Geschmack, dann erst die Bio-Zertifizierung. Ich bin keiner, der sagt, man muss jeden Tag Fleisch essen. Nur wenn, dann sollte es die bestmögliche Qualität sein. Schau: Der Fleischer sieht beim Zerlegen ja immer die Wahrheit. Ein G'schichtl zur Herkunft kann ich immer erzählen, das mag ich aber nicht. Denn wenn das Tier nicht schmeckt, dann ist der Kunde enttäuscht, da nützt alles nichts. Auch keine Zertifikate. Dazu muss man aufpassen, wenn ‚Bio‘ in Massen produziert wird. Der Lebensmittelhandel kann das z. B. ja nur so in Bio-Qualität machen. Da haben die Hühner dann zwar mehr Platz und Auslauf, aber es braucht doch wieder um die 1.000 Tiere, um rentabel zu sein. Bei unserem Lieferanten gibt es 200 Hendl, das ist noch überschaubar. Und dann ist da noch das Thema der Regionalität, das mir sehr am Herzen liegt.“

**In Wien ein spannender Anspruch mangels Tierhaltung im großen Stil ...**

„Ja, aber dazu stehen wir. Die Kälber etwa bekomme ich von Christoph Hödl, der ja als einziger Kollege in Wien noch selber schlachtet, die holt er aus dem Tullnerfeld. Das sind rund 60 Kilometer Transport. Vom Schlachthof Höller aus Gschaidt in der Buckligen Welt bekomme ich meine Rinder, hier werden die Tiere von der Weide in den Schlachthof getrieben.“

Ich wehre mich aber absolut gegen Lebendtransporte über 600 Kilometer – das ist eine Frechheit. Wenn wir unsere Kälber zur Aufzucht nach Holland schicken und wieder retour. Was soll so etwas? Und in diesem Zusammenhang ist dann auch der Kampf gegen die Verschwendung wesentlich.“

**Wie leben Sie die Nachhaltigkeit in Ihrem Betrieb, in der täglichen Arbeit?**

„Ein Fleischer wäre ja auch dumm, etwas von verwertbarem Fleisch wegzuschmeißen! Zum Glück macht da die Spitzengastronomie seit einigen Jahren auch einen sehr guten Job, indem sie die Verwertung des ganzen Tiers fördert. ‚From Nose to Tail‘ geht halt bei manchen Tieren einfacher als bei anderen. Etwa wenn ich großfasrige Stücke aus der Schulter im ‚Pulled Beef‘ verarbeiten kann.“

Das sind nebenbei auch sehr gute Ideen, die da aus den USA zu uns gekommen sind – ähnlich wie die zum Grillen beliebten US-Cuts. Hier hat dann der Kunde auch kein Problem, dass es manchmal Wartezeiten auf die Bestellung von toller Qualität gibt. Zu



In nur noch 12 Wiener Fleischbetrieben wird selbst produziert – Horst Stierschneider mit seinem Team ist einer davon.



den noch existierenden Fleischern kommen jetzt ja zum Glück viele echte Kochfanatiker.“

**Man merkt, dass Sie selbst viel kochen im Betrieb, wie wichtig ist dieses Standbein?**

„Wir bieten immer einen Tagesteller an im Geschäft und ganz selten auch zwei Gerichte. Bei uns wird 90 Prozent mitgenommen, der Vor-Ort-Verzehr ist nicht das große Thema. Da kommen daher auch ungefähr 16 bis 18 Angebote dazu, die wir in Tiefkühlform zum Mitnehmen führen. Wichtig ist mir da bei allem, dass das auch selbst gekocht wird. Bei uns ist selbst der Erdäpfel-Salat selbst gemacht. Auch wenn das einen Mitarbeiter stundenlang beschäftigt, aber das muss für mich so sein.“

Ich sage ja immer, der Lebensmitteleinzelhandel ist nicht unser Feind. Der wirkliche große Konkurrent, das haben wir in der Pandemie gesehen, ist die Gastronomie. Als wir im Handel offen hatten, herrschte eine echte

Goldgräberstimmung und wir haben die Mengen verdoppelt. Das ist nebenbei auch nie von der Politik honoriert worden, diese Versorgung, was ein wenig schmerzt. Die Bäcker hat man manchmal erwähnt, die Fleischer leider nie. Dabei gibt es die klassische Hausfrau oder den Hausmann ja eigentlich nicht mehr. Heute müssen beide Partner Geld verdienen und haben kaum Zeit, um zu kochen.“

**Oder sie sind alleinstehend, wofür sich manches nicht mehr zu kochen lohnt ...**

„Stimmt auch. Wenn wir ein Beuschel machen, dann nehmen wir dafür 100 Kilo ‚Flügerl‘. Aber selbst ein Gulasch, das macht man nicht aus 30 oder 40 Deka. Dazu kommt, dass viele auch nicht mehr so lange kochen wollen oder – im Falle der Senioren – oft auch können. Letztens gab es Spaghetti Bolognese und da wollte eine Dame von den Nudeln zwei Portionen gleich von uns mitnehmen. Klar sind die in wenigen Minuten

auch daheim gekocht. Aber auch dafür stehen wir bereit.“

**Sie sind auch Wiener Innungsmeister. Wie sieht die aktuelle Entwicklung der Branche in der Hauptstadt aus?**

„Der Hype in Wien war sicher nach dem Krieg. Von 1955 bis 1975 ging es um den Aufbau und die Ernährung. Da hatten wir um die 2.400 Betriebe. Dass da nicht jeder alles genau durchkalkuliert hat, ist auch klar. Die Knacker sind ja beispielsweise früher einfach nach Gefühl erzeugt worden, ohne die Mengen zu wiegen. Wenn man die richtige Bindung erreicht hatte, waren sie gut. Als der LEH kam, hat der natürlich scharf gerechnet und selbst bei der Knackwurst genau gewusst, welchen Deckungsbeitrag man braucht – und ihn auch verlangt.“

Man kann sagen, dass seit der Einführung des Euro in Österreich die Betriebe nicht mehr in Insolvenz gehen, sondern einfach aufhören oder verkaufen. Was wir in

# “ Bei zwei Millionen Wienern haben wir noch 12 Betriebe, die ihre Fleischwaren selbst erzeugen.“

Innungsmeister **Horst Stierschneider** über den Status quo in Wien.



Wien auch zunehmend verlieren, sind die Märkte. Der Branchenmix müsste alle Lebensmittel anbieten. Da gehörten früher auch viele Fleischer dazu, etwa am Meiselmarkt, wo das heute nicht mehr so ist. Heute halten wir bei rund 200 Verkaufsstellen in Wien, aber haben für rund zwei Millionen Einwohner nur noch zwölf Betriebe, die selbst produzieren. Wie ich die Nachwuchssituation bei den Kollegen kenne, könnte das in den kommenden Jahren sogar noch weniger werden.

Da hat sich aber auch rundherum viel verändert. Früher hat das Waldviertel so viel für Wiens Fleischereien geliefert. Doch auch hier werden die Betriebe weniger – und müssen immer größer werden, um überhaupt zu überleben. Die Entwicklung, die wir sehen, ist da nicht gut: Zuerst vertreibe ich die Tierhaltung aus dem Ort. Doch um an der Peripherie einen Neubau zu stemmen, brauche ich mindestens 200 Tiere, um das zu refinanzieren. Und damit habe ich wieder mehr Fäkalien – wo sollen die denn auch hin bei so vielen Schweinen in einem Betrieb?“

# 100% saustark

## Die starke Messe für unser Handwerk

Eine saustarke Fachmesse wartet auf Sie! Die SÜFFA ist der Branchentreff für Metzgerinnen und Metzger. Treffen Sie Kolleginnen und Kollegen, Insiderinnen und Insider. Entdecken Sie Trends, Innovationen und finden Sie neue Wege zu Ihrem Geschäftserfolg. On top bietet das würzige SÜFFA-Rahmenprogramm die knackigsten Informationen. Sichern Sie sich jetzt Ihr Ticket!

Wir sehen uns auf der SÜFFA.

28.–30. September 2024

Messe Stuttgart

Weitere Informationen  
unter [sueffa.de](http://sueffa.de)



Die Fachmesse für  
die Fleischbranche

[sueffa.de](http://sueffa.de)

## Sieht man Ihre Daten an, würde das eigentlich doch ein ziemliches Potenzial für Eröffnungen geben?

„Das Problem in der Branche ist, dass sie eines ausschließt, was z. B. bei den Konditoren für Nachwuchs sorgt: Es gibt keine Ein-Personen-Unternehmen (EPU). Die Torten- oder Keksbäckerin, die sich daheim selbstständig macht, gibt es. In der Fleischerei geht ein Start-up aber grob gesprochen nicht unter einer Million Euro Kapital.

