

FLEISCHER-HANDWERK

Das Fachmagazin für die Produktion und den Verkauf von handwerklich erzeugten Fleisch- und Wurstwaren



FLEISCHER MIT ERFOLG:

Metzgerei Boll,
Görwihl

- **MESSEVORSCHAU:** SÜFFA - Teil 1 ■ **NACHWUCHS:** Annika Markus ■ **PRODUKTION:** Hüllen & Clippen
- **BAYERN:** „Schnupperkurs“ in der Hofmetzgerei ■ **DIGITALER CHAMPION 2026:** Metzgerei Glasauer

Jetzt im Mini Abo erhältlich!

10 € für 2 Ausgaben

KAFFEE & CO.

is always
A
GOOD
idea



089/37060-271 | abo@blmedien.de
www.blmedien.de/kaffee/miniabo

Das Abo endet nach Erhalt der
2. Ausgabe automatisch.



Fehler im System



Marco Theimer,
Chefredakteur,
FH Fleischer-
Handwerk

Nein, liebe Leserinnen und Leser, hier geht es nicht darum, dass Bundesregierungen – egal ob rechts, links oder anderer Couleur – Wahlsprechen oder Koalitionsvereinbarungen brechen oder ein Spitzenkandidat einer in Teilen rechtsextremen Partei Ministerpräsident werden könnte. Es geht ums Thema Ausbildung und deren Stellenwert in unserer Gesellschaft. Ich selbst habe zwei Ausbildungen in der Gastronomie und Hotellerie und schloss danach ein Studium erfolgreich ab. Zweiter Bildungsweg also. Jahrzehntlang rieten Eltern ihren Kindern dazu, zu studieren statt eine Ausbildung zu machen. Der zweite Bildungsweg galt als uninteressant und nicht zukunftsfähig, eine klassische Ausbildung ebenso. Die ist und war für viele Haupt- und Realschüler/-innen der Weg zum Broterwerb. Im August die Meldung des Statistischen Bundesamtes, dass sich rund 10 % der Menschen zwischen 20 und 24 Jahren weder im Studium, einer Ausbildung oder einer Schule befinden, ca. 1,2 Mio. seien das. 2022 lag die Zahl bei 8.8 %. Was machen diese jungen Leute, influenzen? Warum arbeiten sie nicht oder bilden sich weiter? Sind sie ein Fehler im System? Wenn ja, ein gigantisches Potenzial, das langfristig besser genutzt werden muss!

Etwa im Handwerk, das laut Zentralverband des Handwerks (ZDH) im 1. Hj. 2026 zwar über 67.700 neue Ausbildungsverträge vermeldete, zugleich aber immer noch 20.000 Ausbildungsplätze unbesetzt blieben. Das freute ZDH-Präsident Jörg Dittrich: „Die steigenden Ausbildungszahlen sind eine nachdrückliche Botschaft. Junge Menschen entscheiden sich bewusst für das Handwerk. Hier muss niemand Angst vor KI haben“. Unser Land braucht hunderttausende zusätzliche Fachkräfte im Handwerk – auch aus dem Ausland. An der mangelnden Arbeit kann es also nicht liegen, Stichworte: Infrastruktur, Energiewende, Wohnungsbau. Und Handwerker brauchen etwas Bodenständiges zu Essen, z.B. aus der Metzgerei oder Fleischerei. Und: Wer hätte es gedacht! In den Berufen im Fleischerei-Fachverkauf und Fleischer/-in war der Anstieg der Ausbildungsverträge 2025 mit einem Plus von 30 % und 13 % am größten. Weit dahinter: Kfz-Mechatroniker/-in, Frisör/-in oder Dachdecker/-in. Diese Zahlen machen Hoffnung! Zudem stieg das Azubigehalt in den vergangenen zehn Jahren um 47 % schneller als die Tariflöhne (35 %) und übertrifft den Bafög-Höchstsatz für Studierende. Ausbildung lohnt sich also!

Nur das muss auch in den Köpfen der Eltern und Politiker ankommen! KI zu fördern alles schön und gut, Rechenzentren ausbauen ebenso. Doch eine gute Wurst handwerklich herstellen kann eine KI eben nicht. Das Handwerk bietet jede Menge Chancen! Eine davon hat eine junge Frau aus Baden-Württemberg genutzt, die nach der Kosmetikschule nun ihren Traumberuf in einem mobilen Verkaufswagen einer Metzgerei gefunden hat (s. Seite 16). Schön zu sehen, war es ebenso für mich, dass einige Eltern ihre Kinder zum „Schnuppertag“ in einer Hofmetzgerei im Landkreis Fürstentum gebracht haben (s. S. 10). Zwei Beispiele in dieser Ausgabe, die aufzeigen, dass das Handwerk mehr zu bieten hat, als viele denken.



FH FLEISCHER HANDWERK jetzt auch auf LinkedIn!

Bleiben Sie mit uns immer am Puls des Fleischerhandwerks!

Auf unserem LinkedIn-Profil finden Inhaber, Verantwortliche und Beschäftigte in handwerklichen Fleischereien bzw. Metzgereien:

- Exklusive Einblicke hinter die Kulissen der Branche sowie Events
- Aktuelle Branchentrends rund um regionale Fleisch und Wurstspezialitäten, Partyservice & Catering, Vertrieb u.v.m.
- Praxisnahe Hilfe für den betrieblichen Alltag

Werden Sie Teil unserer Community und tauschen Sie sich mit uns und Fachleuten aus dem Fleischerhandwerk aus!

Jetzt folgen:
FH Fleischer-Handwerk
auf LinkedIn





Branchenblick

Fehler im System	3
Kurz notiert	5
Ein Fest des Miteinanders	6
WBC 2028 in Brisbane	8
Metzgerei O. Zeeb zertifiziert	9
Fokus Bayern: Maisach: „Schnuppertag“ in der Hofmetzgerei	10
Metzgerei Rauch investierte	12
365. Meisterkurs in Augsburg	14

Nachwuchs

Spannende Perspektiven	15
Annika Markus, Metzgerei Haller: Erfolgreich abgebogen	16

Workshop

Bio-Geflügel veredeln	19
-----------------------------	----

Digitaler Champion 2026

Metzgerei Glasauer geehrt	22
---------------------------------	----

Fleischer mit Erfolg

Görwihl:

Typisch Hotzenwald Alisa und Marco Schill	24
--	----

Bad Kissingen:

Allrounder mit Köpfchen Thomas Faber und Johanna Nemeth	26
---	----

Tantow-Schönfeld:

Wurstwagen in der Uckermark Familie Retzlaff	28
---	----

Weilburg-Gaudenbach:

Vertrauen als Fundament Familie Grasmehr	30
---	----

Dieser Ausgabe liege Beilagen von Handtmann Processing, Biberach/Riß, der Landesmesse Stuttgart sowie KWS Küttler, Neuental-Gilsa, bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.

GOGREEN Der Umwelt zuliebe auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. Der Versand dieses Heftes erfolgt CO₂-neutral mit dem Umweltschutzprogramm „GoGreen“ der DHL Group.

Gegenwart und Zukunft

Mit KI in die Zukunft	38
-----------------------------	----

SÜFFA-Vorschau - Teil 2

Team Cup & mehr	40
Statements & Neuheiten	ab 42

Produktion

Wenn die Kühlung versagt	18
Marge steckt im Klassiker	32

Betriebsführung

Auf Frauen bauen	49
------------------------	----

Rubriken & Produkte

Neu auf dem Markt	51
Gesucht & gefunden/ Impressum	52

Titelbild: Seit 2013 führen Alisa (im Bild) und Marco Schill die Metzgerei Boll in Görwihl und verwöhnen ihre Kundschaft mit Speck, Schinken und vielem mehr. Foto: M. Theimer

1. Deutsches Bratwurstmuseum Hör-Station mit „Knackeffekt“

An „Wursti's Hör-Station“ im Bratwurstmuseum in Mühlhausen in Thüringen kann der Knackeffekt von Würsten im Naturdarm erraten werden. Bei der Eröffnung dabei waren der Thüringer Bratwurstkönig Norbert Abt, die 11. Bayerische Weißwurstkönigin Julia Böbel und die Nürnberger Bratwurstkönigin Sofia Hillebrandt. Der Naturdarmverband engagiert sich für die Wertschätzung handwerklich hergestellter Produkte, dieses kulinarische Erbe sichtbar zu machen und zeitgemäß weiterzuentwickeln. An der digitalen Audio-Station gilt es durch genaues Hinhören zwischen verschiedenen Geräuschen, das „Knacken“ einer Weißwurst und einer Thüringer Rostbratwurst zu erkennen. „Diese Hör-Station vermittelt unterhaltsam, was eine gute Bratwurst auszeichnet, und macht einen besonderen Teil unserer Wurstkultur mit allen Sinnen erlebbar“, so der Geschäftsführer des Bratwurstmuseums, Thomas Mäuer. Und Hilmar Reiß, beim Zentralverband Naturdarm verantwortlich für das Thema Wurstkultur betonte: „Die Wurstkultur lebt davon, dass wir ihre Geschichten bewahren und immer wieder neu erzählen.“ www.naturdarm.de, www.bratwurstmuseum.de

Schon bei Facebook geliked?

FH



VIELEN DANK für
über **11.000** Follower!



M.E.A.T. Zum CMDC-Judge berufen

Ronny Paulusch, Dipl.-Fleischsommelier und Gründer der M.E.A.T. GmbH (Wien), wurde zum Judge für das Campeonato Mundial de Carnes (CMDC) in Argentinien berufen. Die Einladung erfolgte durch Prof. Luis Barcos (li.), Präsident des Wettbewerbs und eine international prägende Persönlichkeit in den Bereichen Tiergesundheit und Fleischwirtschaft. Für Ronny Paulusch ist die Berufung auch fachlich ein konsequenter Schritt. Seit Jahren beschäftigt er sich mit Fleischqualität, strukturierter Sensorik, Reifung, Qualitätsbewertung und modernen Ausbildungskonzepten für Fleischsommeliers. Der CMDC bietet eine besondere Plattform, um wissenschaftliche Methodik, praktische Fleischerfahrung und internationale Qualitätsdiskussion zu verbinden. „Die Fleischbranche spricht seit Jahren über Qualität. Zugleich fehlt oft eine gemeinsame Sprache, um Qualität wirklich nachvollziehbar zu beschreiben und vergleichbar zu machen“, sagt er: „Gerade deshalb halte ich den internationalen Austausch zwischen Wissenschaft, Praxis, Fleischsommeliers, Spitzenküche und Konsumenten für enorm wichtig.“ Das Finale des Wettbewerbs findet am 17. September 2026 in Buenos Aires statt. <https://web.meat-gmbh.com/>

Fleischer-Innung Rheinhessen Drei Innungen werden eine

Die Fleischer-Innung Alzey, die Fleischer-Innung Mainz-Bingen und die Fleischer-Innung Worms haben sich zur Fleischer-Innung Rheinhessen zusammengeschlossen. Bei der Gründungsversammlung am 12. August 2026 in Mainz wurde Peter Walz einstimmig zum Obermeister gewählt. Unterstützt wird er von seinen Stellvertretern Gerd May und Markus Brager und dem engagierten Vorstand. Gemeinsam will die neue Innung die Interessen der Mitgliedsbetriebe vertreten und die Sichtbarkeit des Fleischerhandwerks in der Region stärken. Im Fokus stehen Nachwuchsgewinnung, Ausbildung und Image. Der Blick geht nach vorne: Vom 18. bis 19. Oktober 2026 findet der deutsche Fleischerverbandstag in Mainz statt. Am 17. Oktober lädt der „Marktplatz der Genüsse“ auf dem Leichhof dazu ein, das Fleischerhandwerk, regionale Lebensmittel und Ausbildung zu erleben. <https://khs-mainz-bingen.de/>



GILDE

Neuer Partner in der Region Trier

Die Foodservice Irmén OHG aus Trier ist seit 1. Juli 2026 neuer regionaler Partner der GILDE. Das Familienunternehmen bringt Erfahrung, Kunden- und regionale Kompetenz in die Gruppe ein. Mit dem Beitritt erweitert es sein Sortiment um die Produkte der Genossenschaft und bietet auch deren Eigenmarke an. Zugleich profitiert es von der gebündelten Einkaufskraft, gemeinsamen Ansätzen bei der Vermarktung sowie der Leistungsfähigkeit der Gruppe. Foodservice Irmén versorgt seit über 30 Jahren u.a. Fleischerien, Gastronomie, Caterer, Großküchen und Vereine mit seinem Sortiment. Seit 2022 ist mit Jana Irmén die dritte Generation im Familienbetrieb tätig. Mit der Partnerschaft wollen beide Partner Synergien nutzen, Kompetenzen bündeln und die Verbindung zwischen regionalem Lebensmittelhandwerk und einem starken genossenschaftlichen Netzwerk ausbauen. www.irmen.info, www.gilde.eu



Markenschaufenster



STILLER
VERSCHLIESS-TECHNIK

Telefon 07268 392

Dosenverschleißmaschinen
Halb- und vollautomatisch, für Handwerk und Mittelstand

WWW.STILLERGMBH.DE

Fleischeraromen

In flüssiger, oder Pulverform. Für den gehobenen und vollen Fleischgeschmack. Zum Test kostenlose Muster.

Hansen KG

Info@hansen-kg.de
Tel. 02863-383470



Ein Fest des Miteinanders

Beim Jubiläumsfest zum 100-jährigen Bestehen unter dem Motto „100 Jahre miteinander“ wurde deutlich, was die Fleischerei Kohl-Kramer seit Generationen ausmacht: handwerkliche Tradition, Verbundenheit mit der Region und die Unterstützung des örtlichen Vereinslebens.

Trotz großer Hitze kamen viele Besucher nach Trockenerfurth, um mit der Familie Kästel, Mitarbeitern, Vereinen, Nachbarn und Wegbegleitern zu feiern. Bürgermeister Marcel Pritsch, Ortsvorsteher Sezar Ay und Landrat Winfried Becker würdigten die Bedeutung der Fleischerei für den Ort und die Region sowie das Engagement der Familie für Vereine und Ehrenamt. Persönlich wurde es bei den Worten von Regierungspräsident Mark Weinmeister. Sein Blick richtete sich auf Max Kästel, Fleischermeister und seit

2024 Mitgeschäftsführer. Er betonte, welche besondere Chance und Verantwortung darin liege, ein Unternehmen zu übernehmen, das über 100 Jahre gewachsen ist. Max sei die nächste Generation, die das handwerkliche Wissen und die Werte der Familie bewahre: „Ich wünsche mir, dass es mehr junge Menschen wie Max gibt“, so Mark Weinmeister.

„Ahle Wurscht“-Talk

Beim von Tochter Christine Kästel moderierten Politik-Talk „Politik trifft Ahle Wurscht“ sprachen Hessens Landwirtschaftsminister Ingmar Jung, Mark Weinmeister und Dr. Christoph Ullrich (Regierungspräsident Regierungsbezirk Gießen), über Landwirtschaft, regionale Lebensmittel und die Zukunft des Fleischerhandwerks. Auch die Nordhessische Ahle Wurscht (g.g.A.) stand im Fokus. Mark Weinmeister würdigte den langjährigen Einsatz Fritz Kästels für den Schutz und die Anerkennung der nordhessischen Spezialität. Dr. Ullrich erläuterte die besondere Bedeutung der geschützten geografischen Angabe. Sein

Regierungsbezirk ist für die Überwachung der entsprechenden Qualitätsanforderungen zuständig. Ahle Wurscht verbinde traditionelles Handwerk, regionale Landwirtschaft und geprüfte Qualität – und sei ein Stück nordhessische Identität.

Tradition trifft Streetfood

Ein besonderer Moment war die Vorstellung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch Gabriele Kästel. Sie stellte sie persönlich vor und erläuterte ihre Aufgaben. Dabei wurde deutlich: 100 Jahre Kohl-Kramer sind nicht nur die Geschichte einer Familie. Auch die Menschen, die über Jahrzehnte im Betrieb gearbeitet, Verantwortung übernommen und ihn mit ihrem täglichen Einsatz geprägt haben, gehören dazu. Heute sind es rund 40 Beschäftigte.

Vereine, Nachbarn und Helfer unterstützten die Feier, u.a. die Feuerwehren Borken-Kernstadt und Trockenerfurth, SV Trockenerfurth, DRK-Ortsverein Borken, Posaunenchor, Kirchenvorstand, Kirmesburschen Nassenerfurth und der Bauhof Borken. Auch die Familien Rauthe, Baun und Plock halfen tatkräftig mit.

Für ein besonderes kulinarisches Erlebnis sorgte der „Event-Warrior“ der Fleischerei Hamm aus Griesheim. Thiemo Hamm und sein Sohn kamen mit dem Foodtruck der Superlative und machten daraus eine besondere Bühne für die Produkte der Jubiläumsfleischerei: nordhessische Streetfood-Kreationen wie Nordhessen-Hotdog oder der Burger „uff hessisch“ mit Kochkäse und Pstrami vom Schwalmwiesenrind im Schwälmer Rotkäppchenbrot. Mit Freude, guter Stimmung und vielen Begegnungen wurde gemeinsam bis in die Nacht gefeiert. **red**

www.kohl-kramer.de



Pop-up-Store

Mit einem Pop-up-Store vom 6. Juni bis 30. August 2026 im Zentrum von Belm ging AVO einen für das Unternehmen ungewöhnlichen Weg.

Foto: AVO-Werke August Beise

Erstmals präsentierte sich der Gewürzspezialist mit seinen Produkten direkt gegenüber Endverbraucherinnen und Endverbrauchern. Der Store diente weniger als klassischer Vertriebskanal, sondern strategisches Instrument der Markenkommunikation und Kundeninteraktion. Damit schuf das Unternehmen einen direkten Berührungspunkt zur Marke und wurde für die Öffentlichkeit erlebbar. Viele Besucherinnen und Besucher, spannende Gespräche und eine positive Resonanz auf das Sortiment unterstrichen das Interesse an der Marke. Zur Grill- und Sommersaison gab es hier zahlreiche Produkte: herzhaftes Fleischwürzmischungen wie der RIO Steak Pfeffer, schmackhafte Saucen für Burger und Hot Dogs oder typisch rauchigen Rub für BBQ-Fans. Auch Freunde der vegetarischen und veganen Küche konnten Neues entdecken, z.B. Basis-mischungen für vegane Burger-Patties und Würzmischungen für Gemüse- und Kartoffelgerichte. www.avo.de



ANZEIGE



Winter Fahrzeugtechnik

Auf der IAA Transportation 2026 in Hannover

Das Team von Winter Fahrzeugtechnik GmbH präsentiert auf den Ständen von Nissan, Renault, Stellantis und Toyota aktuelle Fahrzeuglösungen für den temperaturgeführten Transport. In Halle 13 erwarten die Besucher insgesamt vier Kühlfahrzeuge mit batterieelektrischen sowie konventionellen Antriebskonzepten.

Im Fokus stehen praxisgerechte Fahrzeuglösungen für Metzgereien, Lebensmittelhandwerk, Frischelogsistik und Filialbelieferung. Die Ausbauten unterstützen eine sichere Kühlkette, hohe Wirtschaftlichkeit und einen zuverlässigen Warenfluss im täglichen Einsatz.

„Die IAA Transportation ist für uns eine wichtige internationale Plattform, um gemeinsam mit unseren Partnern innovative Lösungen für die Transportlogistik zu präsentieren“, erklärt Christian Wenig, Vertriebsleiter von Winter Fahrzeugtechnik.