Es ist aber erfreulich, dass es wieder Neueröffnungen gibt. Jahrelang hatten wir das in Wien gar nicht, nun gibt es wenigstens neue Verkaufsstellen wie z. B. ‚Crazy Butcher‘ im Dritten, die das gut machen. Mich persönlich hätte noch ein 200–300-m<sup>2</sup>-Geschäft mit moderner Präsentation gereizt. Da haben wir lange gesucht und in der Mariahilfer Straße waren wir – in einer ehemaligen Bankfiliale – auch schon nahe dran. Auch der Feinkost-Teil im geplanten Kaufhaus ‚Lamarr‘ wäre interessant gewesen, wenn er wie das Berliner ‚KdW‘ ausgesehen hätte. Aber das wurde beim Herr Benko ja aus anderen Gründen nichts.“

## Abgesehen von der Wirtschaftlichkeit: Immer wieder wird auch das Fehlen des Wiener Lehrlingsnachwuchses beklagt?

„Rechtlich ist es ja so, dass reine Verkaufsstellen keine Lehrlinge ausbilden dürfen. Wenn wir die Betriebe, die derzeit Nachwuchs ausbilden (z. B. Hödl, Metzger und wir), nehmen, dann ist das prozentuell etwa ein Drittel aller Fleischer. Im Schnitt ist das gar nicht schlecht, wenn ich mit anderen Branchen vergleiche. Allerdings muss man ehrlich sein: In einem kleineren Betrieb habe ich nicht immer die Möglichkeit, die Jungen alles zu lehren. Das ist bei Firmen wie Radatz oder Wiesbauer schon anders. Beim Fachverkauf schaut es anders aus, da haben wir eine Stärke. Nebenbei kommen ja gleich drei Lebensmittel-Innungsmeister – Josef Schrott (Bäcker), Josef Robert Angelmayer (Konditoren) und ich – aus dem ‚Fünfzehnten‘.“ ■



Sigrun Stierschneider und das Team beraten die Kunden und fertigen die Menüs und Spezialitäten an.



Die Fleischerei Stierschneider ist ein echter Wiener Traditionsbetrieb im 15. Wiener Gemeindebezirk, Märzstraße 9.





LEBENSMITTELAKADEMIE  
des österreichischen Gewerbes

# HYGIENE-SCHULUNG LEICHT GEMACHT



Die Lebensmittelakademie des österreichischen Gewerbes bietet gemeinsam mit den Projektbeteiligten der Wirtschaftskammer in den Bundesländern die Möglichkeit, eine Online-Hygienschulung zu absolvieren. Neben den Online-Kursen, Vor-Ort-Kursen und Coachings wurde somit eine weitere flexible und ortsunabhängige Weiterbildungsmöglichkeit geschaffen.

Das Tool funktioniert digital und ist sowohl vom Laptop als auch von Smartphones und Tablets aus sehr einfach zu bedienen. Mit den Zugangsdaten des Wirtschaftskammer-Benutzerkontos können sich die Betriebe registrieren und einloggen und in weiterer Folge Profile für ihre Mitarbeiter:innen anlegen.

Haben Sie sich schon beim neuen Online-Hygienetool der Lebensmittelakademie des österreichischen Gewerbes registriert? Noch nicht? Dann ist es unbedingt an der Zeit, das zu tun!

### Modular aufgebautes Tool

Das Hygienetool ist modular aufgebaut und umfasst neben den Hygienestandards wie „Reinigung & Desinfektion“ oder „Hygiene im Lebensmittelbetrieb“ auch branchenrelevante Spezialmodule für das Lebensmittelgewerbe sowie den Lebensmittel- und Agrarhandel. Die Themenbereiche wurden in Form von Videos oder Präsentationen aufbereitet und umfassen zudem eine kleine Wissenskontrolle je Modul.

Aufgerufen werden kann das Tool unter: [www.hygienschulung.at](http://www.hygienschulung.at) – dort können sich die Betriebe dann direkt einloggen. Zudem stehen auf der Seite Erklärvideos für ein einfacheres Verständnis des Tools zur Verfügung.

### Automatischer Ablauf

Der große Vorteil ist die automatische Zertifikatserstellung nach erfolgreicher Absolvierung aller Module. Das macht es für die Führungskräfte des Unternehmens besonders einfach, den Überblick zu behalten und die Zertifikate ordnungsgemäß abzulegen. Gemeinsam mit allen Projektpartner:innen sind wir bemüht das Tool ständig weiterzuentwickeln. Auch bieten wir regelmäßige Online-Einschulungstermine für das Tool an. Alle Infos dazu finden Sie laufend unter: <https://LMAkademie.at/kursangebot/>

### Umfangreiche Live-Schulungen

Die Lebensmittelakademie bietet natürlich weiterhin ein umfangreiches Angebot an ausführlichen „Live“-Hygienschulungen an. Die nächsten Termine finden im Herbst 2024 statt. Gerne organisieren wir auch maßgeschneiderte Schulungen für Ihren Betrieb. Wir freuen uns über Anfragen!

Das Team der Lebensmittelakademie steht jederzeit per E-Mail an [info@LMAkademie.at](mailto:info@LMAkademie.at) oder unter der Telefonnummer +43 677/ 637 453 44 zur Verfügung – und ist bemüht, Ihre Fragen und Anliegen so schnell wie möglich zu lösen! Alle Infos: [www.LMAkademie.at](http://www.LMAkademie.at) ■

## Termine

### 16. 6., online

#### Änderungen durch das Einwegpfand – Start in eine nachhaltige Zukunft

„Einwegpfand – kleiner Wert, große Wirkung“

Trainerin: Mag. Monika Fiala

### 10. 9., online

#### Lebensmittelinformationsverordnung inkl. Nährwertkennzeichnung

„Aus der Praxis – für die Praxis! Das Unverständliche wird verständlich erklärt!“

Trainer: Dipl.-HLFL-Ing. Robert Mühlecker

### 12. 9., online

#### Änderungen durch das Einwegpfand – Start in eine nachhaltige Zukunft

„Einwegpfand – kleiner Wert, große Wirkung“

Trainerin: Mag. Monika Fiala

### 19. 9., online

#### Grundlagen der Produktkalkulation

„Bierdeckel-Rechnung“

Trainerin: Simona Nemetz MA

### 7. 10., online

#### Projektierung – Planung von Betrieben (Teil 1)

„Ein wichtiger Grundstein für einen erfolgreichen Betrieb im Lebensmittelbereich“

Trainer: Martin Katzlinger

### 4. 11., online

#### Projektierung – Planung von Betrieben (Teil 2)

„Ein wichtiger Grundstein für einen erfolgreichen Betrieb im Lebensmittelbereich“

Trainer: Martin Katzlinger

### 7. 11., online

#### Gute Hygienepraxis und HACCP für den Lebensmittelbereich

„Rechtlich verpflichtende Hygienschulung gem. EU-VO Nr. 852/2004 über Lebensmittelhygiene!“

Trainer: Martin Katzlinger



In der Fleischbranche sind Frische und Qualität entscheidend. Humer, einer der führenden Anbieter in Österreich, bietet maßgeschneiderte Verkaufsanhänger und -fahrzeuge, die keine Wünsche offenlassen.

## VERKAUFSANHÄNGER UND VERKAUFSMOBILE DER KÖNIGSKLASSE

In der Welt der Fleischbranche, wo Frische und Qualität an erster Stelle stehen, ist ein Verkaufsanhänger oder -fahrzeug weit mehr als nur ein Transportmittel –, es ist ein mobiles Aushängeschild Ihres Unternehmens. Doch was macht den idealen Anhänger oder ein Verkaufsfahrzeug aus, das wirklich keine Wünsche offenlässt? Bei Humer, einem der führenden Anbieter, lautet die Antwort: „Wir entwickeln für jeden Einsatzbereich eine mobile Transport- und Verkaufslösung, die keine Wünsche offenlässt – exakt nach den Bedürfnissen unserer Kunden – ohne Kompromisse!“

Humer steht mit sechs Niederlassungen in Österreich bereit, um Ihre individuellen Wünsche zu erfüllen. Diese Standorte verfügen über eigene Produktionsstätten, Ersatzteilzentren und große Ausstellungsflächen, auf denen mehr als 1.500 Anhänger zum Testen und Gustieren bereitstehen.

### Maßgeschneiderte Lösungen

Sonderwünsche sind bei Humer nicht die Ausnahme, sondern die Regel. Oft lassen sich die speziellen Bedürfnisse der Kunden nur mit maßgeschneiderten Lösungen erfüllen. Ob es sich um Fleischereimobile mit praxisorientierter Ausstattung und integrierten Kühltheken, Verkaufsanhänger, Foodtrucks, Kühlanhänger oder andere Spezialanhänger handelt.

Qualität wird bei Humer großgeschrieben – und das gilt nicht nur für die Produkte, sondern auch für den Kundenservice. Die erfahrenen Fachverkäufer an allen Standorten sind absolute Spezialisten und bringen jahrelange Erfahrung in der Anhängerbranche mit. Sie nehmen sich viel Zeit für eine umfassende Beratung und finden gemeinsam mit ihnen die perfekte Lösung für jedes Bedürfnis.

### Vor Ort testen und sofort verfügbar

Ein großer Vorteil bei Humer ist die Möglichkeit, das zukünftige Verkaufsmobil oder den Anhänger vor Ort zu besichtigen und ausführlich zu testen. Die meisten Modelle sind sofort verfügbar – lange Lieferzeiten gibt es hier nicht. Humer sorgt auch für die individuelle Ausstattung, das Branding und die Beschriftung Ihrer Transportlösung, so dass Ihr Fahrzeug sofort einsatzbereit ist.

### Tauschen Sie jetzt und steigen Sie auf die Königsklasse um

Sie wollen auf ein Modell der Königsklasse umsteigen? Humer nimmt ihre alten Anhänger und Verkaufsmobile gerne in Zahlung – unabhängig von der Marke – und bietet beim Tausch auf ein Humer-Modell den Bestpreis.

[www.humer.at](http://www.humer.at) ■



### Willkommen in der Königsklasse!

Vereinbaren Sie gleich Ihren Termin und erleben Sie mobile Verkaufs- und Transportlösungen der Königsklasse – nicht nur für Fleischer, sondern für die gesamte Lebensmittelbranche und darüber hinaus!

#### Alle Informationen und Kontakt:

Herbert Hirschvogel – Verkauf, Verleih, Service, Reparatur, Ersatzteile  
Lindach, Tel.: +43/664/60 94 94 02  
E-Mail: [h.hirschvogel@humer.com](mailto:h.hirschvogel@humer.com)

## Sprinter mit Kühlhausbau von Winter

Der Winter Kühlhausbau ist verfügbar für den Sprinter Kastenwagen 3,5 t mit Hochdach (D03) und Radstand 3.665 mm. Durch die **direkt betriebene Kühlmaschine** in Kombination mit dem Motorantrieb vorn wird es ermöglicht, einen zusätzlichen Kältemittelverdichter zu betreiben. Damit steht Ihnen eine **leistungsstarke Kühlung** zur Verfügung.



# ER LÄSST NUR IHRE LADUNG KALT

Mit einer lückenlosen Kühlkette läuft alles wie am Schnürchen. Die besten Lösungen dafür erhalten Sie aus einer Hand direkt bei Ihrem Mercedes-Benz-Partner.

Mercedes-Benz VanSolution bietet zwei clevere Kühlhausbauten für den Frischdienst-Einsatz. Der Sprinter mit Kühlhausbau von Winter Kühlfahrzeugen glänzt mit einer unterflurmontierten Kühlanlage und verzichtet auf einen zusätzlichen Dachaufbau. Das macht ihn besonders aerodynamisch und spart Kraftstoff. Durch die direkt betriebene Kühlmaschine in Kombination mit dem Motorantrieb vorn steht eine leistungsstarke Kühlung bis zu 0 Grad zur Verfügung.

Der Kühl-Spezialist Kerstner setzt beim Sprinter auf eine elektrisch betriebene Dachkühlanlage dadurch ist kein Nebenantrieb notwendig. Das Durchlademaß des Kerstner-Ausbaus zwischen den Radkästen beträgt 1.235 mm, dadurch ist auch eine Querbelaugung von Europaletten möglich. Durch spezielle Doppeldichtungen an den Laderaumtüren ergibt sich eine Verbesserung der Isolationsleistung.

### Alles aus einer Hand

Der generelle Vorteil von Mercedes-Benz VanSolution: Die Beratung und Kaufabwicklung erfolgt aus einer Hand bei ihrem Mercedes-Benz Partner, der Auf- oder Ausbau ist im Umfang des 4-Jahres-Wertpaket integriert, Reparaturen am Ausbau können direkt beim Mercedes-Benz Partner durchgeführt werden. Erweitern Sie jetzt Ihren Frischdienst-Fuhrpark – österreichweit sind 30 sofort verfügbare Sprinter Kühlfahrzeuge in unterschiedlichen Ausführungen lagernd.

[www.mercedes-benz.at](http://www.mercedes-benz.at) ■

## Sprinter mit Kühlhausbau von Kerstner

Der Kerstner Kühlhausbau ist verfügbar für den **Sprinter Kastenwagen 3,5 t** mit Hochdach (D03) und dem Radstand 3.665 mm. Durch die elektrisch betriebene Dachkühlanlage ist **kein Nebenantrieb notwendig**.

Das Durchlademaß zwischen den Radkästen beträgt 1.235 mm, dadurch ist auch eine **Querbelaugung von Europaletten möglich**. Durch spezielle Doppeldichtungen an den Laderaumtüren kommt es zur **Verbesserung der Isolationsleistung**.



# WIE DIE FILIALE ZUM SMART-STORE WIRD

Die Web-App Fast-Lane wurde erstmals bei der SÜFFA 2023 vorgestellt und im April bei den ersten Metzgereien in Deutschland installiert.

Der Mangel an Mitarbeitenden und der wachsende Marktanteil von SB-Vertriebsformen schafft beim Metzgerhandwerk zunehmend eine hohe Sensibilität dafür, neben Bedienungskonzepten mit hoher Beratungskompetenz auch begleitende SB-Angebote für die Kunden, Standorte und Tageszeiten zu entwickeln, die den einfachen und schnellen Einkauf ermöglichen. Shop-IQ ist der Pionier für die Digitalisierung im Frischehandwerk am PoS.

### Die neue App Fast-Lane

Die Digitalisierungsexperten haben langjährige Erfahrung und das Feedback aus einem intensiven Dialog mit dem Metzgerhandwerk in die Entwicklung der neuen Web-App Fast-Lane einfließen lassen. „Wir haben diese nach der Maxime ‚Keep it simpel‘ entwickelt, damit sie bei den Mitarbeitenden in

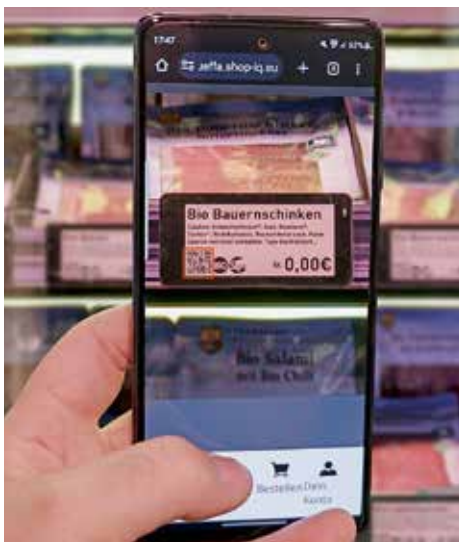
den Filialen und den Kaufenden akzeptiert und genutzt wird“, sagt David Holzwarth, Geschäftsführer der Shop-IQ GmbH & Co. KG. Die Web-App kann vielfältig eingesetzt werden: als Bestellapp zur Abholung in der Filiale, als Einkaufs- und Bezahltool bei einer SB-Fast-Lane und als Applikation für Zugang, Einkauf und Bezahlung in einem autonom oder hybrid betriebenen Smart-Store.

### Einfach und schnell zu installieren

Die Web-App Fast-Lane erfordert bei der Nutzung als Bestellapp oder als Einkaufs- und Bezahltool bei einer SB-Fast-Lane keine Investitionen und Installation von Hardware, bei der Funktion für einen Smart-Store ist lediglich ein Display zur Zutrittskontrolle notwendig. Die Web-App Fast-Lane wird als flexibles und skalierbares Lizenzabo angeboten. „Gegenwärtig werden aufwendige und

komplexe Systeme angeboten, für die hohe IT-Kompetenz im Betrieb notwendig ist. Unsere Web-App ist ein Angebot an das Metzgerhandwerk, ohne Investitionen in Hardware eine digitale Lösung anzubieten“, betont David Holzwarth.

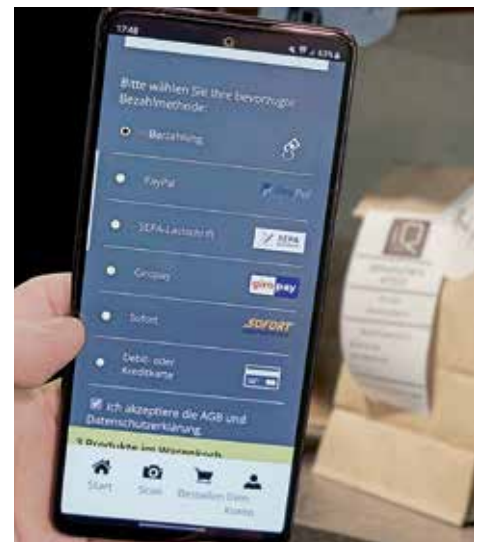
Um die Web-App zu aktivieren, ist nur ein QR-Code oder ein Barcode einzuscannen. Lediglich bei der Funktion als Applikation für den Smart-Store ist für die Zugangsfunktion eine Registrierung notwendig. Bei der Nutzung im Smart-Store oder in der SB-Fast-Lane wird der QR-Code oder der Barcode auf der Verpackung oder dem digitalen Preisschild eingescannt. Das Produkt wird im Warenkorb gespeichert und beim Self-Check-out mit den angebotenen digitalen Optionen bezahlt. Die Web-App kann optional auch mit einem Self-Check-out-Counter mit Display und Kartenterminal verknüpft werden. [www.shop-iq.eu](http://www.shop-iq.eu) ■



Keep it simpel: QR-Code scannen, Ware mitnehmen – fertig.



Zutritt einfach gemacht: registrieren, QR-Code scannen.



Self-Check-out beim Abholen mit dem Smartphone.

Ihr Schärfdienst aus dem Salzburger Seenland

spezialisiert auf Werkzeuge der Lebensmittelindustrie

**AIGNER**



Die Familie Grill betreibt eine kleine Fleischerei mit regionalen Produkten. Nun erscheint die Fleischerei in neuem modernem Glanz.



Die Fleischerei und Hofladen Zach in Mooskirchen hat den Verkaufsraum modernisiert.

## VERKAUFSRAUMGESTALTUNG FÜR REGIONALE FLEISCHEREIEN: EIN MARKT IM WANDEL

Der Fleischereimarkt befindet sich im Wandel, geprägt von Generationsübergaben und wachsendem Bewusstsein für Qualität und Nachhaltigkeit. Junge Geschäftsführer gestalten ihre Räumlichkeiten neu, um sowohl Tradition als auch Innovation ihres Handwerks widerzuspiegeln.

Die Fleischereibranche durchläuft eine spannende Transformation. Mit dem Übergang in die Hände einer jüngeren Generation wird nicht nur das Erbe weitergeführt, sondern auch ein frischer, moderner Wind in die Verkaufsräume gebracht. Diese jungen Geschäftsführer sind bestrebt, das traditionelle Handwerk mit modernen Konzepten zu verbinden und so ein neues, zeitgemäßes Einkaufserlebnis zu schaffen.