Winter setzt auf eine technologieoffene Ausrichtung: Während batterieelektrische Fahrzeuge insbesondere im urbanen Verteilerverkehr an Bedeu-

tung gewinnen, bleiben effiziente Verbrenner in vielen Anwendungsbereichen unverzichtbar. Für beide Konzepte bietet Winter maßgeschneiderte Kühlfahrzeuglösungen, abgestimmt auf die Anforderungen von Handwerk, Handel und Logistik.

Das Winter Kühlfahrzeuge Team freut sich auf den persönlichen Austausch mit Kunden, Partnern und Fachbesuchern.

Halle 13:

Nissan
Renault
Stellantis
Toyota

Stand E46
Stand E70
Stand C41
Stand C95



www.winter-kuehlfahrzeuge.de



2028 in Brisbane

Die nächste World Butchers' Challenge (WBC) findet vom 9. bis 12. März 2028 im australischen Brisbane statt. Dort werden mehr als 200 Spitzenmetzger aus 20 Nationen gegeneinander antreten.

Der Wettbewerb wird dort sein zehnjähriges Jubiläum feiern. Veranstaltungsort ist das Brisbane Convention & Exhibition Centre (BCEC). Die Veranstaltung wird vom Australian Meat Industry Council (AMIC) ausgerichtet. Ab sofort können sich teilnehmende Nationen auf der Website für die Wettbewerbe „World Butchers' Challenge“, „World Champion Butcher Apprentice“ und „Young Butcher“ sowie für die „World Sausage Awards“ anmelden. Offizielle Partner der WBC 2028 sind Victorinox und Flavour Markers. Die Gewinner der Victorinox Champions Trophy werden am 12. März 2028 bei

einem Galadinner bekanntgegeben. Erstmals rief die WBC dazu auf, dass auch asiatische Teams teilnehmen können.

20 Teams sind das Ziel

Die 10. WBC wird voraussichtlich die bisher größte Veranstaltung dieser Art sein; die Teilnehmerzahl soll von 14 Teams, die 2025 in Paris antraten, auf 20 Teams ansteigen. Jedes sechsköpfige Nationalteam hat 3:15 Stunden Zeit, um eine Rinderhälfte, eine Schweinehälfte, ein Lamm und fünf Hühner in eine themenbezogene Präsentation von wertsteigernden Fleischstücken zu verwandeln.

Der Wettbewerb beginnt am Do., 9. März 2028, mit den „World Sausage Awards“. Die Wettbewerbe „World Champion Butcher Apprentice“ und „Young Butcher“ finden am Fr., 10. März 2028, statt. Diese beiden Wettbewerbe sind zwei separate Kategorien, die nach dem gleichen Konzept wie die der WBC gestaltet sind. Bei diesen Einzelwettbewerben werden aufstrebende Talente der Branche gewürdigt und ausgezeichnet. Der Hauptwettbewerb der WBC findet dann am Sa., 11. März 2028, statt.

Das Butcher Wolfpack hat sich bereits seit Januar verstärkt und startet in seine intensiven Trainingseinheiten an der Fleischerschule in Augsburg, die Anfang 2028 abgeschlossen sein sollen. Das Team ist aktueller Vizeweltmeister, tritt in Brisbane in allen Kategorien an und dankt allen neuen und bisherigen Partnern und Unterstützern.

www.worldbutcherschallenge.com
www.butcherwolfpack.de



NovaTaste

Ohne Raucharoma produzieren

Schon im April 2024 stimmten die EU-Mitgliedstaaten einem Vorschlag der Europäischen Kommission zu, der die Genehmigung acht spezifischer Raucharomen nicht verlängert. Nach einer Übergangszeit dürfen diese Aromastoffe in der EU nicht mehr verwendet werden. Die Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) beruft sich in ihrer Entscheidung auf wissenschaftlichen Bewertungen. Diese führten zum Schluss, dass bei allen acht bewerteten Raucharoma-Produkten genotoxische Risiken entweder bestätigt oder nicht ausgeschlossen werden können. Im Rahmen der aktualisierten Bewertungsmethodik wurden auch neue von den Herstellern eingereichte Daten berück-



sichtigt. Um Produzenten Zeit zu geben, sich darauf einzustellen, wurden Übergangsfristen festgelegt:

- Für Produkte, bei denen traditionelles Räuchern durch Raucharomen ersetzt wird, etwa bei Schinken, Fisch oder Käse, gilt eine Übergangsfrist bis 1. Juli 2029.
- Für andere Anwendungen, bei denen Raucharomen nur den Geschmack verstärken, wie in Suppen, Chips, Saucen oder veganen Fleischalternativen endete die Frist am 1. Juli 2026.
- Lebensmittel, die vor Inkrafttreten der Verordnung die bisherigen Bestimmungen erfüllen und vor Ende der geltenden Übergangsfrist in Verkehr gebracht wurden, dürfen bis zum Ende ihres Mindesthaltbarkeits- oder Verbrauchsdatums in Verkehr bleiben.

Wer auf Nummer sicher gehen will, wird etwa im NovaTaste-Sortiment fündig: Fumy 2000 Rauchsalz eignet sich für Brühwurst und als Lakezusatz für Kochpökelwaren. Fumy Rauchwürste II bietet sich für die direkte Zugabe ins Brät an. Wer hochwertigen Paprika mit einer Nuance Rauch verbinden möchte, für den ist Paprika geräuchert geeignet. www.europe.novataste.com

Eigene Zertifizierung

Die Metzgerei Oskar Zeeb, mittelständischer Betrieb aus Reutlingen mit 29 Filialen und 370 Mitarbeitern, führte zusätzlich im Vorfeld einer Haltungsformverordnung eine Zertifizierung für seine regionalen Schweinehalter ein.



Dazu Bernhard Klein, Geschäftsführer der Metzgerei: „Die Haltungsform allein reicht nicht, um eine Aussage über das Tierwohl zuzulassen. Hauptsächlich beschreiben Haltungsformen die physischen Bedingungen wie Platzangebot und Gebäudemerkmal der Tierhaltung, gehen aber nicht auf die tatsächlichen Zustände in den Ställen ein. Uns ist das Wohl der Tiere sehr wichtig, deswegen sehen wir genauer hin, wie es den Tieren tatsächlich vor Ort geht, unabhängig von der Haltungsform“

Auf der Suche nach Möglichkeiten, das Tierwohl nicht auf der Basis von Haltungsverfahren zu beurteilen, sondern aus Sicht des Tieres selbst, wurde die Metzgerei auf ein Positionspapier der Initiative-Schweinehaltung-Deutschland (ISD) aufmerksam. Dieses baut auf Tierwohlindikatoren auf, die vom Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft e.V. (KTBL) entwickelt wurden. Wichtig ist dabei, dass es sich um messbare Indikatoren handelt, die auch die Qualität des Umganges des Menschen mit dem Tier messbar machen. „In jeder Haltungsform gibt es Landwirte, die vorbildlich arbeiten. Aber es gibt auch Betriebe, in denen Missstände oder Erkrankungen erst mit Verzögerung erkannt werden. Tierwohl aus Sicht des Tieres bedeutet, das vor Ort zu kontrollieren“, sagt Bernhard Klein.

Im Rahmen eines Pilotprojektes, das im Herbst 2025 startete, wurde das ISD-Konzept, mit Dr. Dirk Hesse von AgriKontakt als Zertifizierer weiterentwickelt und umfasst nun neben Wasser- und Futteranalysen 34 Tierwohlkriterien die gemessen und bewertet werden. Seit Februar wurde an der eigentlichen Zertifizierung gearbeitet. Im ersten Schritt wurde geprüft, ob die Tierhalter alle rechtlichen Vorgaben einhielten, was in allen Betrieben der Fall war. Danach wurden bei einem Audit vor Ort in allen Betrieben die 34 Tierwohlindikatoren erhoben.

Hervorragendes Ergebnis

Im Mai wurden diese Ergebnisse in einem Meeting den teilnehmenden Erzeugern, alles kleine und mittlere Betriebe aus der Region Neckar-Alb vorgestellt: Die Betriebe erreichten im Durchschnitt 89,8% der möglichen Punkte. „Das ist ein hervorragendes Ergebnis und zeigt sehr deutlich, dass in diesen Betrieben professionell und vorbildlich gearbeitet wird“, erläuterte Dr. Dirk Hesse.

In der anschließenden Diskussion zeigte sich, das erste Beratungsempfehlungen im Bereich Sauberkeit erfolgreich umgesetzt wurden. Bei Verletzungen handelt es sich in erster Linie um solche,

die bei der Gruppenbildung durch Rangkämpfe entstehen können. Nur bei der Organgesundheit traten einzelne Probleme bei der Wasser-, Futter-, und Raufutterqualität auf, wie Untersuchungsergebnisse der Qualitäten zeigten. Hier wird an Verbesserungen gearbeitet.

Ziel ist es, das alle Tiere ideal leben können, was aber unter praktischen Bedingungen – Stichworte: Sauberkeit und Rangkampfverletzungen – wohl nicht immer zu erreichen ist. Aufgrund der Ergebnisse waren sich alle einig, dass es Sinn macht, diese Zertifizierung in regelmäßigen Abständen zu wiederholen. „Die Ergebnisse bestätigen, dass unsere Erzeuger hervorragende Arbeit leisten und wir auf sorgfältig ausgewählte regionale Betriebe setzen, um dem Tierwohl und unseren Qualitätsstandards gerecht zu werden“, so Bernhard Klein. Das Thema ist auch beim Jubiläum zum 100-jährigen Bestehen der Metzgerei im September präsent. **red**

www.oskar-zeeb.de/qualitaetssicherung



UNSERE VIELFALT

Technik für Gastronomie, Bäckerei, Metzgerei, Tankstelle und LEH



FRISCHE UND GENUSS

Individuelle Vitrinenkombination in heiß und kalt

- Vitrinenkombination für Shop- und Bistrokezepte
- für kalte und warme Snacks
- Vitrinen sind einzeln oder zusammen installierbar
- effiziente Wärmeschutzverglasung



www.hagola.de |

„Schnuppertag“ in der Hofmetzgerei

Mitte August folgten 22 Kinder der Einladung von Metzgermeisterin Sophie Braumiller von der Hofmetzgerei Braumiller zu einem „Schnuppertag“ im Metzgerhandwerk.



Sie heißen Emma, Nico, Lukas, Hedwig, Xaver, Ben oder Josi und sind alle zwischen 5 und 12 Jahren alt. Nachdem Sophie Braumiller – ehemalige Bayerische Weißwurstkönigin (2025/2026) – um kurz nach 8 Uhr die Anwesenheit festgestellt und den Eltern gesagt hat, dass ihre Kleinen generell und auch kulinarisch gut versorgt sind, startet die rund knapp vierstündige Aktion. Die Tagesproduktion in der Maisacher Filiale der Hofmetzgerei ist da schon beendet und Metzgermeister Roberto und Fleischer-Azubi Deniz erwarten die Kinder schon. Sie möchten ihnen praxisnah zeigen, dass Fleisch und Wurst nicht ausschließlich aus dem Supermarktregal kommen. In Einweg-Hygienekittel aus Plastik gewandet sowie Einweg-Zellstoffhäubchen auf den Köpfen waschen sich die Kleinen die Hände und desinfizieren sie.

Danach werden ihnen die Funktionen der verschiedenen Maschinen erklärt, der Kutter wird zum Thermomix, der Wolf zur Hackfleischmaschine, der Tumber zur Kühltrommel, der Füller zur „großen Spritze“ und Kühl- und Tiefkühlraum zum großen Kühl- bzw. Gefrierschrank. Staunende Blicke wa-



ren wahrzunehmen, als sie eine Rinderhälfte begutachteten. Die Kinder schauten zu wie Fleisch gewolft wird und mit Eis im Kutter landet. Danach sahen sie beim maschinellen Füllen der Saitlinge zu. Fast alle testeten ihre Fingerfertigkeit unter Anleitung mit dem feinen Wurstbrät im Naturdarm beim Abdrücken der Wiener Würstchen. Nach einer Pause erklärte Sophie Braumiller am hängenden Rinderviertel, wo die Steaks sitzen. Nach gut dreieinhalb Stunden Zuhören und Mitarbeiten gab es dann endlich kühle Getränke, Semmeln, Brezn, Wienerle und Weißwürste mit Senf und Ketchup.

Und was hat den Kleinen am besten gefallen? „Das Wurstmachen“, so die kleine Emma, anderen „die großen Fleischstücke im Kühlhaus“ oder einfach die leckeren Wienerle.

„Wir zeigen den Kindern, wie Wurst hergestellt wird und möchten dazu beitragen, dass sie einen echten Bezug zu den Lebensmitteln bekommen.“

Sophie Braumiller

Weiterer „Schnuppertag“

Der einige Tage zuvor via Instagram angekündigte „Schnuppertag“ unter dem Motto

„Wie wird die Wurst eigentlich gemacht?“ war der zweite seiner Art. Schon am ehemaligen „Buß- und Betttag“ 2025, an dem in der Regel in Bayern schulfrei ist, hatte Sophie Braumiller erstmals zu einem solchen Tag eingeladen. Die Resonanz damals war sehr

gut. „Wir zeigen den Kindern, wie Wurst hergestellt wird und möchten dazu beitragen, dass sie einen echten Bezug zu den Lebensmitteln bekommen“, betont sie. Daher ruft sie ihre Metzgerkollegen und -kolleginnen dazu auf, ebenso wie sie am Mi. 18. November 2026 einen „Schnuppertag“ für Kinder in der Metzgerei zu veranstalten. Einige Anmeldungen dafür hat sie schon.

Marco Theimer

www.braumiller-hof.de



Triff BECK
auf der SÜFFA

**Halle 7
Stand A34**

7.-9.11.2026



**Standard
kann jeder.
Individuelle
Lösungen
nicht.**

**Schnell in der
Umsetzung.
Persönlich in
der Beratung.**

 **Beck**
Gewürze und Additive

www.beck-gewuerze.de



Verantwortung für die Region

Im Jahr ihres 125-jährigen Bestehens investierte die Metzgerei Rauch in regionale Wertschöpfung. Die neue Produktionsstätte für Schlachtung und Zerlegung stärkt Tierwohl, Qualität und kurze Wege.

Die Metzgerei in Waltenhofen-Hegge ist seit jeher mit Handwerk und Landwirtschaft der Region verbunden. Heute wird der Familienbetrieb in fünfter Generation von Hans-Peter Rauch, seiner Schwester Ulrike Herb und seinem Sohn Patrick Rauch geführt. Ihr Anspruch: hochwertige Lebensmittel handwerklich erzeugen und Verantwortung für die Region übernehmen.

Zum Jubiläum wurde Anfang Juli eine neue Produktionsstätte für Schlachtung und Zerlegung eingeweiht. Rund 2,5 Mio. Euro investierte das Unternehmen in den Kauf

und Umbau des Gebäudes, das gegenüber vom Stammhaus liegt. Die Investition folgt der Philosophie regionaler Kreisläufe: Land-



wirte aus einem Umkreis von maximal 50 km liefern ihre Tiere an oder lassen sie am Hof abholen. So bleiben die Transportwege kurz und Vermarktung sowie Wertschöpfung in der Region.

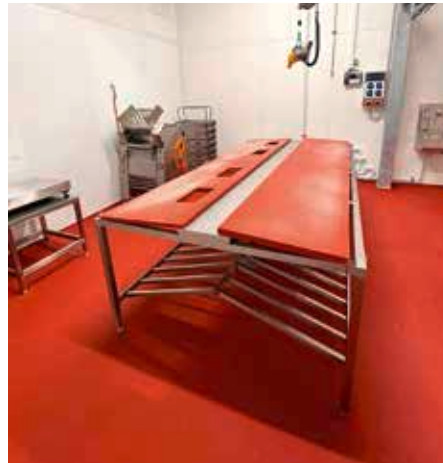
Rund 300 Quadratmeter

Im Mittelpunkt stehen moderne und tierschonende Abläufe. Der gesamte Schlacht- und Zerlegebereich mit hochwertiger Kühltchnik und Gefrierhaus umfasst ca. 300 m². Die tägliche Nutzkapazität liegt bei 30 Schweinen und fünf Stück Großvieh. Aktuell sind es

pro Woche etwa 20 Schweine und fünf Stück Großvieh. Die Räumlichkeiten sind auf eine ruhige und tierschonende Schlachtung ausgerichtet. Über einen Treibgang, der zugleich der Sicherheit der Mitarbeitenden dient, gelangen die Tiere in die Tötungsbucht. Dort werden sie betäubt und anschließend geschlachtet. Beim Großvieh wird mit einem Deckenenthäuter Fell und Haut abgenommen. Die Tierkörperteile gelangen unmittelbar in die Kühlung. Das wirkt sich positiv auf die Fleischqualität aus. Im angrenzenden Zerlegeraum werden die Teilstücke fachgerecht für die Weiterverarbeitung vorbereitet. Hygiene, Lebensmittelsicherheit, Arbeitsschutz und Tierwohl wurden berücksichtigt. Allein rund 1,2 Mio. Euro flossen in die technische Ausstattung. Die Produktion entspricht damit aktuellen Anforderungen und Standards.

Festakt als Bekenntnis zur Region

Beim Festabend mit über 200 Gästen aus Politik, Wirtschaft, Landwirtschaft und Hand-



werk würdigte Bayerns Wirtschaftsminister und stv. Ministerpräsident Hubert Aiwanger die Investition als klares Bekenntnis zum heimischen Standort. Die neue Halle sei ein Gewinn für Betrieb, Beschäftigte und Landwirtschaft, da regionale Vermarktungsstrukturen erhalten blieben. Mit Blick auf die nächste Generation sagte er augenzwinkernd: „Opa und Papa brauchen Euch.“



Mehr als 1.000 Besucher nutzten am „Tag der offenen Tür“ die Gelegenheit, die neuen Räume zu besichtigen. Langjährige Mitarbeiter wurden für 10, 15, 20 und bis zu 40 Jahre Betriebszugehörigkeit geehrt. Auch Ministerpräsident Markus Söder gratulierte der Familie per Videobotschaft.

Monika Treutler-Walle/red

<http://www.party-service-rauch.info/>

Fotos: Fleischerverband Bayern



Ich bin
Thomas Mauritz.
Bei PAYPROCESS
bin ich Dein
Ansprechpartner
für Deine perfekte
Payment-Lösung in
Deiner Metzgerei.
Ich freue mich auf
Deinen Anruf:
0170 1169972

Jetzt wechseln und sofort
sparen:

Wir übernehmen die
einmaligen Lizenzkosten
Deines Kassenherstellers
für die Anbindung der
Terminals an Deine Kassen!

PAYPROCESS
...we love Payment!