Vrana Shopdesign versteht die Ansprüche dieser neuen Generation von Fleischereibetreibern und setzt ihre Visionen in die Realität um. Als Gesamtdienstleister für den Lebensmitteleinzelhandel bieten sie maßgeschneiderte Lösungen, die sowohl funktional als auch ästhetisch ansprechend sind. Besonders wichtig ist dabei die Integration des jeweiligen Standorts und die Berücksichtigung lokaler Besonderheiten.

### Gebündeltes Know-how

Um die vielfältigen Wünsche und Anforderungen der Kunden zu erfüllen, arbeiten die Experten von Vrana Shopdesign mit ei-

nem starken Netzwerk von Partnern zusammen. Die Gestaltung eines Fleischereifachgeschäfts erfordert höchste Kompetenz in verschiedenen Disziplinen – von Beleuchtungskonzepten über Kassentechnik bis hin zu strengen Hygieneauflagen. In Sachen Kühlungsanlagen wird seit Jahren erfolgreich auf eine Zusammenarbeit mit Criocabin gesetzt, mit dem bereits zahlreiche Projekte realisiert werden konnte.

### Fleischerei Grill in neuem Glanz

Ein herausragendes Beispiel unserer Arbeit ist die Zusammenarbeit mit der Flei-

scherei Grill aus Goggendorf im Bezirk Hollarbrunn. Diese regionale Fleischerei durfte sich dank der Unterstützung von Vrana Shopdesign in frischem Glanz präsentieren. Die Familie Grill und Vrana Shopdesign haben gemeinsam an einem Projekt gearbeitet, das beide Seiten mit Stolz erfüllt. Die präzisen Anforderungen der Familie Grill wurden vom Projektstart bis zur Eröffnung akribisch umgesetzt. Das Ergebnis ist ein Geschäft, das nicht nur hygienisch und praktisch ist, sondern auch durch robuste, natürliche Materialien überzeugt und bewusst auf unnötigen Schnickschnack verzichtet. [www.vrana.at](http://www.vrana.at) ■



Die ERP-Software für die Fleischwirtschaft

Winweb Informationstechnologie GmbH | Tel. +43 720 880066 | [www.winweb.at](http://www.winweb.at)



Eine moderne und zeitgemäße Ladeneinrichtung trägt dazu bei, dass Metzgereien für ihre Kunden den besten Service bieten und dadurch höhere Umsätze erzielen. Dieser Ansatz steht im Mittelpunkt der Zusammenarbeit zwischen der Familie Bartoldus und dem Hanke Team, die übrigens 2023 auf der SÜFFA in Stuttgart begann.

## METZGEREI BARTOLDUS & IHR HYBRIDLADEN

Die Zusammenarbeit zwischen der Familie Bartoldus und dem Hanke Team begann auf der SÜFFA 23 in Stuttgart und führte zu einer innovativen Lösung: einem Hybrid-Laden, der traditionelles Ladengeschäft mit einem Selbstbedienungsbereich kombiniert. Diese Lösung ermöglicht es Kunden, rund um die Uhr ihre Einkäufe zu erledigen, ohne sich an Ladenöffnungszeiten halten zu müssen.

### Planung und Umsetzung

Die Landmetzgerei Bartoldus mit abgeschlossenem Partyservice liegt im deutschen Borgenreich bei Paderborn. Nach intensiven Gesprächen und einer sorgfältigen Bedarfsanalyse entschieden sich die Familie Bartoldus und das Hanke Team für die Planung eines Hybrid-Ladens. Im traditionellen Ladengeschäft wurde eine 4,70 Meter lange Santana III Theke installiert. Spezielle Kühlgeräte in der Ladenrückwand sorgen für die optimale Lagerung von Schinkenspezialitäten und Dauerwürsten. Ein speziell angefertigtes Gehänge unter der hinterleuchteten Bartoldus-Präsentation zeigt die hauseigene Salami und ergänzt das breite Angebot.

Eine kleine heiße Theke wurde integriert, um den Bedürfnissen von Imbisskunden gerecht zu werden. Neben der Kühltheke erleichtert ein Bezahlautomat von Bizerba die Abwicklung des Tagesgeschäfts. Nach Geschäftsschluss wird die Glaswand neben dem Bezahlautomaten geschlossen und der 24/7-Shop erwacht zum Leben.

### Der Selbstbedienungsbereich

Besonderes Augenmerk wurde auf den Selbstbedienungsbereich gelegt. Ein 3,75 Meter großes Wandkühlregal mit Glastüren trägt zur Energieeinsparung bei und ermöglicht 24/7 eine attraktive Warenpräsentation. Feinkostregale bis zur Decke bieten eine breite Auswahl und tragen zur ansprechenden Architektur des Ladens bei.

Neben der Ladengestaltung wurde auch die Küche modernisiert, um den Arbeitsablauf so zu optimieren, dass er den steigenden Anforderungen des Online-Handels auch in Zukunft gerecht werden kann. Ein Online-Terminal wurde integriert, um Bestellungen effizient zu verwalten und den Kundenservice zu verbessern.

### Zufriedenheit und Ausblick

Die Familie Bartoldus zeigte sich äußerst zufrieden mit der Arbeit des Hanke Teams und betonte, dass sie jederzeit wieder mit ihnen umbauen würden. Die frühere Übergabe des Ladens ermöglichte es der Familie Bartoldus, sich in Ruhe auf die Eröffnung vorzubereiten und den Fokus auf ihre Kunden zu richten.

Dieses Projekt zeigt, wie durchdachte Lösungen und professionelle Umsetzung zu gewinnbringenden Erfolgen führen können. Die Hybrid-Metzgerei bietet Kunden ein zeitgemäßes Einkaufserlebnis und stärkt die Wettbewerbsfähigkeit von Metzgereien in der heutigen schnelllebigen Zeit.

[www.ladenbau-hanke.de](http://www.ladenbau-hanke.de) ■



Die hauseigene Salami wird sehr ansprechend hinter der Theke präsentiert.



Der Selbstbedienungsbereich mit dem knapp vier Meter langen Kühlregal.



Der Selbstbedienungsteil kann einfach vom Ladengeschäft abgetrennt werden.



Mit dem 24/7 Selbstläuferladen kombinieren wir jahrzehntelange Erfahrung im Metzgereiladenbau mit modernster Selbstbedienungstechnologie. Ob als Container, Mini-Store oder 24/7 on the Road – diese innovativen Konzepte reduzieren Personalbedarf und Wartezeiten, erhöhen die Attraktivität und den Umsatz.

## FIT IN DIE ZUKUNFT: 24/7 SELBSTLÄUFERLADEN

Die Metzgereibranche steht vor einem Wandel: Tradition und moderne Technik müssen Hand in Hand gehen. Der 24/7 Selbstläuferladen von dem deutschen Ladenbauer Schrutka-Peukert ist die Antwort auf steigende Kundenanforderungen und wirtschaftliche Herausforderungen. Durch die Kombination von traditioneller Bedienteheke und abtrennbarem Selbstbedienungsbereich bieten diese innovativen Ladenkonzepte maximale Flexibilität und Effizienz.

### Split-Store: Tradition mit Innovation

Der Split-Store kombiniert die traditionelle Bedienteheke mit einem abtrennbaren Selbstbedienungsbereich. Durch clevere Ladenbaulösungen bleibt der Selbstbedienungsbereich auch nach Ladenschluss zugänglich. Kunden können Handelswaren sowie Fleisch- und Wurstprodukte ohne Beratungsbedarf selbst auswählen und bezahlen, was den Personalbedarf und die Wartezeiten erheblich reduziert.

### Stand-alone-Lösungen: Container und Mini-Store

Die Container-stand-alone-Lösung bietet volle technische Ausstattung und Flexibilität bei reduzierten Innen- und Außenausbauten. Diese kostengünstige Option ermöglicht es Metzgereien, mit einem geringeren Budget zu starten, ohne auf moderne Selbstbedienungstechnik zu verzichten.

Der Mini-Store hebt sich durch hohe Qualitätsansprüche im Innen- und Außenbereich ab. Mit integrierter Solartankstelle und überdachtem Warteplatz bietet er zusätzlichen Komfort für die Kunden. Beide Varianten funktionieren ohne Verkaufspersonal und können rund um die Uhr geöffnet bleiben. Zugang und Zahlung erfolgen über eine Kundenregistrierung per App, während installierte Kamerasysteme das Diebstahlrisiko minimieren.

Das neueste Angebot von Schrutka-Peukert ist der 24/7 Selbstläufer on the Road. Dieses Konzept verlagert den Selbstläuferla-

den in einen mobilen Trailer, der schnell und flexibel einsetzbar ist. Attraktiv, zuverlässig und vielseitig – schon ab 56 Euro Leasing pro Tag.

Mit dem 24/7 Selbstläuferladen macht Schrutka-Peukert Metzgereien fit für die Zukunft. Dank der Kombination aus Tradition und modernster Technik können Metzgereibetriebe ihre Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig steigern.

[www.schrutka-peukert.de](http://www.schrutka-peukert.de) ■





**5261 UTTENDORF  
OBERÖSTERREICH**  
+43 7724 / 28 64

[WWW.PENIAS.AT](http://WWW.PENIAS.AT)



KS EMULSIFER F200 L

KARL SCHNELL

KARL SCHNELL KS



Die Handmesser-Schleifmaschinen EVO 4 und 5 sind robuste und zuverlässige Schleifmaschinen für Gastronomie, Fleischereien, Zerlegebetriebe, Schleifservice ... Mit diesen Schleifern können die verschiedensten Schneidwerkzeuge wie Fleischermesser, Zerlegemesser, Kochmesser und vieles andere mehr einfach und schnell geschliffen werden.