Unser Metzgerei-Angebot¹

Terminalmiete p. M.	0,00 €
Premiumservice p. M.	0,00 €
Transaktionsgebühr	0,03 €
Cashpooling (pro Transaktion)	0,00 €
girocard (Händlerentgelt v. Umsatz)	0,19% ²
Debitkarten (ASF v. Umsatz)	0,30% ³
Kreditkarten (ASF v. Umsatz)	0,30% ³
Mindestgebühr (Debit/Kredit)	keine

nur 12 Monate Vertragslaufzeit

Kostenlose 24/7 Serviceline
008000 729 77 62



¹ Dieses Angebot gilt bis zum 31.12.2026, vorbehaltlich der Freigabe des Acquirers und PAYPROCESS. Zum grobsten Händlerentgelt kommen ab 01.01.2026 noch Schema-Management-Gebühren in Höhe von 0,00209% vom Kartenumsatz hinzu. ² Die Abrechnung der Debit- und Kreditkarten erfolgt im transparenten Interchange++ Verfahren. Zu den angegebenen Gebühren (ASF = Abrechnung der Debit- und Kreditkarten) kommen noch die Gebühren für die Kartenzahlung hinzu. ³ Die Gebühren für die Kartenzahlung sind in der Preisliste der PAYPROCESS GmbH in der jeweils gültigen Fassung (payprocess.eu/downloads) aufgeführt.

PAYPROCESS
...we love Payment!

www.payprocess.eu
PAYPROCESS GmbH

we
♥
Payment!

SUFFA
Stuttgarter
Fleischer-
Verband
07-09.11.2026
Messe Stuttgart

Wissen, Können und Willen

Im Rahmen einer großen Feierstunde erhielten 34 frischgebackene Fleischermeisterinnen und -meister des 365. Meisterkurses der Fleischerschule Augsburg ihre Meisterbriefe.

Das Atrium der Handwerkskammer für Schwaben bot dafür wie gewohnt einen würdigen Rahmen für die Veranstaltung. Der ehemalige Schulleiter der Fleischerschule Augsburg und Vorsitzende des Prüfungsausschusses, Robert Baur, sprach die Absolventinnen und Absolventen nach altem Brauch vom Gesellen zum Meister frei. Nach intensiven und lehrreichen Monaten blickte er gemeinsam mit dem Kurs auf eine erfolgreiche Ausbildungszeit zurück. Dabei wurden die besonderen Leistungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer gewürdigt. Hervorragende Prüfungsergebnisse seien nicht nur das verdiente Resultat einer lernintensiven Zeit, sondern sind auch ein eindrucksvoller Beleg für das hohe Ausbildungsniveau an der Fleischerschule Augsburg. „Es war mir eine Freude, Euch als Vorsitzender auf diesem Weg gemeinsam mit dem Schulteam begleiten zu dürfen. Ihr habt Euch in dieser Zeit fachlich wie persönlich enorm weiterentwickelt, Herausforderungen gemeistert und zusammengehalten. Darauf könnt Ihr stolz sein – ich bin es auch“, lobte er den Sommerkurs 2026.

Sein besonderer Dank ging nicht nur ans Team der Fleischerschule Augsburg, an die HWM für Schwaben und die Mitglieder des Prüfungsausschusses. Er richtete sich gezielt an seinen Nachfolger als Schulleiter und langjährigen Freund, Anton Schreistetter, für dessen herausragenden Einsatz für die Fleischerschule und das deutsche Fleischerhandwerk. „Du gibst der Augsburger Schule mit deinem Team nicht nur ein Gesicht, sondern ein ganz besonderes Stück Herz“, betonte Robert Baur.

Anton Schreistetter verdeutlichte, dass die Fleischerschule Augsburg auch über den Meisterabschluss hinaus zahlreiche Möglichkeiten zur fachlichen und persönlichen Weiterbildung bietet. In seiner Ansprache gab er den Absolventinnen und Absolventen mit auf den Weg: „Ein guter Meister zeichnet sich durch drei Eigenschaften aus: Wissen, Können und den Willen, sich ständig weiterzuentwickeln. Bewahren Sie sich diesen Ehrgeiz, denn mit dem Meisterbrief ist das Lernen nicht abgeschlossen – vielmehr beginnt damit ein neuer Abschnitt des lebenslangen Lernens. Behalten Sie



„Bewahren Sie sich diesen Ehrgeiz, denn mit dem Meisterbrief ist das Lernen nicht abgeschlossen – vielmehr beginnt damit ein neuer Abschnitt des lebenslangen Lernens.“

Anton Schreistetter

die Fleischerschule Augsburg dabei in guter Erinnerung. Wir würden uns freuen, Sie in Zukunft bei einem unserer Fortbildungsangebote wieder begrüßen zu dürfen. Sie sind nun ein Teil der Augsburger Metzgerhandwerksfamilie.“ Auch traditionelle Sprung der neuen Meister und Meisterinnen in den direkt neben der Schule gelegenen Proviantbach durfte an diesem Tag nicht fehlen. **red**
www.fleischerschule.de



Foto: Fleischerschule Augsburg

Spannende Perspektiven

Einen Tag voller Praxis, Austausch und Begeisterung für die Möglichkeiten moderner Lebensmittelverarbeitung erlebte die Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks bei der Maschinenfabrik Seydelmann in Aalen.

Nicht nur Maschinen und Technik standen im Mittelpunkt dieses Besuches, sondern die Menschen, die damit arbeiten – und die gemeinsame Leidenschaft für hochwertige Lebensmittel, innovative Herstellungsverfahren und echtes handwerkliches Können. „Die Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks steht für Leidenschaft, Qualität und höchste fachliche Kompetenz“, sagte Andreas Seydelmann, Geschäftsführender Gesellschafter. Nach der Begrüßung und einer Vorstellung ging es direkt in die Praxis. Im Kundencenter erlebten die jungen Gäste die Maschinen unter realen Bedingungen. Hier wird produziert, ausprobiert, diskutiert und weiterentwickelt. „Besonders wertvoll war der offene Austausch mit den Lebensmitteltechnologien und Mitarbeitern. Man merkt, dass hier nicht einfach Maschinen gebaut werden, sondern gemeinsam mit den Anwendern Lösungen entstehen“, so Nationalmannschaftsmitglied Gina Benz.

Führung durch das Werk

Zum Auftakt des praktischen Teils ging es um die Schneidtrommel der Wölfe. Die jungen Gäste erhielten Einblicke deren Funktionsweise, Einsatzmöglichkeiten und Potenziale. Danach wurde unter Hoch-Vakuum mit Messergeschwindigkeiten von 160m/s verschiedene Brühwurstbräte gekuttert. Das Ergebnis: Hotdog-Wiener und Fleischkäse – sehr fein, fester Biss. „Zu sehen, wie einfach mit kleinen Veränderungen in den Einstellungen, verschiedene Güteklassen produziert werden und wie viel Zeit und Arbeit so eingespart werden können – das hat mich umgehauen“, sagte Leopold Walser. Auch der Normwagentumbler kam zum Einsatz, z.B. um Salate zu mischen und Steaks sowie Geflügelteile zu marinieren.

Bei der Werksführung wurde deutlich, wie die effiziente Serienfertigung von Maschinen für das Handwerk mit der kundenindividuellen Herstellung komplexer Anlagen kombiniert wird. „Wir haben erlebt, wie moderne Maschinenteknik uns dabei unterstützt und neue Möglichkeiten eröffnet, ohne den handwerklichen Anspruch aus den Augen zu verlieren. Es ist Wahnsinn zu sehen, wie

viel Handwerk und Wissen in den Maschinen steckt, die wir wie selbstverständlich täglich im Einsatz haben“, sagte Julia Böbel.

Dialog schafft Innovationen

Danach wurde das, was zuvor auf den Maschinen entstanden war, gemeinsam verkostet. Die Mittagspause war so Teil des Praxistages. Am Nachmittag stand der Kutter im Fokus. Gemeinsam stellten alle etwa Kräuterbutter und Brötchenteig her. Weitere Anwendungsmöglichkeiten wurden gezeigt. Der Kutter ist ein Sinnbild für die Vielseitigkeit moderner Lebensmittelverarbeitung: „Am Ende zählt das Ergebnis. Aber der Weg dorthin bietet unzählige Möglichkeiten, Prozesse zu verbessern, Produkte weiterzuentwickeln und neue Ideen umzusetzen. Es war spannend zu sehen, wie vielseitig die Maschinen eingesetzt werden können – weit über die klassische Wurstherstellung hinaus“, sagte Lars Bendmann.

Für Seydelmann ist ein solcher Dialog von besonderer Bedeutung. Denn: Innovation entsteht nicht allein am Reißbrett, sondern da, wo Ideen auf Erfahrung treffen und Theorie in der Praxis bestehen muss. Die Zukunft der Lebensmittelherstellung entsteht dort, wo Menschen ihr Handwerk verstehen – und den Mut haben, neue Wege zu gehen. **red** www.nationalmannschaft-fleischerhandwerk.de
www.seydelmann.com



Erfolgreich abgebogen

Aus der Kosmetikschule hinter die Metzgertheke und in den mobilen Verkaufswagen: Annika Markus packte in Folge der Corona-Pandemie die Gelegenheit beim Schopfe und wechselte in den Beruf der Fleischerei-Fachverkäuferin. In der Metzgerei Haller in Villingen-Schwenningen hat sie ihren Platz gefunden.



Erstmals trafen wir uns Anfang Juli 2025 beim 150. Jubiläum des Deutschen Fleischer-Verbandes in Berlin. Dort stand sie als eines der damals neuen Mitglieder der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks mit ihrem Kollegen Moritz Becker auf der Bühne und berichtete den geladenen Gästen souverän im Interview über ihren Berufswechsel und die Chancen

im Metzgerhandwerk. Gut ein Jahr später begrüßen mich die 24-jährige und ihr Chef Werner Schmidt in der Metzgerei, in der sie nach dem erfolgreichen Abschluss ihrer Ausbildung seit 2024 fest angestellt ist. „Schön, dass wir uns hier wiedersehen“, sagt sie. Nach einem kurzen gemeinsamen Gespräch und Foto verlässt uns Werner Schmidt. Auch er ist kein Unbekannter, da ich die Metzgerei bereits 2014 für eine Reportage besucht hatte.

Nach dem Realschulabschluss an einer Waldorfschule machte Annika Markus an einer Privatschule in Stuttgart – zu der sie täglich hin pendelte – eine einjährige Ausbildung zur Kosmetikerin. Doch die Corona-Pandemie bot ihr keine berufliche Perspektive. „Da meine Mutter hier in der Metzgerei arbeitet, lag der Schritt hier einzusteigen nahe. Aus drei Monaten wurden zwei Jahre und ich bin immer noch da“, lacht sie. Sie stieg 2022 ins zweite Lehrjahr ein, beendete ihre zweite Ausbildung, war Innungssiegerin im Fachverkauf und wurde Zweite im Landeswettbewerb in Baden-Württemberg. 2023 nahm sie mit dem angehenden Fleischer Mathias Schillinger am Berufsschulwettbewerb der SÜFFA teil. Für ihre Leistungen im Plattenlegen und Tisch dekorieren freuten sich beide über eine Gold-Wertung. „So konnte es für mich voll motiviert weitergehen“, blickt sie zurück. „Das Thema Er-

nährung interessierte mich schon immer. Ich war sogar bis etwa 16 oder 17 Vegetarierin. Heute esse ich Fleisch in Maßen und: Generell schadet eine zweite Ausbildung ja nie“, grinst sie.

In der Regel „on tour“

Während sie in ihrer Ausbildung je nach Bedarf im Stammhaus der Metzgerei, der Anfang 2025 geschlossenen Filiale am Oberen Tor in der Stadt oder der dazugehörigen Dauchinger Landmetzgerei – dem Ursprung der Familie Schmidt – arbeitete, ist sie heute allein oder mit Kolleginnen oder Kollegen fünf Tage pro Woche im mobilen Verkaufsanhänger im Einsatz. „Der Anhänger wird in Dauchingen bestückt – teilweise am Vortag – und um 6 Uhr geht’s los“, berichtet sie. Ein Kollege fährt sie im Auto samt Anhänger zu den wechselnden Standorten in der Region, an denen die Kunden zwischen 7:30 und 12:30 Uhr in den Genuss der Hallerschen Spezialitäten kommen: dienstags am Rathaus in Pfaffenweiler, mittwochs am Markt in Schwenningen, donnerstags in Trossingen, freitags in Bad Dür rheim und samstags in Schwenningen. Nach den Einsätzen wird der Anhänger am Startort ausgeladen und geputzt, damit er wieder einsatzbereit ist. „Der Kontakt mit den Kunden und Kundinnen macht mir einfach Spaß“, sagt sie. „Mein Ziel war



Annika Markus und ihr Chef Werner Schmidt vor der Metzgerei in Villingen-Schwenningen.



es aktiv mit Menschen zu arbeiten, sie individuell zu beraten und ihnen Tipps zu geben. Das ist mir gelungen“, ergänzt sie. Montags habe sie meist frei. Ab und zu arbeitet sie im Stammgeschäft. Hier gibt es neben einer reichhaltigen Auswahl in der Theke wechselnde Mittagsgesichte an der Heißen Theke sowie Sitzplätze sowie einen angegliederten 24/7-Shop mit Automaten, an denen die Kunden ohne Bargeld einkaufen können. Ein solcher war in der geschlossenen Filiale mangels Parkplätze in der City aber keine Alternative.

„Aus drei Monaten wurden zwei Jahre und ich bin immer noch da.“

Annika Markus

Ihren Berufswechsel bereut sie nicht, auch wenn sie vor einigen Wochen eine üble Sehenscheidenentzündung zu einer Auszeit zwang: „Unser Beruf wird sehr unterschätzt. Man kann sich kreativ ausleben, hat Kontakt mit Menschen und lernt im Team zu arbeiten. Es ist eben ein beständiges Handwerk“, sagt sie selbstbewusst.

Ein tolles Team

Beim Landeswettbewerb Baden-Württemberg lernte sie eine heutige Kollegin aus der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks kennen: Jaqueline Knüpfer, die Juroren war. Obwohl sie Zweite wurde, hatte sie die Chance im November 2024 am Casting

für das Team in Dresden teilzunehmen. „Die Nachricht, dass ich dabei bin, hat mich sehr gefreut und motiviert“, betont sie. Beim Jahrestreffen 2025 in Bad Arolsen lernte sie ihre anderen jungen Kollegen und Kolleginnen kennen. „Die Teamgemeinschaft ist unfassbar. Wir haben einen gemeinsamen Nenner. Obwohl es so unterschiedliche Charaktere sind, verstehen wir uns alle sehr gut“, sagt sie. Highlights für sie waren die IFFA 2025 mit den Wettbewerbssituationen bei den Disziplinen der „Butcher Master Challenge“ und das Kennenlernen der Partnerunternehmen, das 150-jährige DFV-Jubiläum und das pkm-Sommerfest in Berlin. Jüngst folgte der Besuch bei der Maschinenfabrik Seydelmann (s. S. 15). Im November der SÜFFA-Einsatz, auf den sie sich schon freut. „Ein Heimspiel“, lacht sie.

Und welche Ziele verfolgt sie? „Ich habe eine finanzielle Zusage für ein Weiterbildungsstipendium, das aber bis Ende 2027 stattfinden muss“, berichtet sie. Ob es ein Kurs zur Verkaufsleiterin, zur Fleischsommiere oder ein anderes Angebot sein wird, steht noch in den Sternen. Ein paar berufliche davon hat sie sich ja schon vom Himmel geholt.

Marco Theimer

www.metzgerei-haller.de

promedia thekenTV



**Herausragend
IN SZENE gesetzt**

**Bildschirmwerbung,
die auffällt**

Mit **promedia-thekenTV** setzen Sie Ihre Informationen, Angebote und vieles mehr in Ihrer Fleischerei aufmerksamkeitsstark in Szene.

Jetzt Beratungstermin vereinbaren:

☎ Tel.: 0 21 03 / 20 47-00

✉ info@promedia-thekentv.de

🌐 www.promedia-thekentv.de





Versagt die Kühlung, wird es teuer

Was zunächst wie eine kleine Unregelmäßigkeit erscheint, kann im Alltag von Metzgereien, Schlachtbetrieben oder im Lebensmittelhandel schnell zum echten Problem werden.

Für einen Betreiber bedeutet das weit mehr als eine technische Störung. Im schlimmsten Fall sind ganze Chargen von Fleisch- und Wurstwaren betroffen. Die Folgen reichen von wirtschaftlichen Verlusten bis hin zu lebensmittelrechtlichen Problemen. Gerade in der Fleischbranche ist eine lückenlose Kühlkette unverzichtbar. Sie entscheidet täglich über Produktsicherheit, Haltbarkeit und Qualität. Studien zeigen, dass rund 12 % der produzierten Lebensmittel durch unzureichende oder unterbrochene Kühlung verloren gehen. Im Transport sogar bis zu 25 %. Neben menschlichen Fehlern verursachen maschinelle Temperaturabweichungen, diese Verluste. Besonders kritisch wird es bei hochwertigen und temperatursensiblen Produkten. Bereits kleinste Temperaturschwankungen können bei Fleischprodukten mikrobiologische Prozesse beschleunigen, die die Haltbarkeit drastisch verkürzen und die Einhaltung gesetzlicher Grenzwerte gefährden. Selbst wenn kein kompletter Ausfall entsteht, können Produkte schnell unverkäuflich werden.

Betrieb jenseits des Idealzustands

Wer Kühltechnik im täglichen Betrieb nutzt, weiß, dass selbst die zuverlässigste Technik nicht dauerhaft im Idealzustand arbeitet. Bereits geringe Abweichungen können weitreichende Folgen haben. Deshalb reicht es nicht aus, den optimalen Betrieb zu betrachten. Komponenten verschleissen, Pumpen können ausfallen, Ventile blockieren oder Regler Fehlfunktionen entwickeln. Entscheidend ist daher die Frage: Was passiert im Störfall? Wie kann der Betrieb aufrechterhalten werden? Wie lässt sich der Verlust wertvoller Ware verhindern?



Wahl des richtigen Kältemittels

Neben der Ausfallsicherheit spielt heute die Wahl des Kältemittels eine entscheidende Rolle. Gerade in der Lebensmittelbranche gewinnt Nachhaltigkeit an Bedeutung. Rivacold CI etwa setzt ihren Fokus auf natürliche Kältemittel:

- **R290 (Propan)** weist ein sehr niedriges Global-Warming-Potenzial auf, ist aus thermodynamischer Sicht sehr effizient und gilt als langfristig umweltschonendere Lösung
- **R744 (CO₂)** ist besonders geeignet für gewerbliche industrielle Anwendungen mit hoher Leistung und langfristiger regulatorischer Sicherheit

Diese natürlichen Kältemittel bieten nicht nur ökologische Vorteile, sondern sorgen auch für Investitionssicherheit im Hinblick auf die F-Gase-Verordnung. Damit entstehen Lösungen, die nicht nur heute funktionieren, sondern auch den Anforderungen von morgen gerecht werden.

Ausfallsicherheit ist kein Luxus

Kühlung ist ein kritischer Erfolgsfaktor im Tagesgeschäft. Entscheidend ist nicht nur die Leistung im Normalbetrieb, sondern vor allem die Stabilität im Störfall. Mit durchdachten Redundanzkonzepten, intelligenter Regelungstechnik und dem Einsatz natürlicher Kältemittel lassen sich Lösungen schaffen, die Betriebssicherheit, Qualität und Zukunftsfähigkeit vereinen. Denn am Ende gilt: Nicht der perfekte Moment entscheidet über den Erfolg einer Anlage, sondern die Fähigkeit, Ausfälle ohne Verluste zu überstehen.

<https://rivacold.de/>

Bio-Geflügel veredeln

Der Bioland-Geflügelhof Roth in Witzenhausen hat sich vom kleinen Bio-Hähnchenmastbetrieb zum vielseitigen Allrounder mit ca. 25 Mitarbeitenden gemausert. Wie die Betriebsleiter Susanne und Markus Roth das geschafft haben, zeigten sie 15 Teilnehmenden im Praxis-Workshop „Geflügelverarbeitung: Wertvolle Bio-Rohstoffe hoch veredeln“.