## IMMER EINE SCHARFE SACHE

Messer sind die ältesten Werkzeuge der Menschheit. Auch heute zählen Handmesser zu den wichtigsten Werkzeugen weltweit. Bei jedem Lebensmittelhersteller gehören sie zur Basisausstattung. Bei der Verarbeitung von Lebensmitteln ist eine scharfe Messerschneide die Grundvoraussetzung für ein effizientes, ermüdungsfreies und sicheres Arbeiten. Scharfe Schneidwerkzeuge ergeben präzise Schnitte. Präzise Schnitte verleihen dem Produkt ein ansprechendes Aussehen. Konstant scharfe Messer haben nicht nur großen Einfluss auf die Qualität der produzierten Produkte. Sie senken zudem das Unfallrisiko, und reduzieren Ausfälle aufgrund von Entzündungen in Arm und Schulter (bis zu 80% weniger RSI-Syndrom Fälle; Quelle: Anago Ltd).

### Die perfekte Schleifmaschine

Mit jedem Schnitt jedoch verliert das Messer an Schärfe und wird mit der Zeit stumpf. Dann muss es fachgerecht geschliffen werden. Der Schliff muss für das Handmesser schonend sein. Die Klinge darf nicht überhitzt werden, sonst verliert sie an Standzeit. Für den Bediener muss die Schleifmaschine einfach und sicher in der Handhabung sein.

Die Handmesser-Schleifmaschinen EVO 4 und EVO 5 erfüllen diese Anforderungen. Beide Maschinen verfügen über eine stufenlose Winkeleinstellung zwischen 15° und 45°. Die Messerführungen stellen sicher, dass das Handmesser immer mit dem richtigen Schneidwinkel angeschliffen wird. Integrierte Magnete unterstützen dabei die Führung und machen das Schleifen einfach. Die Polierscheibe erzeugt feine, polierte Oberflächen und eine

gratfreie, sehr glatte Schneide. Der Schleif- und Polierstaub wird abgesaugt. Die Atemwege des Bedieners werden so bestmöglich geschützt. Die EVO 5 ist darüber hinaus wassergekühlt. Die Schneiden können beim Schleifen nicht überhitzt werden und der Schleifstaub wird gebunden. Um die Handmesser nach dem Schleifen möglichst lange scharf zu halten, ist das Handmesser-Abziehgerät.

Fred-E ist die ideale Ergänzung zu den Schleifmaschinen. Das Fred-E Abziehgerät richtet durch seine beiden Abziehfinger die Schneidkante des Handmessers und stellt so innerhalb von Sekundenbruchteilen die ursprüngliche Schärfe wieder her. Dadurch kann der Benutzer seine Klinge über lange Zeit konstant scharf halten und die Standzeit seiner Messer deutlich verlängern. Alle Infos: [www.flema.at](http://www.flema.at) ■

## SCHNELLE HILFE FÜR KUNDEN

Das Softwarehaus Winweb hat einen eigenen Chatbot entwickelt, mit dem Anfragen rund um das Unternehmen und die Software winweb-food schnell beantwortet werden.

Gen-AI, kurz für Generative Artificial Intelligence, ist derzeit in aller Munde: „Diese Technologie markiert einen Wendepunkt, wie digitale Assistenz eingesetzt werden kann“, sagt Schummers. Ein Paradebeispiel für den praktischen Einsatz von Gen-AI ist ChatGPT, das viele Menschen bereits im täglichen Leben nutzen. Winweb hat nun einen eigenen Chatbot entwickelt, der Kundenfragen rund um das Unternehmen und die ERP-Software winweb-food beantwortet. „Dafür nutzt die KI unser Informationssystem

WinwebWiki und die Einträge in der Hilfefunktion bei winweb-food“, erklärt Schummers.

Durch die Zusammenarbeit mit DataS-tax, die auf die Erstellung von KI spezialisiert sind, wurde der Chatbot auf Basis der RAG-Technologie (Retrieval-Augmented Generation) realisiert. Dadurch beantwortet die Winweb-KI selbst komplexe Fragen durch die gezielte Suche in vielen verschiedenen Quellen und erreicht eine deutlich höhere Relevanz und Präzision der Auskünfte.

### Antworten in Sekundenschnelle

Gleichzeitig dient der Service als Schnittstelle: Anfragen werden entgegengenommen, daraufhin die Vektordatenbank durchsucht und die relevantesten Dokumente in Echtzeit geliefert. Die KI hat Zugriff auf alle relevanten Dokumente zur Beantwortung der Benutzeranfrage. „Das Potenzial dieser Technologie ist enorm und eröffnet neue Möglichkeiten, unseren Kunden bestmöglichen Service zu bieten“, sagt Schummers.

Alle Infos: [www.winweb.de](http://www.winweb.de). ■



Der Wurstwärmer von Jünger sorgt dafür, dass Frankfurter und Co immer die perfekte Temperatur haben. Die in Deutschland hergestellten Wärmer und Bräter von Jünger bestehen aus rostfreiem Edelstahl und sind perfekt auf die Anforderungen im Imbiss-, Gastronomie- und Hotelsektor abgestimmt.

## NIE MEHR KALTE WÜRSTCHEN

Ob Frankfurter, Bockwurst oder Weißwurst – wahrscheinlich liebt man Würstchen nirgends so sehr wie in Österreich und Deutschland. Im Restaurant, als schneller Imbiss in der Metzgerei oder im fahrenden Food-Truck sind sie einfach nicht mehr von der Karte wegzudenken. Die Temperatur ist dabei aber alles andere als Wurst –, denn eine gute Wurstspezialität darf weder zu kalt noch zu heiß sein. Das kann insbesondere bei höheren Stückzahlen oder fahrenden Geschäften zur gastronomischen Herausforderung werden.

### Wurstwärmer von Jünger

Zum Glück gibt's die Wurstwärmer und Wurstbräter von Jünger! Denn mit ihrer Hilfe werden Würstchen perfekt durchgebraten, erhitzt und warmgehalten. Jünger hat nun neue elektrobeheizte Modelle herausgebracht. Die neuen Wurstwärmer gibt es wieder ein- und zweiteilig. Das Gehäuse aus starkem rostfreiem Edelstahl beinhaltet nun einen bzw. zwei herausnehmbare GN-Behälter 1/2 à 9,5 Liter mit Fallgriffen und Deckel. Die Heizung ist Thermostat-geregt und die Temperatur stufenlos einstellbar, bei der

zweiteiligen Ausführung selbstverständlich für jedes Becken extra. Die Heizleistung beträgt 600 W bzw. 2 x 600 W/230 V.

Jünger Wurstwärmer sind robuste, durchdachte, praktische und kaum störanfällige Geräte – einfach ideal zum Erwärmen und Warmhalten von Würstchen ohne Aufplatzen. Sie erhalten ein Qualitätsprodukt, das Ihnen auch im Dauereinsatz viele Jahre treue Dienste leistet.

Alle Informationen zu den Wurstwärmer von Jünger gibt es bei Johann Laska u. Söhne unter [www.laska.co.at](http://www.laska.co.at) ■

**REX**  
TECHNOLOGIE

DER VAKUUMFÜLLER & PORTIONIERSYSTEME

UNIVERSELLE FORMMASCHINE UFM 300

HAMBURGER  
FORMER



KNÖDEL  
FORMER



CEVAPCICI  
FORMER



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

DIREKT VOM  
PRODUZENTEN

# GENUSSVOLLE SONNENSTUNDEN: TRENDS FÜR DIE SOMMER-THEKE



## DIE BBQ-THEKE

**Drei Beck SoftFix Marinade.** In der BBQ-Theke sind Bratwurst und Schopfbraten längst nicht mehr die einzigen Verkaufsschlager. Heute landen vielfältige Köstlichkeiten vom Rind, Schwein, Wild, Geflügel, Fisch und auch vegetarische Leckereien auf dem Grill. Mit den hochwertigen Marinaden, Würzungen und Dips von Beck Gewürze und Additive zaubern Sie außergewöhnliche Geschmackserlebnisse, die auch optisch überzeugen.

Für das Jahr 2024 bietet Beck eine Palette an neuen Produkten, die alle Geschmäcker ansprechen. Die fruchtig-herbe **Beck SoftFix Marinade Mango-Thymian** passt zu nahezu allen Fleischsorten sowie vegetarischen Speisen. Wer es schärfer mag, wird von der **Beck SoftFix Marinade Chipotle Mystery** begeistert sein, die mit der angenehmen Schärfe geräucherter Jalapeños punktet. Die **Beck SoftFix Marinade Smokey Honey** kombiniert Ingwer, Pfeffer, Honig und eine kräftige Rauchnote zu einer unwiderstehlich süß-scharfen Leckerei.