Seine regionale Wertschöpfungskette reicht von der Aufzucht und handwerklichen Schlachtung und Zerlegung bis zur Verarbeitung und Vermarktung der eigenen Bio-Geflügelprodukte. „Vor 30 Jahren haben wir mit Landwirtschaft auf unserem Geflügelhof in Neu-Eichenberg/Neuenrode angefangen“, berichtet Markus Roth. Nach rund sieben Jahren haben sie einen eigenen Schlacht-, Zerlege- und Verarbeitungsbetrieb in einer ehemaligen Landmetzgerei am jetzigen Betriebsstandort Witzenhausen-Unterrieden aufgebaut. Hinzu kam ein Hofladen, um den sich Susanne Roth kümmert. Neben der Direktvermarktung ist die Produktentwicklung ein Steckenpferd für sie. Zu ihren kreierten Produkten zählen etwa Frikadellen, Burger, Bolognese und Hühnerbrühe. Die Hähnchen stammen überwiegend aus eigener Aufzucht. Ergänzend arbeitet der Bioland-Geflügelhof mit drei weiteren ausgewählten Betrieben zusammen, die für ihn Bioland-Hähnchen aufziehen.

2019 ging aus dem alten Gewerbebetrieb die Bio Frischgeflügel Roth GmbH & Co.KG hervor, als eine von drei mittelständischen Schlacht- und Verarbeitungsbetrieben in Nordhessen.

„Unsere Stärke ist, dass wir nicht so groß, aber sehr flexibel sind. So können wir auf individuelle Wünsche unserer heterogenen Kundschaft gut eingehen“, betont der Biolandwirt. Diese reicht von Hobbyhaltern bis hin zu Geflügelmästern, die bei den Roths ihre Tiere in Lohn schlachten lassen.

Besonderheiten kommunizieren

Ebenso vielfältig sind die zu schlachtenden Geflügelarten und Rassen, angefangen von

„Angestrebt ist bei Hähnchen ein Schlachtgewicht von circa zwei Kilo. Die Tiere sollten nicht älter als 14 Wochen sein.“

Oliver Roth



Hähnchen bis hin zu Puten und Zweinutzungshühnern der Ökologischen Tierzucht gGmbH. In der Weihnachtszeit kommen

Enten und Gänse hinzu. Flexibel handeln zu können, erleichtert es auch, die Tiere zum richtigen Zeitpunkt zu schlachten: „Angestrebt ist bei Hähnchen ein Schlachtgewicht von circa zwei Kilo. Die

Tiere sollten nicht älter als 14 Wochen sein“, erläuterte der Sohn Oliver Roth (32), der seit 2017 den Verarbeitungsbereich leitet. Mit Blick auf Zweinutzungshähne ergänzte sein langjähriger Mitarbeiter Jonas Dorn: „Die Hähne sind nicht nur leichter. Auch ihr Fleisch ist etwas dunkler.“ Zudem seien deren Teilstücke anders proportioniert als bei herkömmlichen Masthühnern, die bei den Roths geschlachtet werden. Daher müsse man – je nach Alter der Tiere – die Schenkel länger garen. Umso wichtiger sei es, die län-

geren Garzeiten den Kunden beim Verkauf zu erläutern. Erklärungsbedürftig sei auch der höhere Preis. Der ergebe sich dadurch, dass die Hähne länger leben und mehr Futter-Input benötigen. Für die Verwertung der Brust von Bruderhähnen und Zweinutzungshähnchen empfahl der studierte Agraringenieur Jonas Dorn „Brust Supreme“, statt wie sonst üblich Filet ohne Haut.





Hähnchenkeule



Brust Supreme



Hähnchenbrust



Hähnchenflügel

Verwertbare Teilstücke

Verwendung

Brust mit Haut und Knochen	Filet mit/ohne Haut, Geschnetzeltes, Schnitzel
Flügel	ganzer Flügel, Flügel Oberteil, Flügel Mittelteil und Spitze, Verarbeitungsfleisch aus Flügeloberteil (in Kombination mit Keulenfleisch gut für Brühwurst und Frikadellen nutzbar)
Oberkeule	Steaks, Gulasch mit/ohne Haut
Unterkeule	Drumsticks, Verarbeitungsfleisch (ideal für Brühwurst, da viel Bindegewebe)
Schenkel	Ganze Schenkel funktionieren gut im Ofen, als Schmorgericht, nicht zum Kurzbraten
Karkasse	Fond, Brühe, Schulterfleisch und „Bauchlappen“ als Verarbeitungsfleisch, Speck (Haut vom Filet) für Brühwurst
Innereien	Wurst (Leberwurst), Leber, Herz, Magen

Neubau erweitert Kapazitäten

Um wirtschaftlich arbeiten zu können, hat sich der Betrieb stetig vergrößert. Deshalb beschloss die Familie 2017, im Gewerbegebiet Unterrieden ein neues Schlachthaus zu bauen. „Seit Juni 2023 arbeiten wir in der modernen Betriebsstätte. Hier haben wir deutlich mehr Platz und optimierte Abläufe. Doch trotz moderner Technik wie Betäubungs- und

Transportbänder stecken beim Schlachten und Zerlegen immer noch viel Handwerk drin“, so Oliver Roth. Der neue begehbare Kühlageraum fasst bis zu 3.000 Tiere. Die Schlachtkapazität hat sich von gut 500 auf 3.500 kg Lebendgewicht versiebenfacht.

Hauptschlachttag der eigenen Hähnchen sind Montag und Donnerstag, dienstags und mittwochs wird in Lohn geschlachtet.

Veranstaltungsreihe „Bio verarbeiten“

„Bio verarbeiten“ ist eine praxisorientierte Veranstaltungsreihe für alle, die ökologische Lebensmittel verarbeiten oder neu in die Bio-Verarbeitung einsteigen wollen. Ob in Seminaren, Praxis-Workshops oder Online-Meet-Ups – die Reihe vernetzt, vermittelt aktuelles Fachwissen aus erster Hand und bietet einen Raum für gemeinsames Lernen und Ausprobieren. Im Rahmen des Projekts werden jährlich rund 50 Workshops angeboten. Die Veranstaltungen werden finanziert vom Bundesprogramm Ökologischer Landbau (BÖL) mit Mitteln des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH). Themen und Termine der bundesweiten Präsenz- und Online-Veranstaltungen unter: <https://www.oekolandbau.de/bio-verarbeiten/>

Freitags und samstags ist der Laden geöffnet. „Gegarte Produkte funktionieren dort gut“, sagt Oliver Roth. Von Oktober bis Ostern verkauft Susanne Roth im Dorf zusätzlich selbst gemachte Hühnerbrühe im Glas.

Des Geflügels Ende

Die eigene Verarbeitung und Vermarktung rentieren sich. Damit auch andere Geflügelhalter einen höheren Mehrwert aus ihren Tieren erzielen können, sollten sie mehr über Schlachtung, Zerlegung und Verwertungsmöglichkeiten für das ganze Tier wissen. Beim Betriebsrundgang erklärten Oliver Roth und Jonas Dorn am Beispiel von Hähnchen, Enten, Putern und Zweinutzungs-hähnen, wie man die Tiere schlachtet, ausnimmt, zerlegt und in Einzelteilen vakuumverpackt. Vor den Augen der Teilnehmenden betäubten Jonas Dorn und ein weiterer Mitarbeiter die Tiere mit einer Elektrozanze. „Für das Tierwohl ist es besser, die Tiere im Trichter mit Zange zu betäuben als im Wasserbad. Der Schlachtprozess ist dann ruhiger“, weiß Oliver Roth. Allerdings sei der Personalbedarf mehr als dreimal so hoch, drei Mitarbeitende schaffen 250 bis 300 Tiere pro Stunde. Bei Betäubung im Wasserbad kommt ein einziger Mitarbeiter auf 400 Tiere, mitsamt Einhängen und Stechen. Dafür sei es schwierig, unterschiedlich große Tiere im Wasserbad zu betäuben. Ein Nachteil: Bei Hähnchen kommt es im Wasserbad oft zu Einblutungen.

Nach dem Ausbluten per Kehlschnitt und dem Abschneiden der Ständer landeten die Schlachtkörper im 61 bis 62°C heißem Brühkessel (Hähnchen: ca. 30-35 Sekunden, junge Enten: ca. 100 Sekunden, ältere Enten und Gänse bis zu drei Minuten) und in der Rupfmaschine. „Wenn nötig, werden die Federn händisch nachgerupft. Vor dem eigentlichen Zerlegen und Ausnehmen werden Speise- und Luftröhre freigelegt und gelöst, damit man beides später leichter entfernen kann“, erklärte Jonas Dorn. Dann geht es für die ausgenommenen Tiere in die Kühlung, bevor sie zerlegt, verpackt und vakuumiert werden.

Höhere Wertschöpfung

Es entspricht dem Anspruch der Biobranche, möglichst alle Teilstücke zu verwerten, nicht nur die edleren Stücke. Noch dazu könne man dadurch eine höhere Wertschöpfung

erzielen. So ergeben etwa die Flügel zusammen mit Schweinebauch eine gute Grundlage für die Wurstherstellung, so die Erfahrung eines teilnehmenden Metzgers. Selbst Knochen seien gut verwertbar, wie er ergänzte: „Das Auskochen der Knochen ergibt einen hochwertigen Fond, den man statt Wasser der Wurstmasse zusetzen kann. Das Gute dabei ist, dass man so mit weniger Salz auskommt.“ Außerdem regte Heike Mayer vom Biolandhof Sehnenmühle aus Regeneroth an, Geschnetzeltes aus der Oberkeule zu gewinnen, statt wie üblich aus der Brust: „Das ist viel günstiger.“

Breite Kundenpalette

So wie die gesamte Biobranche hat auch dieser nordhessische Bio-Verarbeiter von der Corona-Pandemie profitiert. Bio Frischgeflügel Roth ist es so gelungen, seine Kundenbreite stark auszubauen und u.a. den konventionellen LEH und weitere Kitas neu dazuzugewinnen. Ursprünglich haben sie vor allem an den Bio-Fachhandel vermark-

tet: „Dort sind viel weniger bürokratische Hürden zu überwinden, wenn es darum geht, neue Produkte zu listen und die Produktpalette um Spezialartikel wie Herz, Leber, Magen, Hälse, Hühnerklein zu erweitern“, erläuterte Jonas Dorn. Generell gilt: Großbestellungen sind rentabler, da allein der Aufwand für die Bestellbearbeitung und Verpackung geringer ausfällt. Für eine erfolgreiche Kundenakquise ist es wichtig, sich an individuellen Kundenwünschen konsequent zu orientieren. „Bisher haben nur wenige Geflügelhalter eine so vorbildliche Wertschöpfung“, betonte Annika Bruhns (Bioland e.V.), die den BÖL-Workshop organisierte und auch begleitete.

Von der hohen Qualität des Geflügelfleischs konnten sich die Teilnehmenden bei der abschließenden Verkostung überzeugen. Dabei kamen nicht nur Frikadellen und Brühwürste, sondern die gesamte Veranstaltung bei allen sehr gut an. „Meine Erwartungen waren hoch, sie haben sich in jeder Hinsicht erfüllt. Diese regional verankerte Struktur, die Bio Frischgeflügel Roth mit ihrem Gesamtpaket bietet, entspricht genau den Strukturen, die wir in jedem Bundesland in der ökologischen und konventionellen Tierhaltung brauchen“, brachte es Jens Bodden vom niederrheinischen Bioland-Geflügelbetrieb Bodden auf den Punkt. **Nina Weiler**
www.bio-frischgefluegel-roth.de



Fotos: Nina Weiler



DIE FLEISCHER APP

MEHR EINKÄUFE.
MEHR STAMMKUNDEN.
MEHR UMSATZ.



Neues App-Modul: DIGITALE TREUEPUNKTE

Das neue Modul **DIGITALE TREUEPUNKTE** der Kunden-App **DIE FLEISCHER APP** sorgt dafür, dass Ihre Kunden nicht nur kommen – sondern wiederkommen. Punkte sammeln. Prämien sichern. Stammkunde werden.



JETZT KOSTENLOSEN DEMOTERMIN SICHERN
www.diefleischerapp.de/Kundenbindung



Fachmesse für die Fleischbranche
07. – 09.11.2026
Messe Stuttgart

Besuchen Sie uns:
Halle 7, Stand B72



Bratwurst auch um Mitternacht

Seit über 50 Jahren steht die Metzgerei Glasauer in Münnerstadt für echtes Handwerk. Nun wurde der Familienbetrieb aus Unterfranken als einer von sechs Betrieben als „Digitaler Champion im bayerischen Handel 2026“ geehrt. Eine Metzgerei, die niemals schließt.

Münnerstadt, kurz nach 22 Uhr. Die Innenstadt ist zur Ruhe gekommen, die Schaufenster sind dunkel – nur in der Bahnhofstraße 1 leuchtet ein Display: die „24/7 Genussbox“ der Metzgerei Glasauer. Eine Kundin tippt auf ihr Handy, öffnet ein Kühlfach und nimmt ihre Bestellung heraus: Bratwürste, Aufschnitt, hausgemachte Spezialitäten. Bestellt hat sie nachmittags per App, gepackt hat das Team der Metzgerei noch während der Öffnungszeiten – frisch, von Hand, mit der Sorgfalt wie an der Theke im Stammgeschäft. Beahlt wird bargeldlos am Automaten.

Das ist hier Alltag. Und dieser hat nun einen Titel: Am 15. Juli 2026 wurde die Metzgerei in München vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie als „Digitaler Champion im bayerischen Handel 2026“ geehrt. Der Wettbewerb, den das Ministerium mit dem Forschungsinstitut ibi research an der Universität Regensburg und der Günther Rid Stiftung zum vierten Mal ausrichtete, kürt kleine und

mittlere Handelsunternehmen, die den digitalen Wandel beispielhaft gestalten. Aus einer Vielzahl von Bewerbungen wählte eine unabhängige Fachjury – besetzt u.a. mit Vertretern des Ministeriums, des Handelsverband Bayern, der IHKs und ehemaliger Champions – sechs Preisträger aus. Entscheidend waren dabei nicht die Größe eines Betriebs, sondern praktischer Nutzen, Innovationsgrad und die Übertragbarkeit auf andere Unternehmen. Dass im Gruppenbild zwischen Software-Großhändlern und Modeunternehmen ausgerechnet eine Metzgerei steht, ist wohl die schönste Pointe dieses Jahrgangs.



Tradition trifft Fortschritt

Wer verstehen will, wie es dazu kam, muss die Familie dahinter kennenlernen. Gegründet wurde die Metzgerei 1974 von Ernst Glasauer. Der Name Glasauer steht in der Stadt für Metzgerhandwerk, regionale Qualität und Kundennähe. Geführt wird der Betrieb seit 2000 von Stephan Glasauer und seiner Frau Heike. Die digitalen Vorhaben verantwortet Sohn Dominik – wie sein Vater Metzgermeister und damit einer, der beides beherrscht: das Messer und die Schnittstelle. Im Mittelpunkt stehen hochwertige Fleisch- und Wurstwaren aus regionaler Herkunft, hausgemachte Spezialitäten sowie ein umfangreiches Catering-Angebot für private und geschäftliche Veranstaltungen. Bemerkenswert ist dabei, was den Betrieb antreibt – und was nicht. Not war es jedenfalls keine: Die Personalsituation ist sehr gut, drei Auszubildende lernen derzeit hier, die Auftragsbücher sind voll. „Wir wollen uns mit der Zeit entwickeln und mit dem Wandel der Gesellschaft gehen“, beschreibt Dominik Glasauer die Moti-

Fotos: Metzgerei Glasauer, StMWI/Bastian Brummer

vation. Die Kundschaft lebt heute anders als vor 20 Jahren: Sie pendelt, arbeitet in Schichten, kauft spontan ein. Wer nur zwischen 8 und 18 Uhr Bratwurst verkauft, verschenkt Nähe zum Kunden – und genau die ist seit jeher das Kapital dieser Metzgerei.

Automat wird vernetzte Lösung

Den Anfang machte die „24/7 Genussbox“ in der Bahnhofstraße 1 – Verkaufsautomat und Kühlboxen am eigenen Standort, nur wenige Gehminuten vom Ladengeschäft entfernt. Sie stellt die Versorgung außerhalb der Öffnungszeiten sicher. Doch die eigentliche Idee kam danach: Warum den Automaten nicht mit einer App verbinden? Im November 2024 startete die Umsetzung, gemeinsam mit Softwareentwicklern als externen Partnern, flankiert von intensiver Recherche und dem Austausch mit technischen Dienstleistern. Das Ergebnis: eine digitale Schnittstelle, die App, Online-Shop und Automat zu einem System verknüpft: Kunden wählen ihre Produkte digital aus, stellen den Warenkorb zusammen, die Bestellung wird automatisch übertragen, vom Team während der Öffnungszeiten frisch gepackt – und wartet dann im Abholfach, bis der Kunde oder die Kundin kommt. Ob mittags, abends oder sonntags.

Ganz reibungslos war dieser Weg nicht, und die Glasauers machen daraus kein Geheimnis. Die größte Herausforderung steckte in der Technik: Die Schnittstelle zwischen App und Automat musste zuverlässig funktionieren, damit Bestellungen, Warenbestände und Verkaufsdaten korrekt übertragen werden. Trotz vorhandener Dokumentationen gab es immer wieder Rückfragen und Abstimmungsbedarf zwischen den beteiligten Partnern, einzelne Prozesse brauchten zusätzliche Tests und Nachbesserungen. „Nicht jeder Schritt muss von Anfang an perfekt funktionieren“, lautet eine der Lehren aus dem



„Damit Digitalisierung langfristig erfolgreich und rentabel ist, muss die Umsetzung durchdacht und praxisnah erfolgen.“

Dominik Glasauer

Projekt. Wichtig sei der Mut, neue Wege auszuprobieren, Entscheidungen zu treffen und auch mal Fehler zuzulassen.

Über 500 Kunden

Heute nutzen über 500 Kunden die digitale Lösung – ein klares Zeichen, dass der Bedarf an flexiblen Einkaufsmöglichkeiten auch im traditionellen Handwerk wächst. Intern laufen die Bestell- und Verkaufsabläufe strukturierter und planbarer als zuvor, der Automat erschließt zusätzliche Umsätze. Dass das gelingt, führt die Familie vor allem auf einen Faktor zurück: ihr Team. Alle wurden von Anfang an eingebunden, Prozesse gemeinsam entwickelt statt verordnet. „Entscheidend dabei ist, unsere Mitarbeiter auf die-

sem Weg mitzunehmen und gleichzeitig unsere Kunden für neue digitale Lösungen zu begeistern. Damit Digitalisierung langfristig erfolgreich und rentabel ist, muss die Umsetzung durchdacht und praxisnah erfolgen“, sagt Dominik Glasauer.

Auch die Kundschaft honoriert das Angebot – mit intensiver Nutzung, positivem Feedback und gelegentlich konstruktiver Kritik zu Abläufen oder Bedienfunktionen, die das Team aufgreift, um das System zu verbessern. Eine Kehrseite verschweigen die Glasauers nicht: Der Einkauf erfolgt heute spontaner und seltener über das Gespräch an der Ladentheke, der direkte Draht zum Kunden wird ein Stück weit dünner – ein Umstand, den die Familie der Schnellebigkeit der Gesellschaft zuschreibt. Nur: Jammern gehört nicht zum ihrem Geschäftsmodell. Stattdessen arbeitet man schon an der Antwort.

KI mit Metzgerwissen

Das nächste Projekt ist in Arbeit: ein eigener KI-Chatbot, den die Metzgerei derzeit trainiert. Er soll Kunden künftig rund um ihre gekauften Produkte beraten und bei Anfragen für Caterings weiterhelfen. Der entscheidende Unterschied zu beliebigen Chatbots aus dem Internet: Gefüttert wird die KI nicht mit belanglosen – womöglich fehlerhaften – Antworten aus dem Internet, sondern mit dem gesammelten Know-how und Fachwissen der Metzgerei. Wenn die digitale Assistentin künftig erklärt, wie das falsche Filet am besten geschmort wird, steckt dahinter echtes Metzgerwissen. So schließt sich der Kreis: Die Technik ersetzt nicht das Handwerk und nicht die Beratung – sie trägt beides dorthin, wo die Kunden heute sind.

Für die Fachjury war dieses Projekt vorbildlich: Es zeigt, dass Digitalisierung kein Selbstzweck ist, sondern konkrete Aufgaben löst – und dass sie auch im traditionellen Handwerk gelingt, wenn sie durchdacht und praxisnah umgesetzt wird. In Münsterstadt gibt es die Bratwurst auch nach Feierabend. Man muss nur das Handy zücken. **red**

www.metzgerei-glasauer.de

„Digitale Champions im bayerischen Handel 2026“

Wettbewerb des Bayerischen Wirtschaftsministeriums mit ibi research (Universität Regensburg) und der Günther Rid Stiftung, 2026 zum vierten Mal ausgerichtet. Sechs Preisträger, je drei aus Einzel- und Großhandel: Altruon GmbH, Bensegger GmbH, Blumengalerie Beate Matthäus, Metzgerei Glasauer, Second Life Fashion GmbH, Thomann GmbH. www.digitale-champions.bayern



Typisch Hotzenwald

Seit 2013 führen Alisa und Marco Schill die Metzgerei Boll in Görwihl im Landkreis Waldshut erfolgreich weiter – und das seit 2021 ohne klassischen Laden. Vier Verkaufsmobile, die Belieferung des regionalen Handels und ein Online-Shop traten nach und nach an dessen Stelle.

Görwihl liegt auf einer Hochebene im südlichen Schwarzwald, die Grenze zur Schweiz ist nahe. Seit 2026 ist die Metzgerei Boll die letzte ihrer Art in der rund 4.000 Einwohner zählenden Gemeinde mit sieben Ortsteilen. Es gibt einen Edeka-Markt, Doch auch diesen beliefert die Metzgerei mit ihren Wurst- und vor allem Schinkenspezialitäten – sowie etwa 20 weitere kleine und mittelgroße Wiederverkäufer in der Region, z.B. Landmarkt Griessen oder den Bergladen Todtnauberg. „Diesen Geschäftsbereich verantwortet meine Schwester Jana. Seit 2020 stieg die Nachfrage deutlich“, berichtet Alisa Schill (35).

Gegründet wurde die Metzgerei von ihren Großeltern Erwin und Dorothea Boll 1963. 1999 übernahmen Alisas Mutter Gaby Kaiser (65) und ihre Tante Marianne Boll-Matt – beide Fleischermeisterinnen den Betrieb. Nach ihrer Ausbildung zur Fleischerei-Fachverkäuferin und einigen Jahren in anderen Metzge-

reien, in denen sie auch ihren Mann Marco (39) kennenlernte, absolvierte sie 2014 ihren Meisterkurs (Fachschule Heyne) und schloss 2020 die Weiterbildung zur Fleischsommeliere in Weiterstadt ab. Sie haben einen Sohn und eine Tochter.

„Mein Opa stammte von einem Bauernhof. Dort wurde der Schinken nach altbewährter Art und Weise im Kaltrauch geräuchert“, berichtet sie mir beim Besuch Mitte Juli. Daher ist er auch außen sehr dunkel. Zunächst zeigt sie mir die Heiß- und Kaltrauchanlage im Produktionsbereich, dann zwei weitere Doppelrauchanlagen, die vier Rauchwägen fassen, und 2019 in einer angrenzenden Ex-Garage entstanden. Die Teilstücke der Schweinekeulen werden traditionell vier Wochen gesalzen und eingegeben, zwei Tage in Wasser eingelegt, zwei Stunden im Heißrauch und vier Wochen mit Tannen- und Buchenholzspänen geräuchert. Dann reifen sie hängend in selbstgebaute Holzhöhlen im trockenen Reifekel-

ler weiter. Vier bis sechs Monate dauert das Ganze. „Unser Schinken bekommt viel Zeit. Die Zeit die er braucht. Es gibt nicht mehr viele Metzgereien, die das so machen wie wir“, sagt Alisa Schill.

Vier Verkaufsmobile

Die Schlachtung wurde 1999 aufgegeben. Seitdem kommen Schweine- und Rindfleisch mehrmals pro Woche vom Färber-Schlachthof

Konzept

METZGEREI BOLL – GÖRWIHL

1963 gegründeter, in dritter Generation geführter Familienbetrieb im Landkreis Waldshut. Spezialitäten aus dem Hotzenwald, vor allem Schinken und Speck. Vier Verkaufsmobile auf mehreren Märkten in der Region (Umkreis: 20-50 km), Belieferung von lokalen Supermärkten und kleineren Läden in der Region sowie Online-Shop.



Erfolgsfaktoren

- Traditionelle Herstellungsweise
- Spezialist für „Hotzenwälder Schinken“
- Sinnvoller Auf- und Ausbau weiterer Geschäftsfelder
- Regionaler Rohstoffbezug für Wurst und Schinken
- Wandel statt Stehenbleiben; Konzept nicht aus den Augen verlieren

Waldshut, der die Tiere regional bezieht. Weitere Schweinekeulen werden bei Bedarf von Schwarzwälder Schinkenherstellern hinzugekauft. Marco Schill und ein Mitarbeiter zerlegen das Fleisch und es entsteht in Stoßzeiten bis zu eine Tonne Wurst in der Woche. Hinzu kommen die Schinkenspezialitäten sowie Wurst und Fertiggerichte in Dosen – Tendenz steigend –, die vielfach in Regalen im einstieigen Laden lagern. Etwa 18 Frauen und Männer beschäftigt die Metzgerei.

Die meisten arbeiten seit etwa 2016 in den vier mobilen Verkaufsmobilen. „Das haben meine Mutter und meine Tante vor gut 25 Jahren in Bad Säckingen begonnen“, berichtet Alisa Schill, die viermal pro Woche auf Märkten unterwegs ist. Nach Bad Säckingen führt uns unser Weg auch an diesem Mittwochvormittag, wo Marco Schill und eine Mitarbeiterin auf dem gut frequentierten Wochenmarkt in der Nähe des Einkaufszentrums

im Einsatz sind. Rund 20 km von Görwihl entfernt. Dienstags bis freitags und alle zwei Wochen samstags stehen die Wagen zudem auf Märkten in Grenzach-Whylen, Rheinfelden, Lörrach-Haagen, Rheinfelden-Herten und Waldshut. Meist arbeiten zwei Verkaufskräfte darin.

Die nötige Ware wird am Tag zuvor in Kisten vorbereitet. Beliebt bei der Kundschaft sind neben dem traditionell geräucherten SB-verpackten „Hotzenwälder Schinken“ – Vesperscheiben (Schinkenspeck) sowie Breit- und Schmalseiten – klassische Wurstsorten, Feinkostsalate, Grillspezialitäten, marinierte Pfannengerichte, Räucherwürstchen, Wildwurst, der „Renner“ Fleischkäse u.v.m. Der mobile Verkauf macht fast die Hälfte vom Umsatz aus, der Großhandel 30 % und der Online-Shop zwischen 20 und 30 %. Vor gut 1 ½ Jahren war das noch nicht so. Da kam dieser auf 5 %. Dieser Anstieg ist zu erklären. „Den Umsatzsprung hatten wir erhofft, aber in dieser Form nicht erwartet“, so Alisa Schill. Und das kam so.

Social Media-Wende

Bei einem strategischen Gespräch mit einem befreundeten Betriebsberater über die Neuausrichtung und -gestaltung des Web-Shops, kam das Thema Social Media als Lösung zur Sprache. Einen Facebook- und Instagram-Account hatte Alisa Schill – nebenbei und nicht aktiv mit Content bespielt. Im März

2025 machte sie als „fleischsommelier_alisa“ via Smartphone erstmals einen Livestream auf TikTok und Instagram-Reels, die parallel auf Facebook erscheinen. Zwei bis dreimal pro Woche geht sie auf TikTok live, z.B. vom Wochenmarkt aus oder beim Verpacken der Online-Bestellungen, etc., ebenso auf Instagram: locker, unterhaltsam, fachlich und vor allem sehr authentisch. Sie informiert über ihre Aktionen, Spezialitäten und Hintergründe. Auch mal, dass sie versehentlich zum falschen Markt fuhr, aber doch noch rechtzeitig ankam. „Auf TikTok folgen mir etwa 23.000, auf Instagram über 4.600 Follower“, sagt sie. Auf dem Facebook-Account sind es über 17.000. „Das hat den Online-Shop enorm nach vorne gebracht und er soll weiter ausgebaut werden“, ergänzt sie selbstbewusst. Die Zukunft kann also kommen.

Marco Theimer

www.metzgerei-boll.de

Profi-Partner

- **Aufschnittmaschine:** Bizerba
- **Autoklav:** Korimat
- **Cliptechnik:** Tipper Tie
- **Gewürze:** Moguntia, Van Hees, Hela
- **Kutter:** K+G Wetter
- **Pökelinjektor:** Rühle
- **Räuchertechnik:** Reich Thermoprozess-technik
- **Vakuumtechnik:** Vama Maschinenbau
- **Wolf:** K+G Wetter

Allrounder mit Köpfchen

Etwas Neues zu wagen ist bei Faber Feinkost Programm. Seit über 125 Jahren begegnet man den Herausforderungen der Zeit mit Kreativität und Weitblick – ohne die Tradition zu vergessen. So auch die vierte Generation Thomas Faber und seine Frau Johanna Nemeth.

Mitte Juni treffe ich die beiden erstmals beim Club Innovation-Event von SimpliStore in einem Bad Kissingen Hotel. Gehört hatte ich den Namen Faber Feinkost öfter – nun wurde ich neugieriger. Sechs Wochen später dann das Wiedersehen im klimatisierten „Meating-Room“ am Firmenstandort am Ostring der Kurstadt – ein Segen in der Hitze dieses Sommers. Hier finden sonst exklusive Tastings für Genussfreudige statt. Im Raum gibt es zwei Dry Ager-Reifeschränke, die von außen durch ein großes Fenster sichtbar sind. „Seit 2019 bündeln wir hier die Themen Fleischqualität, Handwerk und unsere Historie“, so Thomas Faber.

2023 feierte die Metzgerei ihr 125. Bestehen. Gegründet 1898 von seinem Großonkel Kaspar Faber, der sich als „Charcutier und Schweine Metzger“ einen Namen machte und 1911 zum Königlichen Bayerischen Hoflieferanten aufstieg, führten zwei weitere Generationen (Karl und Hilde Faber sowie Bernd und Gretl Faber) die Metzgerei erfolgreich durch bewegte Zeiten. 2005 übernahmen Thomas Faber und Johanna Nemeth. Er, Metzger, Koch, Dipl.-Betriebswirt (FH) und Augsburger Fleischsommelier der ersten Stunde (2017), sie Dipl.-Kommunikationswirtin. Sie haben drei Kinder.

„Mut Neues zu wagen und ein kreatives Unternehmertum zu leben, sind die wichtigsten Faktoren, um heute mit einer Metzgerei zu bestehen“, so Johanna Nemeth. „Die Identifikation mit DEM Metzger des Vertrauens schwindet. Die Leute kaufen dort ein, wo es für sie am bequemsten ist. Es muss in den Workflow und die Freizeitgestaltung passen. Manche sind sogar entwöhnt vom Beratungsprozess. Viele wissen genau, was sie wollen“, ergänzt er. So kam es, dass sie im Mai 2023 – nachdem sie sich den ersten Smartstore dieser Art bei Steffen Schütze (Metzgerei Hack, Freising) angesehen hatten – ihren ersten „Faber24“ als Container-Lösung in benachbarten Nüdlingen aufstellten, der aber seit einem Jahr im Stadtteil Garitz-Süd

im Einkaufsgebiet nahe der Kissalis-Therme steht. Am 2. Juli 2026 folgte mit „Faber24“ die Nr. 2 in Schweinfurt.

„Faber24“ Nr. 2

„Wir hatten Schweinfurt als nächstgelegenen interessanten Standort außerhalb von hier ins Auge gefasst. Auch die Stadtverwaltung war kooperativ“, berichtet Johanna Nemeth. Es ist der erste Smartstore-Container einer Metzgerei dort: drei gepachtete Parkplätze am „Parkplatz am Schuttberg“, zentrumsnah, Bildungsumfeld – sehr gut frequentiert, auch an Wochenenden und Feiertagen, obwohl es da keine normale Tagesfrequenz durch sonst dort arbeitende Menschen gibt.

Das Thema Fachverkauf ist und bleibe schwierig. „Wir haben sehr gute Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Doch langfristig setzen wir zusätzlich auf professionelle, digitalisierte Angebotsformen und erreichen damit neue Kunden“, so Thomas Faber. Richtig gute Fachverkäuferinnen seien auch künftig schwierig zu finden.

„Ein Smartstore muss tip-top aussehen. Die Kunden müssen sich wohlfühlen. Das bedingt ein eigenes hohes Anspruchsdenken, aber es lohnt sich“, sagt Johanna Nemeth. Mehrmals pro Woche machen beide via Social Media Werbung dafür und beliefern selbst. Aktuell

sind sie oft im neuen 24/7-Shop, um Erkenntnisse zu gewinnen. „Ein Smartstore ist einfach weniger fachpersonalintensiv, die Arbeitszeiten flexibler zu gestalten. Die Quote ehemaliger Metzgereien, die nun 24/7-Shops sind, ist viel höher, als wenn diese zu normalen Filialen werden“, ist sich Thomas Faber sicher.

In beiden Faber24-Stores gibt es drei Kühlschränke, einen TK-Schrank und Regale mit regionalen Lebensmitteln. Neu in Schweinfurt ist die „Burger-Box“ mit tiefgekühlten Patties und Buns. Codierung und Etikettierung finden nun in einem Vorgang statt. Eine Stimme moderiert den bargeldlosen Bezahlvorgang. Die Nutzung weiterer KI-Tools sei vorstellbar und die Kooperation mit SimpliStore sehr gut.

Große Veränderungen

Kommunikation untereinander, Partnerschaft und Networking sind für beide unerlässlich: ob mit der Kundschaft, Lieferanten, Kooperationspartnern oder Produzenten. „Man liefert sich jede Menge Input und das hilft einem im besten Fall weiter“, so Thomas Faber. Aufgrund der Erfahrung und Partnerschaft in Sachen Smartstore manchmal auch als „Entwicklungshelfer“.

Im März schloss das Geschäft in der Innenstadt und noch eine große Veränderung gab es. Die Produktion am Ostring wurde mit der familiär befreundeten Metzgerei Häuser in Aschaffenburg zusammengelegt. Hier werden nun auf Basis klar definierter Rezepturen und verbindlicher Qualitätsstandards die Faber-Produkte hergestellt und beiderseitige Synergien und Kompetenzen vereint. „Dank einem langjährigem Rezepturmanagement-System war es gut möglich diese in die neuen Produktionsstrukturen zu übertragen“, so Thomas Faber. Er kennt die Metzgerei aus seiner Lehrzeit und freut sich, wenn die eigenen Spezialitäten mehrmals pro Woche angeliefert werden.

Marco Theimer

www.faber-feinkost.de

Profi-Partner

- **24/7-Shop/Smartstore:** SimpliStore (zuvor Smartstore24)
- **Autoklav:** Korimat
- **Damastmesser:** Nesmuk
- **Gewürze:** AVO, Lay Gewürze, Hagesüd
- **Grills:** Big Green Egg
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Kühl-Transporter:** Mercedes Benz, Winter Kühlfahrzeuge, Kiesling
- **Schalen To-go-Geschäft:** Weber Packaging



Konzept

FABER FEINKOST – BAD KISSINGEN

1898 gegründete, heute in vierter Generation geführte Metzgerei und Feinkostmanufaktur mit Tagesbistro (Frühstücksangebot ab 8:30 Uhr), Catering & Events, BBQ-Workshops, „Meating“-Room, Belieferung des Großhandels und zwei 24/7-Smartstores (Container: Bad Kissingen, Schweinfurt). Rund 30 Beschäftigte (zzgl. Mitarbeiter-Pool für Events).



Erfolgsfaktoren



- Eigener sehr hoher Qualitätsanspruch
- Kreativität und Innovation, hohe Kundenbindung
- Etabliertes Tagesbistro und Feinkostmanufaktur
- Langjährige Partnerschaften und Netzwerke mit ausgewählten Lieferanten und Produzenten
- Durchhaltevermögen
- Hohe Markenidentität





Wurstwagen in der Uckermark

Der Verkaufswagen fährt schnurstracks an seinen bekannten Platz in dem kleinen uckermärkischen Ort. Es ist heute seine zweite Station. Als die Verkäuferin aussteigt und den Wagen öffnet, kommt bereits die erste Kundin angeradelt.

Landfleischerei Retzlaff“ steht auf dem Wagen. Der Name ist in der Uckermark ein Begriff, existiert die Fleischerei doch bereits in der dritten Generation. Die Inhaberin Monica Sell-Retzlaff lacht, ihre Tochter Anne steht neben ihr und hat ihren Sohn auf dem Arm: „Die vierte und fünfte Generation sind in den Startlöchern.“

Die Landfleischerei versorgt ihre Kunden über die drei Verkaufswagen. Ein Ladengeschäft gibt es nicht. Die eigene Schlachtung arbeitet außerdem in Lohnschlachtung. Zudem gibt es einen Webshop.

Beide Frauen sind gelernte Fleischer, haben ihren Meister absolviert. Monica Sell-Retzlaff erinnert sich: „Mein Vater hat das Geschäft 1984 von seinem Vater übernommen. Mit der Wende hatte ich mich dann nach dem Abitur für diese Ausbildung entschieden“, lacht sie: „Wenn die Wende nicht gewesen wäre, wäre ich sicher nicht Fleischerin geworden, das hätten meine Eltern nicht zugelassen.“ Im Betrieb standen große Investitionen an und ihr Vater ließ es offen. „Wenn ich weitermachen würde, würde er diese Ausgaben machen, wenn nicht, dann nicht“, sagt sie. „Und so machten wir 1995 diesen großen Schritt, die gesamte Produktion wurde in größere Räume, nämlich in eine alte Scheune, verlagert.“ Sie ist seit 2008 in der Verantwortung. „Es war sozusagen eine Zwangsübergabe, denn mein Vater erlag seinem dritten Herzinfarkt.“ Damals seien ihre beiden Kinder noch klein gewesen, ihr Mann arbeitete bereits im Geschäft mit. Als gelernter Drucker nahm er sich diese Arbeiten an.