### BBQ-Dips: geniales Zusatzangebot für deine Grilltheke

Frische und herzhaftes Dips machen den BBQ-Genuss erst rund! Dips von BECK sind schnell hergestellt und lassen sich beliebig nach eigenen Wünschen verfeinern – das ideale Mitnahmeprodukt beim Fleischeinkauf! So macht sich der BECK Greek Dip immer gut zu Gyros und fleischlosem Grillgut, während das Barbecue Dip-Pulver mild eine universelle Grundlage für Dips, BBQ-Saucen und Fleischmarinaden bildet.  
[www.beck-gewuerze.de](http://www.beck-gewuerze.de)

## SNACK-BOX VOM FEINSTEN

**Das Highlight für jede Mitnahme-Theke.** Entdecken Sie die Snackbox von Messner, den Wurstpionieren. Diese Box ist gefüllt mit delikaten Salami- und Jausenstangerln für den anspruchsvollen Gaumen. Hergestellt aus 100% österreichischem Qualitätsfleisch wird ein reines Geschmackserlebnis ohne Zugabe von künstlichen Geschmacksverstärkern und ohne Zugabe von künstlichen Aromen geboten. Die Salami- und Jausenstangerl sind luftgetrocknet und traditionell geräuchert, um den authentischen Geschmack hervorzuheben. Mit der Messner Snackbox genießen Sie jederzeit und überall den besten und unverfälschten Geschmack. Messner steht für Qualität, Tradition und puren Genuss. [www.messner-wurst](http://www.messner-wurst)



## EXTRA HAPPY JAUSE

**Für Kids.** Wiesbauer präsentiert den neuen Hit für Kids und Junggebliebene: Im Juni startete mit Extra Happy eine brandneue Produkt-Linie, die auf die Vorlieben von Kids abgestimmt ist. Neben **Extra Happy Klassik** steht die Innovation auch mit **Gurkerl** und **Ketchup** zur Verfügung – wobei die kleinen Stückchen der Wurst eine frische Geschmacksnote sowie als bunte Farbkleckse eine verspielte Optik verleihen. [www.wiesbauer.at](http://www.wiesbauer.at)



## IT'S A KIND OF MAGIC

**Raps Magic Roast Chicken Style.** Der Gewürzherstellers Raps hat seine Magic Serie um eine neue Variante ergänzt. Der **Magic Roast Chicken Style** glänzt jedoch mit einer Eigenschaft, die es bisher noch nicht gegeben hat. Neben seinem feinwürzigen Grundgeschmack verleiht er Geflügelgerichten, egal, ob vom Grill, aus der Pfanne oder aus dem Ofen, das unverwechselbare und so beliebte Aroma von gegrilltem Brathuhn. [www.raps.at](http://www.raps.at)



## EYECATCHER FÜR IHR BURGER-SORTIMENT

**OMG Burger von Edna.** Dieser attraktive Bun ist ein echter Umsatzgarant! Durch ein spezielles Veredelungsverfahren erhält der **OMG-Burger (Art. 1324)** seinen charakteristischen Look und wird so zum absoluten Hingucker in Ihrer Auslage. Das aromatische Burger-Weckerl in Gourmet-Qualität ist bereits fertig gebacken sowie mit Steg vorgeschnitten. Dies macht ihn besonders praktisch im Handling – einfach nur auftauen, belegen und direkt genießen. [www.edna.de](http://www.edna.de)

## FEURIG INTENSIV: CHILI BURGER BUN UND BRIOCHE BURGER BUN VERSTÄRKEN DAS SORTIMENT



**Zwei neue Burger von Vandemoortele.** Vandemoortele bekommt im Sommer 2024 mit dem **Chili Burger Bun** und dem **Brioche Burger Bun** Verstärkung im Burger-Brötchen-Sortiment. Der Chili Burger Bun ist ein würzig-scharfes Burgerbrötchen mit einem Topping aus Paprikaflocken, Zwiebeln,

Knoblauch, Pfeffer und Tomaten. Auch die pikante Schmolle hat es mit roten Paprikaflocken, Zwiebeln und Chili in sich.

Der Brioche Burger Bun hat eine goldig glänzende Kruste und schmeckt durch den intensiven Brioche-Geschmack einzigartig gut. Die weiche Schmolle und die hochwertige Rezeptur mit Ei und Butter runden dieses neue Burgerbrötchen ab.

Beide Brötchen sind von außen knusprig und von innen super soft, wie der Anwender es von einem perfekten Burgerbrötchen erwartet. Zudem verfügen sie über eine lange Haltbarkeit von 24 Stunden nach dem Auftauen im Kühlschrank. Weitere wichtige Kriterien bei der Anwendung sind der Faktor Zeit und eine praktische Handhabung: Beide Brötchen sind vorgeschnitten und fertig gebacken. Das minimiert das Verletzungsrisiko und spart Zeit. Ein Brötchen ist 90 Gramm schwer und hat einen Durchmesser von 11,5 cm.

Die Zubereitung ist einfach: bei Raumtemperatur 60 Minuten antauen lassen und nach Belieben für mehr Knusprigkeit ca. 2 Minuten im Ofen erwärmen. [www.vandemoortele.com](http://www.vandemoortele.com)





Alle drei Mannschaften  
gemeinsam mit der Jury  
und den Veranstaltern.

## EIFRIGES WETTBRUTZELN AUF DEN ROSTEN

Die Private HTL für Lebensmitteltechnologie Hollabrunn lud auch heuer wieder zum mittlerweile traditionellen Grillwettbewerb. Die dritte Klasse des fünfjährigen Ausbildungslehrgangs bildete drei Teams, die um die kulinarische Gunst der Jury buhlten.

Die Drittklassler hatten sich eine Menge einfallen lassen, um die Juroren nicht nur kulinarisch, sondern auch mit ihrer Inszenierung zu beeindrucken. Jede der drei Mannschaften hatte drei Gänge zuzubereiten. Gang eins bestand aus einem Burger, Gang zwei aus dem Schweinefilet mit passender Begleitung. Den süßen Abschluss sollte ein Dessert nach freier Wahl bieten.

### „La Mejor Cocina“

Team eins hatte sich dem mexikanischen Barbecue verschrieben und nannte sich dementsprechend „La Mejor Cocina“ (dt.: Die beste Küche). Teammitglieder waren: Rebecca Brand, Fabian Kronberger, Gregor Pauliny, Hannah Rauscher, Tristan Schaffers, Jan Schneider, Melanie Schuster, Lea Stadler, Elena Stürmer und Julian Tirmaninger.

Als erster Gang wurde ein „Tex Mex Burger“ serviert, ein Burger mit einem 140 Gramm Beef Patty, Cheddar, Guacamole, Salsa Sauce, Joghurt-Dip und gegrillten Maiskolben. Dazu wurde Lemon Soda gereicht. Gang zwei nannte sich „Hot Tacos“ und bestand aus einem hauchdünn geschnittenen Schweinsfilet mit knusprigen Tacos, Paradeisern, Salat, Kukuruz, Zwiebel, selbst gemachter Salsa, Joghurt-Dip, Guacamole, Letschogemüse nach mexikanischer Art und gegrillten Maiskolben. Dazu wurde eine Margarita gereicht.

Das Dessert hatte den klingenden Namen „Tiramisu Loco de Pina“: Dabei handelte es sich um eine gegrillte Ananas mit Erdbeermarmelade, Joghurt-Zitronen-Creme und flambierten Früchten. Der begleitende Gin Fizz sorgte für Hochprozentiges.

### „Meat Beaters“

Team zwei nannte sich „Meat Beaters“ (dt.: Fleischklopfer) und bestand aus den folgenden Teilnehmern: Julia Berger, Lena Dornhecker, Leon Foißy, Anna Friedsammer, Elisa Gratsch, Helena Huber, Klara Jelusic, Lukas Trewin und Janine Zamt.

Als ersten Gang präsentierten sie einen Bacon-BBQ-Burger mit einem Beef Patty, Speck, Cheddar und Röstzwiebeln zwischen einem Brioche-Laibchen. Dazu gab es einen Mojito. Gang zwei nannte sich Pork-Tenderloin-Skewer: Schweinefiletspieße mit Gemüse, dazu ideal passender Rotwein. Das Dessert war ein „Whipped Berry

Crepe“ und bestand aus einer Palatschinke mit Erdbeer-Topfencreme.

### „Sizzeling Aces“

Team drei hieß „Sizzeling Aces“ (dt.: Brutzelnde Asse) und setzte sich aus Ines Augustin, Linus Deisenhammer, Leo Dürnsteiner, Tobias Flandorfer, Jonas Jatschka, Manuel Lassel, Maximilian Pollak, Laurens Prozek und

Tobias Wagner zusammen. Diese

Mannschaft hatte sich für

folgende Gänge entschieden: Burger mit

Beef Patty, karamellisierten

Zwiebeln und

Coleslaw mit

einem vorzüglichen

Grünen Veltliner. Zum

zweiten Gang wurde ein

Schweinslun- genbraten mit

mediterranem Ge- müse serviert. Als

Wein wurde „Der Prakti- kant“ gereicht, ein lagerfähi- ger weißer Cuvee. Das Dessert bestand

aus gegrillten Pancakes mit Früchten, Vanilleeis und Schoko-Sauce, dazu gab es ein Glas Weißburgunder.



### Schwerarbeit für die Jury und knappe Entscheidung

Die 16-köpfige Jury unter Leitung von Direktor DI Gottfried Krottendorfer (im Bild links) und Werkstättenleiter Ing. Thomas Bergmann wurde in drei Gruppen eingeteilt und bestand aus folgenden Teilnehmern: Direktor Stefan Amon von der Landwirtschaftlichen Fachschule, Direktor Claus Tampier von der Landesberufsschule, von der HTL-Hollabrunn der Abteilungsvorstand Wilfried Hollmann, die beiden Werkstätten-Leiter Thomas Stiedl und Fritz Dunkl, von der HTLT Retz Direktorin Barbara Sablik-Baumgartner und Fachvorstand Jürgen Kircher, von der Priv. HTL für Lebensmittel Kerstin Spindler und Silke Zinsberger, vom Schulgemeinschaftsausschuss der Priv. HTL für Lebensmittel Martina Herrmann, Johannes Kronberger und Sonja Lassel sowie Robin Deisenhammer von PDM-Touristik, Herbert Taglieber von Lamb-Weston, Franz Enzmann von der NÖN und Chefredakteur Johannes Rottensteiner vom LebensmittelHandwerk.