Schlau gedacht

Inzwischen arbeitet ihre Tochter Anne vollumfänglich mit, wie es die Schwangerschaft



Aufgrund der Lohnschlachtungen entstand eine weitere Kühlkammer.



Eines von drei Verkaufsmobilen der Landfleischerei im Einsatz.



gerade zulässt. Sie hat nach ihrem Studium der Immobilienwirtschaft/BWL bereits in dem Beruf gearbeitet, merkte jedoch dann, dass ihr der Betrieb ihrer Eltern und dieses Handwerk am Herzen liegen, dann eine Fleischerlehre absolviert und den Meister abgelegt. Und wie bei Annes Mutter hat auch sie ihren Ehemann „mitgebracht“, der Fleischermeister arbeitet in der Produktion mit. Die zweite Tochter der Familie, Nele, arbeitet an ihrer Bachelorarbeit als Steuerfachgehilfin. Sie unterstützt jedoch bereits mit diesem Know-how den Betrieb.

Viel geschafft

Das Team der Fleischerei besteht aus 15 Leuten, in der Produktion sind sie zu fünft, Anne derzeit zusätzlich noch als Springer. Die Verkaufsmobile sind dienstags bis samstags unterwegs, die Stationen existieren teilweise seit 30 Jahren. In der nur wenig besiedelten Region hat sich dieses Geschäftsmodell bewährt, gemeinsam mit der Lohnschlachtung. Die Hauptsaison beginnt ab September, bis in den März hinein. Und um Weihnachten der Peak. Die Schlachtung von Schwein, Rind, Schaf, Ziege, Wild – kann die Fleischerei übernehmen. Für die Lohnschlachtung wurde eine Kühlkammer angebaut: „So können wir das in der Hochsaison besser lösen. Jeder Kunde bekommt auch genau das, was er geliefert hat. Also die Bratwürste, die wir herstellen, sind eben auch genau aus seinem Tier. Das ist uns wichtig.“ „Ja, ergänzt Monica Sell-Retzlaff, „manche denken, sie liefern ihr Schwein und erhalten dann ausschließlich Koteletts. Da gibt es schon gelegentlich Aufklärungsbedarf.“ In der Hochsaison schlachten sie in Lohn schon mal bis 40 Schweine pro Woche. „Da geht es schon rund. Aber klar, schon mein Vater sagte: Fleisch ist



Konzept

LANDFLEISCHEREI RETZLAFF – TANTOW-SCHÖNFELD

Landfleischerei in der nördlichen Uckermark mit drei Verkaufsmobilen und (Lohn-)Schlachtung. Klares Bekenntnis zur Region und Nose-to-tail. Bio-zertifiziert. Familienbetrieb seit 1946.

Erfolgsfaktoren

- Gute Bekanntheit
- Kompromissloser Qualitätsanspruch
- Engagiertes und tatkräftiges Team
- Leidenschaft für den Rohstoff Fleisch
- Bewährte Standbeine

Profi-Partner

- Bandsäge: Kolbe Foodtec
- Entschwarter: Weber Food Technology
- Füller: Vemag Maschinenbau
- Gewürze: Hagesüd
- Kassensystem: Bizerba
- Kochkessel: Bastra
- Kutter: K+G Wetter
- Räuchertechnik: Kerres Anlagensysteme
- Pökelinjektor: Rühle
- Speckschneider: Rühle
- Wolf: Seydelmann

nicht wie Briketts. Es muss einfach weggearbeitet werden. Wir können es nicht in die Ecke stellen und morgen weitermachen.“

Gut gelaufen

Auch für ihre eigene Produktion setzen sie auf Regionalität und Frische. Die verarbeiteten Tiere kommen aus dem Umkreis von maximal

20 km. Und auch konsequent: In ihren Verkaufsmobilen gibt es ausschließlich eigene Produkte, auch die Salate stellen sie selbst her. Bekannt ist die Landfleischerei für ihre Krautkringel, nicht etwa mit Sauerkraut, Monica Sell-Retzlaff lacht: „Den Namen haben irgendwann die Kunden erfunden. Kraut bezieht sich eher auf die Gewürze und Kräuter, die der Wurst ihren Geschmack gaben. Es ist eine runde Rohwurst.“

Mit einem Webshop ergänzt die Landfleischerei ihr Angebot. „Vor allem um die Weihnachtszeit ist der wichtig“, sagt Monica Sell-Retzlaff. Sie erinnert sich an zwei Fernsehbeiträge, deren Resonanz sie komplett überraschte: „Die Anfragen über den Webshop schnellten in die Höhe, da kamen wir schon sehr an unsere Grenzen, selbst Verpackungsmaterial war dann knapp,“ lacht sie.

Und ihre Tochter Anne und sie erinnern sich schmunzelnd, wie sie damals Tage und Nächte mit dem Versand verbrachten. Hands-on-Mentalität liegt ihnen unübersehbar im Blut. Pläne machen auch, die diskutieren sie gemeinsam. Und dass Gutes dabei herauskommt, schmecken die Kunden täglich.

Heike Sievers

www.landfleischerei-retzlaff.com



Die Spezialität: Krautkringel



In diesem Jahr wird die Metzgerei 70 Jahre alt.



Vertrauen als Fundament

Wie die Metzgerei Edwin Grasmehr aus dem hessischen Westerwald ihren Generationenwechsel meisterte – mit einem Käufer, der sich selbst nicht als klassischer Investor versteht.

Mit 63 Jahren begann man, über die Zukunft nachzudenken. Bei Klaus Grasmehr und seinem Bruder Werner Grasmehr war es nicht nur die eigene Zukunft, sondern die eines ganzen Familienunternehmens. „Mein Bruder und ich haben unser Unternehmen gelebt. Es war der Mittelpunkt unseres Lebens, das unserer Eltern und

Kinder“, erinnert sich Klaus Grasmehr. Die Landmetzgerei stellt seit drei Generationen Wurst- und Fleischspezialitäten nach überlieferten Familienrezepten her. Um die Kultur des Familienunternehmens für die vierte Generation, die Mitarbeiter und die Kunden zu erhalten, begannen die Brüder, über einen Nachfolger nachzudenken – einen, der sowohl den

operativen Betrieb als auch die Immobilien übernehmen würde.

Mensch statt Konzern

Mehrere Interessenten sprachen vor, bevor sich abzeichnete, wer der richtige Partner sein würde: NutriUnited und dessen Gründer Josef Brunner. „Überrascht hat es uns, keinen klassischen Finanzinvestor, sondern den Menschen Josef Brunner kennenzulernen“, sagt Klaus Grasmehr. Josef Brunner, der zuvor mit relayr und JouleX zwei Technologiefirmen aufgebaut und verkauft hatte, kennt den Verlust eines Familienbetriebs aus eigener Erfahrung: Sein Vater musste als Bäcker gegen große Ketten aufgeben. „Eine Marke, die eine Familie über Generationen aufgebaut hat, gehört nicht in eine anonyme Holding-Schublade – sie gehört in die Hände der Menschen, die sie verstehen“, betont er. Bei den Grasmehrs habe er von Anfang an gespürt, „dass hier jemand



Fotos: Edwin Grasmehr GmbH

nicht nur verkaufen, sondern seinem Lebenswerk eine Zukunft geben wollte“.

Begleitet wurde der Verkaufsprozess von M&A-, Steuer- und Rechtsberatern, verlief nach Einschätzung der Familie aber alles andere als kühl und distanziert. „Wir hatten nie das Gefühl, von einem Finanzinvestor geschluckt zu werden. Vielmehr sehen wir uns als wichtiges Erst-Mitglied der wachsenden NutriUnited Gruppe“, sagt Klaus Grasmehr. Die Mitarbeiter wurden erst nach Abschluss der Transaktion informiert, um keine Verunsicherung aufkommen zu lassen. Josef Brunner selbst stellte sich danach persönlich auf einer Mitarbeiterversammlung vor – „bodenständig und vertrauensgebend“, wie es Klaus Grasmehr beschreibt.

Eigenständig mit neuem Netzwerk

Rund zwei Jahre nach dem Einstieg von NutriUnited hat sich für die Belegschaft im Alltag wenig verändert – die Familie ist weiterhin erste Ansprechpartnerin. Für die vierte Generation, Nina Grasmehr-Lorger, die nun zusammen mit Ihrem Vater Werner Grasmehr Teil der Geschäftsführung ist, war genau das entscheidend: „Unsere Firmenkultur ist grundlegend von den Werten der Familie geprägt. Uns war es wichtig, dass wir sie beibehalten und den Mitarbeitern dadurch weiterhin Sicherheit bieten können.“ Produktentwicklung, Fleischbeschaffung aus der Region, Kundenkontakt und Teamführung liegen weiterhin in der Verantwortung der Familie – ebenso der eigenständige Markenauftritt der Metzgerei. Zugleich profitiert der Betrieb von strategischer und operativer Unterstützung, Fachaustausch innerhalb der Gruppe und einem Netzwerk aus Sparringspartnern. Mit finanzieller Unterstützung wurde bereits eine neue Lagerhalle gebaut, weitere Investitionen in Digitalisierung und Prozesse sollen folgen.

Verbund lokaler Champions

Genau das ist Josef Brunners Anspruch an die Gruppe: „Wir bauen keinen Konzern, sondern einen Verbund aus lokalen Champions, die voneinander lernen und gemeinsam stärker werden, ohne ihr Gesicht zu verlieren.“ Für die Geschäftsführung bedeutet die neue Struktur vor allem mehr und regelmäßigeres Berichten. „Diese Umstellung war die wesentlichste Veränderung für die Geschäftsführung“, sagt Klaus Grasmehr: „Aber daraus ergab sich auch die Erkenntnis, dass sich durch die intensive Beschäftigung mit Plan-Ist-Zahlen zusätzliches Potenzial heben lässt.“

Unternehmerisch eingeschränkt fühlt sich auch Nina Grasmehr-Lorger nicht: „Wir können weiter-



Als Team erfolgreich in die Zukunft (v.li.): Klaus Grasmehr, Werner Grasmehr, Nina Grasmehr-Lorger und Josef Brunner.

hin selbst entscheiden, wie wir unseren Betrieb führen. Gleichzeitig haben wir einen starken Partner, der uns professionell unterstützt, wenn wir es brauchen.“ Klaus Grasmehr engagiert sich inzwischen selbst aktiv bei der Besichtigung neuer Unternehmen, die dem Verbund NutriUnited beitreten könnten: „Ich möchte interessierten Familienunternehmen von unseren Erfahrungen berichten und Vertrauen zu diesem großen und persönlichen Veränderungsschritt geben.“ Sein Rat an Unternehmer, die über einen Verkauf nachdenken: Vertrauen in das Geschäftsmodell des Käufers sei am Ende wichtiger als jede Kennzahl.

red

www.grasmehr.de

Konzept

METZGEREI EDWN GRASMEHR – WEILBURG-GAUDENBACH

Seit drei Generationen familiengeführte Landmetzgerei, seit rund zwei Jahren Teil von NutriUnited (<https://nutriunited.de/>). Sie stellt handwerklich und regional hergestellte Wurst- und Fleischspezialitäten nach überlieferten Familienrezepten her. Rund 70 Mitarbeiter werden beschäftigt. Der Betrieb wird nun von der vierten Generation geführt.

Erfolgsfaktoren

- Erhalt der Familienkultur und Eigenständigkeit der Unternehmensführung und Marke
- Persönliche, vertrauensvolle Übernahme statt klassischem Finanzinvestor
- Strategische und operative Unterstützung, Netzwerk sowie Investitionen
- Austausch mit anderen familiengeführten Metzgereibetrieben

HIER IST MEHR DRIN.

SÜFFA
2026
HALLE 9,
STAND A30

ZERTIFIZIERT
HYGIENE & SICHERHEIT
ZERTIFIZIERT

Mehr Hygiene

Die saubersten Lösungen für Wölfe, Mischwölfe und Kutter.

Mehr Genuss

Qualität, die man am Ende schmeckt.

Mehr Erfolg

Kleine Details, große Wirkung.



K+G WETTER

www.kgwetter.de

Marge steckt im Klassiker

Wiener, Frankfurter, Bockwurst und Knacker sind weit mehr als bloße Standardartikel. Gerade weil diese Würste vielen Kunden vertraut sind, werden Qualitätsunterschiede sofort wahrgenommen.



Für das Fleischerhandwerk sind sie deshalb die ideale Bühne, um mit handwerklicher Herstellung, Edelhülle und spürbarer Genussqualität Wertschöpfung statt Preiskampf zu betreiben. Wer seine Marge steigern will, muss nicht zwangsläufig neue Produkte entwickeln. Oft steckt das größte Ertragspotenzial längst in der Bedientheke und trägt Namen wie Wiener, Frankfurter, Bockwurst oder Knacker. Diese Klassiker gehören seit Generationen zu

Klassiker: Echte Wertschöpfungsträger

- Hohe Nachfrage das ganze Jahr über hinweg
- Kaum erklärungsbedürftig am Verkaufstresen
- Qualitätsunterschiede werden sofort wahrgenommen
- Schafsaitlein und Schweinedarm unterstreichen den jeweiligen Produktcharakter
- Naturdarm sorgt für typischen Knack, natürliche Optik und einen authentischen Genuss
- Hohe Wiederkaufsrate und starke Kundenbindung
- Zusätzliche Umsatzimpulse im Weihnachtsgeschäft
- Emotionale Bindung durch Tradition und Kindheitserinnerungen

www.naturdarm.de

den beliebtesten Wurstsorten Deutschlands und sorgen verlässlich für Umsatz. Der Grund ist einfach: Der Kunde braucht keine lange Erklärung. Er weiß, wie eine gute Wiener schmecken soll, welchen Biss eine Frankfurter haben muss und was er von einer saftigen Bockwurst erwartet. Gerade weil diese Produkte so vertraut sind, fallen Qualitätsunterschiede besonders deutlich auf. Für das Fleischerhandwerk ist das eine große Chance: Wer bei diesen Klassikern überzeugt, hebt sich sichtbar von industrieller Standardware ab und kann Qualität statt Rabatte verkaufen.

Bekanntheit schafft Vertrauen

Neue Produkte müssen sich ihren Platz erst erarbeiten. Klassiker genießen dagegen einen Vertrauensvorschuss. Sie zählen seit Jahren zum Alltag vieler Familien und werden regelmäßig gekauft, ob als schnelles Abendessen, für eine Brotzeit, den Mittagstisch oder den Hunger zwischendurch. Je vertrauter ein Produkt ist, desto genauer achten Verbraucher auf seine Qualität. Knackt die Wurst beim Reinbeißen? Ist sie saftig? Schmeckt sie ausgewogen? Wirkt sie appetitlich? Stimmt das Gesamtbild, entsteht Vertrauen – und aus Gelegenheitskäufern werden Stammkunden.

Foto: komokm / stock.adobe.com

Vier Klassiker, vier Profile

Auch wenn sie oft in einem Atemzug genannt werden, haben die Klassiker unterschiedliche Charaktere. Die **Frankfurter** ist eine traditionsreiche Brühwurst mit langer Geschichte. Das klassische Frankfurter Würstchen wird aus Schweinefleisch hergestellt; typisch sind die schlanke Form, die feine Würzung und der zarte Biss. Die **Wiener** wird mit Wien und dem Metzger Johann Georg Lahner verbunden, der Anfang des 19. Jahrhunderts mit einer Mischung aus Schweine- und Rindfleisch neue Akzente setzte. Diese Rezeptur prägt bis heute den charakteristischen Geschmack.

Die **Bockwurst** ist kräftiger im Kaliber und meist etwas würziger. Ihr Name wird meist mit Bockbier in Verbindung gebracht, was gut zur herzhaften Tradition dieser Wurst passt. Die **Knacker** steht für rustikalen Genuss. Je nach Region unterscheiden sich Rezeptur und Würzung deutlich, doch kräftige Aromatik, kerniger Biss und markante Optik sind typische Merkmale.

Naturdarm prägt den Charakter

Bei diesen Klassikern entscheidet nicht nur die Rezeptur über die Qualität: Auch die Wursthülle prägt das Produkterlebnis. Wiener und Frankfurter werden traditionell in feine Schafsaitlein gefüllt. Das verleiht ihnen eine schlanke Form, die glatte Oberfläche und den typischen Knack, den Verbraucher seit Generationen schätzen. Bockwürste und Knacker werden oft in Schweinedarm hergestellt. Das etwas größere Kaliber sorgt für einen kräftigeren Biss, eine rustikalere Anmutung und mehr Saftigkeit. Eigenschaften, die gut zum Charakter dieser Wurstsorten passen. „Gerade bei den Klassikern entscheidet oft der erste Biss darüber, ob der Kunde wiederkommt“, sagt Heike Molkenthin, Vorsitzende des Zentralverbandes Naturdarm. „Der Naturdarm liefert genau die sensorischen Eigenschaften, die Verbraucher mit handwerklich hergestellten Würstchen verbinden: den typischen Knack, eine natürliche Optik und eine angenehme Textur. Wer hier konsequent auf Qualität setzt, schafft Vertrauen – und daraus entsteht Wertschöpfung“, ergänzt sie. Naturdarm beeinflusst nicht nur den Genuss. Er nimmt Rauch- und Aromastoffe gut auf, unterstützt die Reifung und verleiht jeder Wurst ihre individuelle Ausstrahlung. Zugleich gilt er als eine der ältesten Lebensmittelhüllen und erfüllt als nachhaltige Ressource den Anspruch an das Nose-to-tail-Prinzip.

Emotionaler Mehrwert

Für den wirtschaftlichen Erfolg der Klassiker ist neben der Qualität auch der emotionale Mehrwert entscheidend. Viele Erwachsene



denken noch heute an den Einkauf mit Eltern oder Großeltern zurück. Während an der Bedientheke eingekauft wurde, gab es oft ein Würstchen auf die Hand. Diese kleine Aufmerksamkeit hat sich bei vielen tief eingepreßt und schafft Nähe, Vertrauen und oft den ersten positiven Kontakt mit dem Fleischerhandwerk. Auch später bleiben die Klassiker treue Begleiter. Besonders deutlich zeigt sich ihre Bedeutung an Heiligabend: Kartoffelsalat mit Würstchen gehört seit Jahren zu den beliebtesten Weihnachtsessen in Deutschland. Für viele Fleischereien ist die Vorweihnachtszeit daher eine umsatzstarke Saison für Wiener, Frankfurter und Bockwürste.

Die Visitenkarte

Wiener, Frankfurter, Bockwürste und Knacker gehören zum Standardsortiment jeder Fleischerei. Gerade deshalb verdienen sie besondere Aufmerksamkeit. Denn an kaum einer anderen Produktgruppe lassen sich handwerkliche Qualität, sorgfältige Rezepturen



„Gerade bei den Klassikern entscheidet oft der erste Biss darüber, ob der Kunde wiederkommt.“

Heike Molkenthin

und der gezielte Einsatz von Naturdarm so überzeugend vermitteln. Der Kunde muss den Unterschied nicht erklärt bekommen – er erlebt ihn. Wer heute erfolgreich Wurst verkauft, braucht nicht immer die nächste Innovation. Oft genügt es, die Klassiker konsequent als das zu vermarkten, was sie sind: handwerklich hergestellte Qualitätsprodukte mit Geschichte, Charakter und klarem Genussprofil. Genau darin liegt ihr wirtschaftlicher Wert. **red**

Fotos: Zentralverband Naturdarm



**Sun[®]
Products**

Vertriebs GmbH

Parkstr. 21, 76131 Karlsruhe
www.sun-products.de



**TASTE
OF ASIA**

Entdecken Sie unsere
neuen SUN SPICE
Variationen.





Bewährte Technik, neue Möglichkeiten

Clippen zählt zu den wichtigsten Verfahren in der handwerklichen Wurstproduktion. Ob Brüh-, Koch- oder Rohwurst – das sichere Verschließen von Därmen ist aus Metzgereien nicht wegzudenken.

Als Pionier und wichtiger Anbieter von Clipverschluss-Systemen entwickelt Poly-clip System diese bewährte Technologie seit Jahrzehnten kontinuierlich weiter. Ziel ist es, das Clippen einfacher, präziser, wirtschaftlicher und ressourcenschonender zu gestalten und Betriebe mit zukunftsfähigen Lösungen zu unterstützen. Zugleich haben sich die Anforderungen an die Produktion verändert: unterschiedliche Produkte, kleinere Losgrößen, steigender Kostendruck und wachsende Anforderungen an Nachhaltigkeit verlangen heute nach flexibleren und effizienteren Lösungen.

Ziel sind optimierte Maschinenkonzepte, die den Arbeitsalltag erleichtern, die Prozesssicherheit erhöhen und Betriebe dabei unterstützen, effizienter und wirtschaftlicher zu produzieren. „Moderne Clipmaschinen müssen heute mehr leisten als nur zuverlässig zu verschließen. Es geht darum, Prozesse einfacher zu gestalten, Maschinen flexibel an unterschiedliche Produkte und Produk-

tionsbedingungen anzupassen und gleichzeitig effizienter mit Material und Energie umzugehen. Genau diese Anforderungen stehen bei der Weiterentwicklung unserer Lösungen im Mittelpunkt“, erklärt Mesut Akbulut, CSO bei Poly-clip System.

Für unterschiedliche Anforderungen

Für handwerkliche Fleischereien bietet das Unternehmen Lösungen, die mit den Anforderungen des jeweiligen Betriebes mitwachsen. Die überarbeiteten Einzelclipmaschinen der Baureihe SCH 600/700 zeigen, wie sich bewährte Technik weiterentwickeln lässt: Eine optimierte Bauweise, leichtere Komponenten und eine bessere Ergonomie erleichtern das Handling im täglichen Einsatz. Der einstellbare Clipdruck ermöglicht eine präzise und reproduzierbare Anpassung des Verschlusses je nach Produkt und Darmart. Verarbeitet werden Kunststoff-, Faser-, Kollagen- und Naturdärme bis zu einem Kaliber von 90 mm.

Steigen Produktionsmengen oder erweitert sich das Sortiment, stehen automatische Lösungen zur Verfügung. Doppelclipper wie der PDC-A 700 und die FCA 160 ermöglichen eine effizientere und automatisierte Produktion – vom Herstellen von Einzelportionen, Kettenware und Ringen bis hin zu großkalibrigen Produkten mit hohen Produktionsvolumina.

Effizient und ressourcenschonend

Ein weiterer Entwicklungsschwerpunkt liegt auf der Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit. Clipverpackungen kommen mit vergleichsweise wenig Verpackungsmaterial aus und verbinden Füllen und Verschließen in einem Prozessschritt. So lassen sich Materialeinsatz und Prozessaufwand reduzieren. Maschinengenerationen mit optimierten Antriebssystemen unterstützen Betriebe zusätzlich dabei, Energie einzusparen und ihre Produktion wirtschaftlicher auszurichten.

Die Entwicklung zeigt: Clippen bleibt eine bewährte Technologie für die handwerkliche Wurstproduktion, wird aber kontinuierlich weitergedacht. Poly-clip System treibt diese Entwicklung konsequent voran und unterstützt Metzgereien mit zeitgemäßen Lösungen dabei, ihre Prozesse effizienter zu gestalten, flexibel auf neue Anforderungen zu reagieren und gleichzeitig die Qualität und Sicherheit ihrer Produkte zuverlässig zu gewährleisten. www.polyclip.com



Fotos: Poly-clip System



07.–09. Nov. 2026, Stuttgart
Stand 9A10–9A20, Halle 9
» **BESUCHEN SIE UNS!**

Seydelmann



Hinter jedem **erfolgreichen Betrieb** steht eine **starke Maschine.**



Normwagentumbler VTT 300 X

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**

Gold Sponsor



**NATIONAL
MANNSCHAFT
DES FLEISCHER
HANDWERKS**
★ ★ ★

Seydelmann Normwagentumbler

Schonendes Mischen, Tumbeln und Marinieren

Folgende Beispiele zeigen die vielen Einsatzmöglichkeiten dieser Maschine:

- Vermischung einzelner Zutaten bei der Herstellung von Feinkostsalaten
- Marinieren von Fleischstücken bei der Herstellung von marinierten Steaks
- Trockensalzung von Fleisch oder Fisch bei der Herstellung von Schinken oder geräuchertem Fisch
- Vermischung oder Coating bei der Herstellung von Gemüseprodukten
- Tumbeln von Produkten bei der Dönerherstellung
- Vermischung von flüssigen und/oder trockenen Produkten bei der Herstellung von Saucen oder Marinaden
- Vereinzelung von getrockneten oder gefrorenen Fruchtblöcken für die Verarbeitung in der Backwarenindustrie
- Hydrierung von Rohstoffen bei der Herstellung veganer oder vegetarischer Produkte

Nudelsalat



Spare Ribs



Marinaden und Saucen



Die Vorteile des Seydelmann Normwagentumblers auf einen Blick:

- Hohe Flexibilität bei häufigem Produktwechsel
- Geringe Produktbeschädigung, durch schonendes Mischen ohne Paddel(-achsen) oder Mischarme
- Keine Produktverluste
- Konstante Qualitätsmischungen
- Steigerung der Produktivität
- Erhöhter Mischdeckel dient als zusätzlicher Mischraum
- Deutlich kürzere Mischzeiten
- Einsparung von Personalkosten
- Einfache und schnelle Reinigung

Stiller

Dosen sicher verschließen

Runde Blechdosen aus Weißblech, Kombi- und Pappwickeldosen verschließt die halbautomatische STA 1200 D von Stiller. Durch die automatische Deckelzuführung erübrigt sich das manuelle Auflegen der Deckel. Die Maschine schafft bis zu 1.000 Dosen/Std. (Durchmesser: 52-99 mm; Höhe: 30-300 mm). Zunächst wird die Dose ohne Deckel auf den Unterteller gestellt. Der Verschließvorgang startet durch die Zweihand-Sicherheitssteuerung. Dabei wird die Dose automatisch angehoben, der Deckel übernommen, beides wird in Rotation versetzt und verschlossen. Nach dem Vorgang wird die Dose gestoppt und stillstehend abgesenkt. Zugleich wird der nächste Deckel unter den Verschließkopf geschoben, was den Arbeitsablauf effizient gestaltet. Viele Metzgereien schätzen die Maschine laut Hersteller, auch aufgrund der Möglichkeit, individuelle



Anpassungen wie die Verwendung einer Deckelbahn bei Aludosen oder eine Kopfraumbegasung zu realisieren. Ein optionales Spritzschutzblech erhöht bei der Verarbeitung von Fertiggerichten oder dünnflüssigen Produkten die Sauberkeit am Arbeitsplatz. Dank Transportrollen ist die Maschine flexibel an verschiedenen Arbeitsplätzen einsetzbar.

www.stillergmbh.de

NovaTaste

„Bühne“ für Produkte

Eine Wursthülle ist keine Nebensache. Sie schützt, schmückt, prägt, verkauft mit und macht manchmal den feinen Unterschied. NovaTaste bietet unter der Marke Wiberg ein vielseitiges Sortiment an Wursthüllen – vom funktionalen Klassiker bis zur dekorativen „Bühne“ für Produkte abseits der breiten Masse. Das Angebot reicht von klassischen Motiven, individuell gestalteten Varianten über moderne oder elegante Designs bis zu den Deco Quick® Gewürzummantelungen. Ab 500 m Druck werden die Wursthüllen individuell entworfen und gefertigt, gerafft oder gebunden. Design, Logo und Schriftzug sind in vielen Farben möglich. Damit werden auch kleine Mengen interessant, etwa wenn Betriebe Spezialitäten herstellen. Die Deco Quick®-Folien sind mit Kräutern



und Gewürzen beschichtet und ermöglichen eine gleichmäßige Ummantelung. Jede Scheibe des jeweiligen Produktes ist komplett gleichmäßig mit Gewürzen bedeckt – egal ob Fleisch- und Wurstprodukte, Fisch, Käse oder vegetarische/vegane Produkte.

<https://shop.novataste.com/>

Fotos: Stiller, NovaTaste



Durch seine hohe Spezialisierung als weiterverarbeiten-der Händler hat sich Hans Schütt, Halstenbek, auf dem Markt der künstlichen Hüllen eine außergewöhnliche Position erarbeitet. Flexibilität, Schnelligkeit und das einzigartige Know-how zeichnen das Unternehmen aus. Jahrzehntelange Erfahrung, intensive Marktkennntnisse, hohe Beratungsqualität und das Gespür für die Erfordernisse des Marktes sind für Hans-Joachim Schütt, den Geschäftsführer und Inhaber des Unternehmens, die Basis des Erfolgs.

Die moderne Konfektionierungsabteilung für Abnähren und Abbinden, Raffen und Bedrucken der Wursthüllen gestattet eine schnellstmögliche Bearbeitung individueller Aufträge. So werden in Halstenbek täglich zwischen 200.000 und 250.000 m Wursthüllen konfektioniert und versandt. Das Unternehmen importiert Kunstdärme aus aller Welt, agiert aber vornehmlich auf dem deutschen Markt, wo 90 % der Produkte verkauft werden. Die Zukunftsperspektiven sieht Herr Schütt eher positiv: „Ich glaube, dass der Naturdarm immer knapper und damit teurer wird. Die fortschreitenden mikrobiologischen Anforderungen und z. T. Änderungen in den Essgewohnheiten sprechen in meinen Augen klar für den Kunstdarm“, meint der Unternehmer und blickt optimistisch nach vorne.

HansSchütt e. kfm.

Immelsweg 19
25469 Halstenbek
Tel.: +49 (0) 4101 85 60-0
Fax: +49 (0) 4101 85 60 77
E-Mail: info@hans-schuett.de
www.hans-schuett.de



Sortiment:

Kunstdärme, Folien,
Beutel und Tüten aus PE, PP oder Cellophan

Branche:

Kunstdarm-Großhandel

Mit KI in die Zukunft

Nicht nur aufgrund personeller Engpässe entscheiden sich immer mehr Metzgereien dafür, digitale Einkaufserlebnisse zu schaffen, und der Kundschaft ihre regionaltypischen Produkte in personalfreien Verkaufsstellen rund um die Uhr anzubieten.



Fortschrittliche Metzgereien erkennen im Wandel der Zeit zunehmend, dass ihr Betrieb heute viel mehr ist, als bloße Handwerkskunst am regional erzeugten Produkt. Von überbordenden bürokratischen Herausforderungen ganz zu schweigen. Die Kundschaft von heute – nicht nur die sog. Digital Natives – erwarten auch im Lebensmittelhandwerk effiziente, schnelle und personalisierte Kundenerlebnisse. Doch nicht nur die jüngeren Generationen sind digitale Services und einen schnellen Zugang zu Informationen gewohnt. Aus Kundensicht werden Individualität und Schnelligkeit vorausgesetzt. Als Nachteil empfunden wird es, wenn digitale Angebote fehlen. Zudem werden Nachhaltigkeit und Transparenz im Sor-

timent erwartet. Handwerksbetriebe, die diesen Bedürfnissen gezielt nachkommen und sie auf- und ausbauen, werden auch in Zukunft Wettbewerbsvorteile haben. KI kann sie dabei gezielt unterstützen.

Metzgerei Freyberger

Seit Ende Februar können eilige Hungrige und Fans der Spezialitäten der Nürnberger Metzgerei Freyberger im „Fleisch verliebt“-24/7-Store neben dem „Pflanzen Kölle“ einkaufen. Eine computergenerierte Stimme – gesteuert von einer Künstlichen Intelligenz (KI) – begrüßt den oder diejenige beim Betreten des Stores. Allgemein erinnert das Konzept an SB-Läden ohne Personal, doch die Online-Einsicht und die KI-Beratung sind

hier wesentliche Unterschiede. Die KI steht bereit, um via Sprachsteuerung Fragen zu beantworten und gibt Tipps und Empfehlungen. „Einer kommt jede Samstagnacht um halb drei“, so Dirk Freyberger im März im Gespräch mit der „Augsburger Allgemeinen“. Dessen Einkauf sei fast immer gleich: Currywürste fehlen nie. Der Metzgermeister sieht in diesem Shop vor allem eine Möglichkeit, seine eigene Passion für hochwertige Produkte noch mehr Menschen zugänglich zu machen „unkompliziert und ohne Hemmschwellen“. Seine Beschäftigten soll diese Technik nicht ersetzen. „Es ist ein Zusatz und kein Ersatz“, betont er. Auch ein hybrides Ladengeschäft mit persönlicher Beratung und digitaler Unterstützung zu unterschiedlichen Tageszeiten sei in Zukunft nicht ausgeschlossen.

KI im Kundenservice

- **Chatbots** für die schnelle Kommunikation auf der Website
- **Automatisierte Bewertung** von Kunden-Feedback
- **Personalisierte Angebote** auf Basis von Kundenprofilen in digitalen Kanälen
- **Digitale Beratung** zu Spezialitäten und Allergenen

Datenschutz & Transparenz

Beim Einsatz von KI im Kundenservice sind Datenschutz und Transparenz sehr wichtig:

- Nur **notwendige Daten** speichern und keine sensiblen Informationen ohne ausdrückliche Einwilligung nutzen
- **Transparenz** schaffen: Die Kunden müssen wissen, wenn sie mit einem Chatbot sprechen oder Daten zur Personalisierung genutzt werden
- **Regelmäßige Sicherheitsupdates und Schulungen** der Mitarbeitenden stellen die Integrität der KI-Systeme sicher. (Quelle: www.metzgereihandwerk.de)

Fleischerei Mosshammer

In Österreich stellte sich der Grazer Metzgermeister Joseph Mosshammer die Frage: „Wie wir all diese neuen Medien nützen können. Da wir dieses Know-how selbst nicht haben war uns klar, dass wir auf externe Unterstützung zugreifen müssen.“ Daher nahm er Kontakt zu „Digital Innovation Hub Süd“ (DIH Süd) auf, um deren Expertise zu nutzen. Die Einrichtung ist eine Koordinations- und Anlaufstelle für KMU-Unternehmen

Foto: colourvox.de/visuals characters

zum Thema Digitalisierung im Süden Österreichs. Mit einem Forschungsnetzwerk aus Universitäten, Fachhochschulen und forschungsnahen Institutionen bietet das „DIH Süd“ eine Bandbreite kostenloser Dienstleistungen an, die KMUs bei der Digitalisierung unterstützen und ihre Wettbewerbsfähigkeit und den Innovationsgrad steigern. Die Fleischerei Mosshammer legte in einem Workshop mit dem DIH Süd-Partner „Johanneum Research“ den Fokus aufs Thema KI und erarbeitete Anhaltspunkte, wie sie diese gewinnbringend einsetzen kann. Im Alltag kann KI nun etwa im automatisierten Schriftverkehr oder der digitalen Kundenkommunikation zum Einsatz kommen. So werden Abläufe erheblich vereinfacht und Services auf ein neues Level gehoben.

Was kann KI?

Mit mehr als 150 sog. Smartstores und 24/7-Shops – hybrid oder als Container-Lösung – hat SimpliStore (zuvor: SmartStore24) maßgeblich dazu beigetragen, dass viele Metzgereien bzw. Fleischereien in Deutschland diesen Weg beschritten haben und ihre Produkte erfolgreich außerhalb der gewohnten Öffnungszeiten in ihren Läden verkaufen. Beispiele sind die Metzgerei Hack, die Burgmetzgerei Botte, Faber Feinkost (s. S. 26) oder die Braumiller Hofmetzgerei. Beim zweiten „Club Innovation“-Event Mitte Juni in Bad Kissingen, bot das Unternehmen auch einen Einblick ins Thema KI. Diese nutzt das es zur Verbesserung der SimpliStore-Software mit neuen Funktionen und Fehlerbehebungen, um Prognosen für die Bestückung/Nachfüllung zu generieren und bei der SmartGuard-Sicherheits-Schranke. Diese lernt verdächtige Artikelbewegungen von unverdächtigen (z.B. Befüllung) zu unterscheiden. Tests bzw. geplant sind weiter verbesserte Prognosen für die Befüllung, KI als Verkaufs-Assistent für die Endkunden, KI für intelligente DigitalSignage-Empfehlungen (kundenspezifisch) sowie KI für Reportings, z.B. einer intelligenten Abrechnungsprüfung.

Auch für Syner.Con/Apro.Con spielt das Thema KI in vielen Bereichen eine wichtige Rolle. Dazu Geschäftsführer Jens Eden: „Wir nutzen KI-Tools seit einem Jahr intern intensiv als unterstützendes Werkzeug in unserem Support. Die KI-Tools sind unschlagbar beim Abruf und der Beschaffung intern wie

extern vorhandenen Wissens und führen zu einer deutlich spürbaren Entlastung unserer Supportmitarbeiter.“ Der Aufwand für den Aufbau einer dazu erforderlichen soliden Wissensbasis, die dann auch für die KI-Tools gut durchsuchbar ist, darf aber nicht unterschätzt werden. Neue Funktionen in der Apro.Con-Warenwirtschaftssoftware aufgrund von intern gemachter KI-Erfahrungen sind geplant. Aktuell geplant sei die Einführung folgender Funktionen:

- **KI-Suche** innerhalb von Apro.con (eine Art Chatbot, als Assistent für Anwenderfragen im System). Der eingebaute Chat-Assistent könnte Fragen beantworten wie: „Warum ist dieser Artikel nicht verfügbar?“, „Welche offenen Bestellungen betreffen Lieferant X?“, „Zeig‘ mir die Top-10 Artikel mit sinkender Marge“ oder „Wie buche ich eine Retoure?“
- **Intelligente Bestellvorschläge:** Die KI analysiert Absatzhistorie, Saison, Wochentage, Feiertage, Wetter, Aktionen, Verderb, Mindestbestände und Lieferzeiten. Daraus entstehen bessere Bestellvorschläge je Artikel und Filiale. Beispiel: „Für nächsten Samstag werden 18 % mehr Grillartikel erwartet, weil Wetter und Vorjahresverlauf ähnlich sind.“

Mit der Mettler-Toledo-Waage FreshAI führen die Syner.Con-Partner eine Waage in ihrem Sortiment, die mittels Kamera und

KI-Algorithmen bei der automatischen Produkterkennung permanent etwas dazulernt. Erste Apro.Con-Kunden im Marktsegment Hofläden und Direktvermarkter haben diese als Bedienwaagen schon im Einsatz. Die KI-gestützte Produkterkennung soll für die Mitarbeiter eine möglichst einfache Bedienung der Waage ermöglichen und zugleich das Risiko von fehlerhaften Verwiegunen aufgrund falscher Produktzuweisungen minimieren.