Jede Jurygruppe bewertete je einen Gang von jedem Team. Zur Bewertung wurde das System der ABA (Austrian Barbecue Association) herangezogen, die Höchstnote lautete 10, ab einer Benotung unter sechs Punkten musste man das Ergebnis verbal begründen.

Die Entscheidung fiel dieses Jahr ziemlich eindeutig aus. Den Sieg holte sich das Team „La Mejur Cocina“ mit 323 Punkten vor den „Sizzeling Aces“ mit 301 Punkten und „Meat Beaters“ mit 275 Punkten. Die Sieger „La Mejur Cocina“ holten sich auch alle drei Einzelwertungen. ■



Die Siegermannschaft „La Mejur Cocina“.



Dritter Rang für die „Meat Beaters“.



Die zweitplatzierte Mannschaft: die „Sizzeling Aces“.



SCHRUTKA-PEUKERT  
LADENBAU

24/7 SELBSTLÄUFERLADEN | METZGEREIEN | FLEISCHEREIEN | BIO-HOFLÄDEN

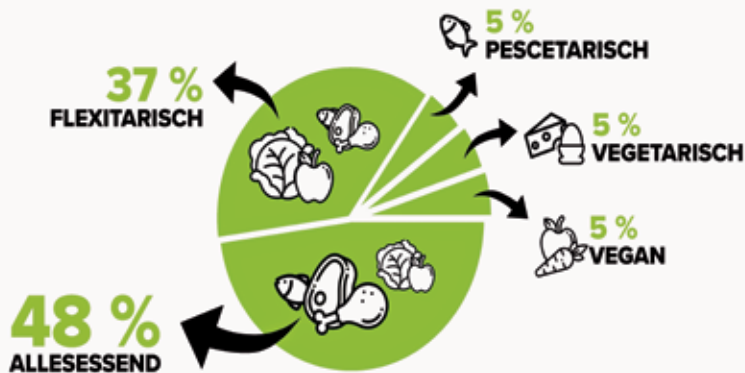
**100% HANDWERK 100% LEIDENSCHAFT**  
**LADENBAU DER EXTRAKLASSE**



In Kooperation mit

Landschaft  
schafft  
Leben

## ESSGEWOHNHEITEN DER ÖSTERREICHISCHEN BEVÖLKERUNG



Infografik © Land schafft Leben 2023  
Quelle: Smart Protein (2023): Evolving appetites: an in-depth look at European attitudes towards plant-based eating.

Pflanzliche Alternativen zu Fleisch haben in den letzten Jahren immer häufiger ihren Weg auf die Teller der Österreicherinnen und Österreicher gefunden. Doch was beinhalten diese Produkte? Und wie unterscheiden sie sich von Fleisch?

# FLEISCH ODER ERSATZPRODUKT? DARAUF KOMMT ES AN

Jede und jeder von uns hat unterschiedliche Ernährungsgewohnheiten. Diese unterscheiden sich einerseits in der Auswahl der Lebensmittel, die wir zu uns nehmen, aber auch in den Beweggründen, warum wir das tun. Vor allem wenn es um das Thema Fleischverzicht geht, haben Menschen eine Vielzahl an Beweggründen. Dennoch ernährt sich der Großteil der Menschen in Österreich omnivor, sie essen also alle Lebensmittel. Die zweitgrößte Gruppe bilden die sogenannten Flexitarier, die weniger häufig Fleisch essen, dieses dann allerdings bewusst auswählen oder auch gerne einmal zu pflanzlichen Alternativen greifen. Hier stellt sich nun die Frage: Hat es einen gesundheitlichen Mehrwert, statt zu Fleisch zu Fleischersatzprodukten zu greifen?

### Fleisch in der Ernährung

Betrachtet man Fleisch aus gesundheitlicher Sicht, so ist es ein guter Proteinlieferant. Es hat eine günstige Aminosäurezusammensetzung und Bioverfügbarkeit. Dadurch kann Fleisch vom Körper in der Regel besser verwertet werden als Proteine aus pflanzlichen Lebensmitteln. Außerdem ist

Fleisch eine Quelle für B-Vitamine, Eisen, Selen und Zink.

Wie bei den meisten anderen Lebensmitteln hängt auch die gesundheitliche Wirkung von Fleisch stark von der verzehrten Menge und dem Verarbeitungsgrad des Produkts ab. Idealerweise sollten Erwachsene nicht mehr als drei Portionen Fleisch oder Wurstwaren pro Woche essen. Dies entspricht einer Menge zwischen 300 und 450 Gramm. Rotes Fleisch und Wurstwaren sollten möglichst selten konsumiert werden. Der Verzehr von Rind, Schwein, Schaf oder Ziege steht in Verdacht, die Entstehung von Krebszellen, vor allem im Dickdarm, zu begünstigen. Stärker ist dieser Zusammenhang bei verarbeitetem Fleisch, daher sollten Schinken, Speck und Salami nicht übermäßig gegessen werden.

### Sind Fleischersatzprodukte also eine Alternative?

Der Verarbeitungsgrad spielt auch bei Fleischersatzprodukten eine entscheidende Rolle. Denn die meisten Alternativprodukte zählen zu den stark verarbeiteten Lebensmitteln. Dies sind all jene Lebensmittel, die mehrere Verarbeitungsschritte durchlaufen haben

und viele Zutaten und Zusatzstoffe enthalten. Ob nun ein Fleischersatzprodukt im Rahmen einer gesundheitserhaltenden Ernährung empfehlenswert ist oder nicht, hängt vor allem von dessen Zutaten und Nährstoffzusammensetzung ab. Stark verarbeitete Lebensmittel, gleichsam, ob fleischhaltig oder fleischlos, scheiden diesbezüglich häufig schlechter ab als weniger stark verarbeitete. Kritisch ist sowohl in Fleisch- als auch in Fleischersatzprodukten der oftmals hohe Salzgehalt. Fleischlose Alternativprodukte haben meist weniger Gesamtfett und oftmals deutlich weniger gesättigte Fettsäuren als tierische Fleischwaren. Dennoch sollte beim Kauf pflanzlicher Alternativen auf wenig verarbeitete Produkte wie Tofu, Seitan oder Tempeh zurückgegriffen werden.

Ob man sich nun für Fleisch oder die pflanzlichen Alternativen entscheidet: Kein Lebensmittel allein enthält alle Nährstoffe. Daher ist es am besten, die Ernährung so vielseitig und abwechslungsreich wie möglich zu gestalten. Abgesehen davon sollte die Auswahl der Lebensmittel generell auf möglichst frische und wenige hochverarbeitete Produkte fallen. [www.landschaftleben.at](http://www.landschaftleben.at) ■

## PLANT-BASED: SMASH BURGER

Die Schweizer Start-up-Manufaktur The Green Mountain präsentiert einen schmackhaften pflanzlichen Burger, der exklusiv für Gastronomie und Fleischereien erhältlich ist.

Die Schweizer Manufaktur The Green Mountain hat sich auf pflanzliche Alternativen spezialisiert und bringt mit ihrem neuesten Produkt eine aufregende Neuheit für alle Burgerliebhaber und Profiköche auf den Markt. Der Plant-based Smash Burger überzeugt durch seinen reinen und unverfälschten Geschmack und ist exklusiv für die Gastronomie und auch Fleischereien erhältlich. Damit bietet er eine hervorragende Alternative zu den klassischen, fleischbasierten Pattys.

### Vielfältige Zubereitungsmöglichkeiten und individueller Genuss

Der Plant-based Smash Burger bietet durch seine besondere Zubereitungsweise vielseitige Anwendungsmöglichkeiten. Anstatt eines dicken, traditionellen Pattys wird das pflanzliche Patty auf die heiße Grillplatte gedrückt, wodurch eine größere Auflagefläche entsteht. Dies führt zu einer karamellisierten Kruste, die den Geschmack intensiviert und eine knusprige Textur erzeugt.



Dank der anpassbaren Portionsgrößen können Gastronomen und Fleischfachgeschäfte ihre Pattys individuell braten und stapeln, was zu einer gleichmäßigen Garung und kurzen Zubereitungszeiten führt. Diese Flexibilität macht den Smash Burger nicht nur für klassische Burgerkreationen attraktiv, sondern auch für eine Vielzahl anderer Gerichte wie Cevapcici, Köfte, Hackbraten oder als Pizzatopping.

### Kreiert von Spitzenköchen

Die Entwicklung des Plant-based Smash Burgers ist das Ergebnis der Zusammenarbeit mit Sternekoch Patrick Maus sowie einigen

der angesagtesten Burger-Läden. Das Ziel war es, eine pflanzliche Alternative zu schaffen, die dem Original in nichts nachsteht und gleichzeitig die wachsende Nachfrage nach fleischfreien Produkten bedient.

### Fazit: ein neues Highlight in der pflanzlichen Küche

Mit dem Plant-based Smash Burger setzt The Green Mountain einen neuen Standard in der pflanzlichen Gastronomie. Die Kombination aus Geschmack, Vielseitigkeit und innovativer Zubereitung macht ihn zu einem Muss für jede moderne Küche. Für Gastronomen, die ihren Gästen eine hochwertige, pflanzliche Option bieten möchten, ist der Smash Burger eine hervorragende Wahl. ■

## Kleiner Anzeiger

### Verkauf von Geschäftseinrichtung für Fleischhauerei

• Großes Kühlpult • Heiße Theke • Wandregale • Wandkühlregal

Preise laut Anfrage, Tel.: +43 660/31 28 875



**Sichtbarkeit muss nicht teuer sein! Abonnieren Sie Fleisch & Co und platzieren Sie als Abonnent kostenlos Ihre Textanzeige in unserem Kleinanzeiger. Nutzen Sie diese Gelegenheit, um Ihre Produkte zu bewerben!**

**Fleisch & Co • Tel.: +43 664 130 35 28 • E-Mail: office@fleischundco.at**



## 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.

**Bin ich zu einer Grillparty eingeladen**, versuche ich schon vorher den größten Hunger zu stillen. Dem Grillmeister ist zwar schon mächtig heiß, wenn man eintrifft, und man hat Erbarmen mit seiner triefenden Stirn. Für die perfekte Glut muss man aber noch warten. Wir stehen also in der Mittagssonne, löschen den Durst und beruhigen das Magenknurren mit Baguette und Saucen. Auch bei den ersten Fleischportionen dränge ich mich nicht vor, denn die sind meist zu scharf angebraten, innen noch roh und außen verkohlt.

Rund zwei Stunden nach Eintreffen der Gäste wäre der Grill auf Idealtemperatur. Nur sind die meisten Gäste nicht mehr hungrig, weil sie schon zu viel Brot, zu viel verkohltes Fleisch oder zu viel Alkohol zu sich genommen haben.

**Ich aber krieg' gerade wieder Appetit** und komme nun in den Genuss von Perfektion, weil Glut und Griller nach den anfänglichen Kommunikationsschwierigkeiten zueinander gefunden haben. Sehr dankbar bin ich, wenn ich nun ein kleines Steak bekomme, außen würzig, innen rosa. Oder zarte und noch saftige Lammkoteletts. Manchmal auch einen Spieß, in dem sich Hühnerkeulen mit grünen Paprikastückchen abwechseln.

**Grüner Veltliner von Franz Josef Gritsch.** Der ideale Wein zu diesen puristischen Fleischteilen ist ein mineralischer Weißer. Nicht zu einfach, denn wir essen Fleisch. Aber auch nicht zu mächtig, denn es ist ja Sommer. Er soll frisch sein, also gerne ein aktueller Jahrgang, aber harmonisch und ausgewogen, also keine Säurebombe. All das trifft auf den Grünen Veltliner Kirchpoint von Franz Josef Gritsch zu. Sein Weingut Mauritushof in Spitz war schon im 13. Jahrhundert Lesehof für das bayerische Kloster Niederalteich. Die Weingärten, die über Jahrhunderte für die Kirche bewirtschaftet wurden, fließen in den Kirchpoint ein und ergeben einen wunderbar duftigen, kühlwürzigen Veltliner mit schönem Körper und feinen Rundungen.

### Grüner Veltliner Kirchpoint 2023

Weingut FJ Gritsch  
Kirchenplatz 13,  
3620 Spitz  
Tel.: 02713/2450, [www.gritsch.at](http://www.gritsch.at)  
**Ab Hof Preis:** € 13,00

Hat es geschmeckt?  
Schreiben Sie mir an  
[d.muhr@wine-partners.at](mailto:d.muhr@wine-partners.at)



## „STIEGLITZ“ WIRD FLÜGGE: STIEGLS NEUE LIMONADEN

Die Salzburger Privatbrauerei präsentiert eine neue eigene Limonade in acht verschiedenen Geschmacksrichtungen, stellt sich damit breiter auf und spricht eine neue, moderne Zielgruppe an.

Die Marke Stiegl steht seit jeher für Geschmack, Vielfalt und Qualität. Das gilt nicht (mehr) nur bei Bierspezialitäten, sondern auch für die jüngste Produktinnovation. Mit den taufrischen „Stieglitz“-Limonaden steigt Österreichs führende Privatbrauerei in das Limonaden-Geschäft ein. Ziel ist es, sich am wachsenden Markt alkoholfreier Erfrischungsgetränke zu positionieren. „Ideen dazu gab es in der Brauerei schon länger. Wir sehen, dass die Konsument:innen – vor allem die jüngeren – verstärkt zu alkoholfreien oder alkoholfreien Getränken greifen. Genau für diese Zielgruppe wollen wir neben unserem 0,0% Freibier und unserem alkoholfreien Radler ein weiteres Angebot bieten“, betont Stiegl-Chefbraumeister Christian Pöpperl.

### Für Handel & Gastro

„Stieglitz“ gibt es in den acht Geschmacksrichtungen Orange, Zitrone, Himbeere, Rhabarber-Mirabelle, Kräuter, Cola-Orange, Wild Lilly und Coco Bello. Die Limonaden werden in bekannter Stiegl-Qualität aus besten Rohstoffen hergestellt. Von klassischen Limonaden unterscheidet sich das Sortiment

durch hohe Natürlichkeit und reduzierten Zuckeranteil. „Bis auf Kräuter und Wild Lilly haben wir überall einen vergleichsweise hohen Fruchtsaftanteil. Auch beim Zucker haben wir uns so weit wie möglich hinunter gewagt“, erklärt Pöpperl.

Für den gelungenen optischen Auftritt des Neuprodukts sorgen die Etiketten, die mit pfiffigen Illustrationen rund um den sympathischen, lustig-frechen Vogel „Stieglitz“ gestaltet wurden. Abgefüllt werden die Limonaden in der handlichen, neuen 0,33-l-Mehrweg-Klarflasche aus thermisch gehärtetem Leichtglas. „Wir sind überzeugt, dass gerade die kleine Flasche großes Potenzial hat. Mit einem Mehrweganteil von 72% liegt Stiegl schon jetzt über dem Branchenschnitt“, betont der Chefbraumeister. Der Drehverschluss sorgt für anhaltende Frische.

Die einzelnen Sorten eignen sich auch perfekt zum Mischen, wie etwa die Bitterlimo Wild Lilly, die ideal mit Gin harmoniert. Ob zur reinen Erfrischung oder gemixt als Longdrink, die „Stieglitz“-Geschmacksvielfalt bringt auf jeden Fall prickelnden Genuss in den Alltag. ■



Rezept **des Monats** powered by

**WIBERG** GEWÜRZMÜHLE NESSE *Gewürzmüller*

  
**NovaTaste**

# GRILLSPIESS AKROPOLIS

Spieße sind im Sommer ein Klassiker, der in keiner Theke fehlen darf. Ob für das Grillfest oder ein schmackhaftes Mittagsmenü, diese vielfältig marinierten Köstlichkeiten sind bei Alt und Jung beliebt. Mit den Pure Oil Marinaden können Sie Ihre Speisen individuell und vielseitig würzen.

Vor allem in den Sommermonaten dürfen sie in keiner Metzgerei fehlen: Köstliche, mit Marinaden ummantelte Fleischspezialitäten. Mit feinen Ölmarinaden werden Grillspezialitäten zum strahlenden Hingucker in jeder Theke. In vielen unterschiedlichen Varianten von Italia über Kräuter bis hin zu Chili verleihen Ölmarinaden dem Fleisch einen appetitlichen Glanz und sind einfach zu verarbeiten. Eine hochwertige Marinade garantiert auch abgerundeten Geschmack und legt sich als sicherer Schutzmantel um das Fleisch. Das Grillgut bleibt so länger saftig, zart und weich.

Eine Besonderheit sind die Pure Oil Marinaden der Marke Gewürzmüller. Die Linie

steht für Genuss ohne zugesetztes Palmöl und gehärtete Fette. Die Marinaden punkten mit unverfälschtem Geschmack und schenken dem Grillgut mithilfe von Rapsöl eine appetitliche Optik. Die Pure Oil Marinaden sind in verschiedensten Sorten erhältlich. Diverse Länderküchen von Amerika und Mexiko über Deutschland, Griechenland bis hin zu Indien und Thailand werden genauso abgedeckt wie frühlingshaften Kräuter, tropische Früchte und feurige Chilischärfe.

Unser Tipp für Ihr nächstes Mittagsmenü: Die Akropolis Gyros Marinade Pure Oil schmeckt deftig nach Paprika, Zwiebel und Oregano und punktet mit ihrer strahlend roten Farbe. ■

## Material

10,0 kg Rinderhüfte  
1,0 kg Akropolis Gyros Marinade Pure Oil,  
Art.-Nr.: 286896  
1,5 kg Paprika, rot  
1,5 kg Zucchinischeiben  
schwarze Oliven, ohne Stein

## Zubereitung

Garzeit ca. 5–6 Minuten

## Verarbeitung

Die Rinderhüfte in gleichmäßige Würfel von 2 x 2 cm Kantenlänge schneiden und in der vorbereiteten Akropolis Gyros Marinade Pure Oil wenden.

Rote Paprikaschoten putzen, vierteln, die Kerne entfernen und in gleichmäßige Stücke (2 x 2 cm) schneiden.

Zucchini in 1 cm dicke Scheiben schneiden. Die marinierten Fleischwürfel abwechselnd mit Gemüse auf Spieße stecken, an beiden Spießenden mit jeweils einer schwarzen Olive abschließen.

# Automatenmischwolf AE 130 M

Zum Mischen und anschließenden Wolfen,  
zum Wolfen und anschließenden Mischen,  
als reiner Mischer oder reiner Automatenwolf nutzbar



4 in 1



Mehr Infos:



Maschinenfabrik Seydelmann KG

Tel. +49 (0)711 / 49 00 90-0  
info@seydelmann.com  
www.seydelmann.com

Hölderlinstraße 9  
70174 Stuttgart  
Germany

Kutter  
Mischer  
Wölfe

Feinstzerkleinerer  
Produktionslinien  
Gebrauchtmaschinen