Metzgerei Glasauer

Und auch die Metzgerei Glasauer aus Münnerstadt im Landkreis Bad Kissingen, die Mitte Juli als einer von sechs Betrieben als „Digitaler Champion im bayerischen Handel 2026“ geehrt wurde (s. Seite 22), plant einen eigenen KI-Chatbot, den sie aktuell trainiert. Dieser soll die Kunden künftig rund um ihre gekauften Produkte beraten und bei Anfragen für Caterings weiterhelfen.

Der entscheidende Unterschied zu Chatbots aus dem Internet: Gefüttert wird die KI nicht mit belanglosen – womöglich fehlerhaften – Antworten aus dem Netz, sondern mit dem jahrzehntelang gesammelten Know-how und Fachwissen dieser Metzgerei. Wenn eine „digitale Assistentin“ künftig erklärt, wie das „falsche Filet“ am besten geschmort wird, steckt dahinter echtes Metzgerwissen. mth

Aus Kundensicht vorausgesetzt werden Individualität und Schnelligkeit. Als Nachteil empfunden wird es, wenn digitale Angebote fehlen.



Team Cup & mehr

Mit dem zweiten SÜFFA Team Cup, Plattformen wie dem neuen „Metzger-Marktplatz“ und Events mit Strahlkraft kommt die SÜFFA den Themen Nachwuchsgewinnung und Netzwerken nach.

Vom 7. bis 9. November 2026 zeigt die Branche, was in ihr steckt. Spaß und Spannung erwartet Teilnehmende und Zuschauende beim zweiten SÜFFA Team Cup. Im Kampf um den Pokal treten Teams von zwei bis drei Personen in fünf Disziplinen gegeneinander an. Außer fachlichem Können und starken Nerven ist Teamgeist gefragt. Nicht zuletzt winkt eine starke mediale Präsenz mit Text und Bild – auf Social Media, der SÜFFA-Homepage sowie in der Presse. Die Liste der Team-Cup-Partner spricht für die Bedeutung des Wettbe-

werbs: Neben der Maschinenfabrik Seydelmann, die das Event als Premiumpartner begleitet, zählen auch die Unternehmen Amjadi, Bizerba, Friedr. Dick, Fessmann, Hagesüd, Handtmann, JBT Marel und Thekenplan zu den Förderern. „Als Hersteller von Maschinen für das Fleischerhandwerk ist es uns ein besonderes Anliegen, den SÜFFA Team Cup zu unterstützen“, sagt Andreas Seydelmann, Geschäftsführender Gesellschafter. „Der Wettbewerb bringt engagierte Fachkräfte zusammen und zeigt eindrucksvoll, wie wichtig Teamarbeit,

handwerkliches Können und innovative Technik für eine erfolgreiche Lebensmittelproduktion sind. Dass die Teilnehmer dabei auch an unseren Maschinen arbeiten, freut uns besonders: So erleben sie unsere Technik unmittelbar in der Praxis und können ihre Leistungsfähigkeit unter realen Bedingungen unter Beweis stellen“, ergänzt er.

Die SÜFFA-Wettbewerbe

Um Leistungsbereitschaft und berufliches Selbstbewusstsein geht es bei den Internationalen SÜFFA-Wettbewerben, die seit Jah-



ren festes Element im Programm der Messe sind. Auch 2026 suchen der Landesinnungsverband für das Fleischerhandwerk in Baden-Württemberg und die Messe Stuttgart die Besten der Besten ihres Fachs. Das vielbeachtete Spektakel umfasst elf Einzelwettbewerbe, in denen die ambitionierten Kandidatinnen und Kandidaten eine fachkundige Jury überzeugen müssen.

Ein sehr wichtiger Aspekt der SÜFFA-Wettbewerbe ist die Gewinnung von Branchennachwuchs. „Auf der SÜFFA 2026 wird das Thema Fachkräftemangel eine zentrale Rolle spielen“, sagt der stv. Landesinnungsmeister Wolfgang Herbst. „Wir wollen junge Menschen für eine Lehre begeistern. Das gilt nicht nur für unser schönes Handwerk, sondern auch für den Verkauf. Die ausgetragenen Wettbewerbe sind deshalb ein wichtiges Instrument, die Attraktivität beider Berufsbilder in der öffentlichen Wahrnehmung zu steigern. Ich bin immer wieder aufs Neue

beeindruckt von den fantastischen Ergebnissen, die dort präsentiert werden. Bei allen drängenden Problemen der Gegenwart macht mir dies Hoffnung für die Zukunft. Die publikumswirksamen Veranstaltungen sind aber nicht nur ein Gradmesser für Ideenreichtum und Leistungswillen, sondern auch ein Forum, wo sich alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer selbst erproben und im Beruf definieren können.“

Metzger-Marktplatz

In Zeiten von Fachkräftemangel und wachsendem organisatorischem Aufwand stehen viele Betriebe vor der Herausforderung, ein attraktives Sortiment zu sichern. Dies gelingt auch durch den Zukauf hochwertiger Produkte – ein Trend, den die SÜFFA mit dem neuen Sonderbereich „Metzger-Marktplatz“ aufgreift. Mit einem Standbau-Komplettpaket können sich dort erfolgreiche Metzgereien präsentieren, deren Spezialitäten für den Weiterverkauf geeignet sind. Marko Helle, Betriebsleiter des Tübinger Anbieters Frima Wild und Lammsspezialitäten, sieht darin eine hervorragende Möglichkeit zur Neukundengewinnung: „Das Thema Wild und Lamm ist groß im Kommen, wir besetzen also eine sehr interessante Nische. Dies wollen wir auch im Kreise der Metzger verbreiten, zumal wir schon etliche in unserem Kundenkreis haben. Wir werden auf dem Stand unsere Wurstspezialitäten zur Probe anbieten und Kontakte für die Belieferung knüpfen.“

Auch Franziska Schalk (im Bild S. 40, mitte re., li. Mit-Geschäftsführer Franz Petregger jun.), Geschäftsführerin des Peißenberger Schinkenspezialisten Landler, begrüßt das neue Konzept und freut sich schon: „Viele Metzgereien möchten ihr Sortiment erweitern, ohne jede Spezialität selbst herstellen zu müssen. Zeit, Personal und Produktionskapazitäten sind oft begrenzt. Mit unseren traditionell gefertigten Spezialitäten bieten wir eine hochwertige Ergänzung für die Frischetheke – in einer Qualität, wie man sie auch von einer handwerklichen Eigenproduktion erwarten würde. Genau dieser partnerschaftliche Gedanke macht den Metzger-Marktplatz für uns so interessant. Handwerkliche Betriebe unterstützen sich gegenseitig und profitieren von den Stärken ihrer Kollegen.“ www.sueffa.de



Fotos: M. Theimer

FREY
Maschinenbau

Vollelektronisch gesteuerter Füll- und Portionierautomat

Kompakta 2-30

- Schneller und einfacher Sortenwechsel
- Exakte Portionsgenauigkeit
- Portionierleistung von bis zu 250 Port./min



**Heinrich Frey
Maschinenbau GmbH**

89542 Herbrechtingen
info@frey-maschinenbau.de
www.frey-maschinenbau.de

„Wir stehen dem Fleischerhandwerk auch künftig tatkräftig zur Seite, weil ...“



„...wir unsere Kunden nicht nur mit innovativer Technologie begleiten, sondern als langfristiger Partner gerne unsere Expertise und Erfahrung einbringen, um ihren Erfolg mitzugestalten.“

Thomas Schoenberger, Gebietsverkaufsleiter, Handtmann Maschinenvertrieb Deutschland



„...es Teil unserer DNA ist. Unsere ersten Maschinen wurden auf Wunsch eines Metzgers entwickelt – und genau deshalb hören wir auch heute noch genau hin, wenn es um die Anforderungen und Herausforderungen unserer Kunden geht.“

Norbert Betzmer, Gebietsverkaufsleiter Deutschland Süd, D-A-CH, holac Maschinenbau



„...die Kunst dieses Handwerks auch ein großes Stück Kultur und Einzigartigkeit mit sich bringt, die es gilt zu erhalten.“

Stefanie Lepej, Marketing & Vertrieb/Marketing & Sales, Paul Kolbe GmbH - Foodtec



„...es unser tiefes Verständnis für dieses Handwerk ist, das uns antreibt und auszeichnet – seit mehr als einem Jahrhundert. Diese Partnerschaft ist keine Floskel, sondern gelebte Praxis: in der gemeinsamen Entwicklung von Rezepturen, in der Beratung vor

Ort und im Verständnis für die täglichen Anforderungen eines Handwerksbetriebs. Zugleich ist die Branche im Wandel und wir entwickeln uns konsequent mit. Ob neue Geschmackstrends, funktionale Zutatenlösungen, digitale Bestellwege oder konzeptionelle Unterstützung für neue Vertriebsformate: Raps versteht sich als Vollpartner, nicht nur als Zulieferer. Wir investieren in Forschung, unsere Rohstoffkompetenz und den persönlichen Kontakt. Nur wer die Bedürfnisse des Handwerks wirklich kennt, kann Lösungen liefern, die im Betrieb tatsächlich funktionieren. Das ist unser Anspruch – heute und in Zukunft.“

Maximilian Heindl, General Manager Central & Eastern Europe, Raps



„...echte Handwerkskunst eine Zukunft verdient. Gemeinsam mit den Verbänden und Betrieben möchten wir dazu beitragen, Tradition zu bewahren und gleichzeitig neue Chancen zu erschließen.“

Martin Dattler, Manager Regional Sales South, Multivac Deutschland



„...es seit 1987 unserer DNA entspricht, erfolgreich die Zukunft des Metzgerhandwerks mitzugestalten!“

Michael Keck, Geschäftsführer, bfm Ladenbau



„... wir an die Zukunft des Fleischerhandwerks glauben. Wer Qualität, Individualität und unternehmerischen Mut mit neuen Ideen verbindet, wird auch morgen erfolgreich sein – und genau dabei verstehen wir uns als Partner.“

Max Beck, Beck Gewürze und Additive



„...weil uns das Metzgerhandwerk am Herzen liegt und wir die Zukunft als zuverlässiger Partner mitgestalten wollen. Denn wir sind überzeugt, dass Tradition und Innovation die Zukunft des Fleischerhandwerks sind.“

Thomas Dippel, Produktmanager Sales Handwerk, Vemag Maschinenbau

Beck Gewürze und Additive Mehr als Gewürze

Auf dem Messestand erwartet die Besucher eine Mischung aus Produktneuheiten, Klassikern und praxisnahen Ideen für eine erfolgreiche, zukunftsorientierte Gestaltung des Sortiments. Im Fokus stehen Lösungen, die Verbrauchertrends aufgreifen und sich auch wirtschaftlich umsetzen lassen. Ein Schwerpunkt sind neue Gewürzmischungen, Marinaden und Rezepturen für das BBQ-Segment 2027, Produktneuheiten im Snack-Regal sowie viele weitere kreative Ideen. Ergänzt wird das Sortiment durch internationale Geschmackskonzepte, saisonale Spezialitäten und pflanzenbasierte Lösungen, die das klassische Fleischerei-Angebot sinnvoll erweitern. Gemeinsam mit den Betrieben entstehen individuelle Produktlösungen, die auf die jeweiligen Anforderungen zugeschnitten sind – von der ersten Idee über die Rezepturenentwicklung bis hin zur marktfähigen Umsetzung. Auf dem Messestand stehen die „BECKsperten“ für den direkten Austausch parat. Ob neue Rezeptideen, Optimierungen bestehender Produkte oder individuelle Herausforderungen aus dem Betriebsalltag – das Team entwickelt gemeinsam mit den Kunden Lösungen, die einen Mehrwert schaffen. **Halle 7, Stand A 34**



Fotos: Beck Gewürze und Additive, Albert Handtmann Maschinenfabrik

Handtmann Processing

Flexibel und effizient produzieren

Das Motto des Messeauftritts lautet „Aus Gutem mehr machen“. Gezeigt werden neueste Technologien für die Herstellung klassischer Fleisch- und Wurstwaren ebenso wie für Convenience- und Trendprodukte. Für die Produktvorbereitung steht der Feinstzerkleinerer I140-I-37 bereit. Im kontinuierlichen Prozess sorgt er für eine homogen emulgierte Ausgangsmasse. Zum Herstellen von Bällchen, Knödeln, Klößen, Suppeneinlagen, Cevapcici und weiteren Formprodukten – auch vegetarisch-vegane oder hybrid – eignet sich das einbahnige Formsysteem FS 503 mit automatischem Einlegesystem ES 388. Es ermöglicht die Herstellung fast beliebiger 3D-Produktformen. Optional erweitert ein höhenverstellbares Plättband das Anwendungsspektrum um geplättete Produkte wie Burger-Patties.

Ein weiteres Exponat ist das Formsysteem FS 501, ein flexibles Vorsatzgerät zum direkten Anbau an die Vakuumfüllmaschine, z.B. VF 804 5. Ebenso zu sehen sind die Manuelle Schneideeinheit MSE 441 zum Formen und Schneiden verschiedener Produkte und die Manuelle Formeinheit MFE 431 für die Herstellung von Burgern. **Halle 9, Stand C 10**



DAS BESTE FÜR IHRE PRODUKTION.



www.lanitech.de

Geschmack
& Technologie



planethic

n newingredients

azelis

Verarbeitung

günther

SEMI STAAL

scansteel

Thermis

ARC

tecno

CT

Pujolás

Clippen



DAMARC

Pujolás

Verpackung



tecnovac

ILPRA

70

HALLE 9
STAND 9B21



Die Poly-clip System Vertriebs- und Service GmbH
und Process-Pack Deutschland GmbH heißen jetzt **Lanitech GmbH**.

LANITECH

by Poly-clip System



Raps

Geschmack und Funktionalität

Im Zentrum des Messeauftritts von Raps stehen der neue Onlineshop, Würzsaucen und Marinaden für die herbstliche Theke, Brozetspezialitäten sowie Ideen für die Heiße Theke und Catering. Zu erleben sind praxisgerechte Ansätze für Betriebe, die Produkte geschmacklich attraktiv, technologisch sicher und mit Blick auf veränderte Konsumgewohnheiten entwickeln wollen. Am Messestand wird deutlich, wie sich kulinarische Kompetenz, Rohstoffwissen und technologische Stärke in konkrete Lösungen überführen lassen.

Vorgestellt werden Konzepte, die den Arbeitsalltag in den Betrieben unterstützen, Prozesse zuverlässig begleiten und neue Impulse für das Sortiment geben. Ein weiterer Schwerpunkt ist der neue Online-Shop. Er bietet einen direkten Zugang zu den Produkten und unterstützt so die einfache, effiziente Beschaffung. Bestellungen 24/7 rund um die Uhr sind möglich, unabhängig von Öffnungszeiten und Außendiensttoren. Nach dem Login werden vereinbarte Preise automatisch angezeigt, zudem stehen Bestellhistorien und Favoriten zur Verfügung, sodass sich oft benötigte Produkte mit wenigen Klicks nachbestellen lassen. **Halle 7, Stand C 80**

Kolbe Foodtec

Sicherer sägen mit OPS

Auf der Messe zeigt Kolbe Foodtec eine auf der K330 Bandsäge basierende neue Sägenreihe mit dem Operator Protection System (OPS) in den Varianten K330 OPS, K330S OPS und K330RS OPS. Der Anspruch lautete die Arbeit an Bandsägen deutlich sicherer zu machen und dabei anwenderfreundlich und nachhaltig zu bleiben. Die OPS-Sicherheitsbandsägen verfügen über ein Schnellbremssystem, das eine Bremszeit von unter 5 Millisekunden gewährleistet. Möglich ist das durch eine Hochgeschwindigkeitskamera, die individuell und anwendungsoptimiert angepasst werden kann. Das Sägeband wird beim Bremsen in Position gehalten und muss nicht getauscht werden. Die Sägen sind nur mit den vom Unternehmen zugelassenen, grünen Handschuhen zu starten, die zu Beginn vom Bediener eingecheckt werden müssen. Die Kommunikation erfolgt via Farbdisplay. Das Herz der OPS-Reihe sind fünf Überwachungsassistenten, auf denen das Sicherheitssystem basiert: Assistent zum Einchecken der Handschuhe (Systemfreigabe). Handschuherkennungsassistent, Positionsüberwachung der Kamera, Überwachung der Kameraverschmutzung und Überwachung der Beleuchtung. Die OPS-Säge ist nach dem Bremsen unterhalb einer Minute neu zu starten. **Halle 9, Stand B 14**



K+G Wetter

Durchdachte Technik-Features

Zuversichtlich und mit klarer Erwartungshaltung bereitet sich K+G Wetter auf die SÜFFA 2026 vor. Auf 200 m² Ausstellungsfläche stehen erfahrene Ansprechpartner zur Verfügung. Aus dem Sortiment an Wölfen zu sehen sind Maschinen vom Elektrowolf EW 114 bis zum Winkelwolf WW 200 – sowie durchdachte Technik-Features für mehr Arbeitserleichterung, Hygiene und Qualität. Das ClearCut-Messersystem mit Wolf- und Sortiermesser sorgt durch geringe Temperaturerhöhung und klare Rot-Weiß-Trennung für eine gute Schnittqualität. Dazu kommen deutlich mehr Durchsatz und eine Aussortierung unerwünschter Hartteile fast ohne Fleischanteil. Mehrere 100 kg Hebegewicht pro Arbeitstag übernimmt die Kisten-Hebeeinrichtung EasyLift. Sie hebt E2-Kisten so weit an, dass sie nur noch gekippt und in den Wolftrichter ausgeleert werden müssen. Eine Arbeitserleichterung, die leicht an vorhandenen Wölfen und Kuttern nachzurüsten ist. EasyAccess, z.B. beim Misch-Winkelwolf MWW 130, bietet eine großzügige Tür im Wolftrichter für eine schnelle, hygienisch sichere Reinigung und zuverlässige Sichtkontrolle. Auch der Ein- und Ausbau der Mischwelle gehen dadurch schneller. **Halle 9, Stand A 30**



Victorinox

Zweikomponenten-Griff

Auf der Messe zeigt der Schweizer Messerhersteller Victorinox u.a. die Messerkollektion Dual Grip, die über ein ergonomisches Griffdesign verfügt. Jedes Messer verfügt über einen Zweikomponenten-Griff, der laut Unternehmen für maximale Leistung konzipiert wurde. Der innere Kern besteht aus strapazierfähigem Polypropylen (PP) für Widerstandsfähigkeit und Stabilität, während die äußere Schicht weicher ist und aus Thermoplastischem Elastomer (TPE) besteht. Dies bietet auch unter feuchten Bedingungen einen sicheren, rutschfesten Griff. Zusätzlich zu zwei Kochmessern gibt es ein Ausbeinmesser, ein Tranchiermesser und ein Gemüsemesser, sodass eine vielseitige Palette von Werkzeugen für jede kulinarische Aufgabe zur Verfügung steht. Hergestellt in der Schweiz, sind die Messer NSF-zertifiziert, spülmaschinenfest und können bei bis zu 100°C sterilisiert werden. Hohe Haltbarkeit und Hygiene seien so gewährleistet. „Die lebenslange Garantie auf Material- und Fabrikationsfehler unterstreicht den hohen Qualitätsanspruch und die Langlebigkeit dieser Messer“, so das Unternehmen. **Halle 7, Stand B 53**



bfm Ladenbau

Den Unterschied machen

Die Abgrenzung vom Wettbewerb durch eine klare Markenidentität und Einkaufserlebnisse mit Wohlfühlatmosphäre für Kunden sind für nachhaltigen Erfolg wichtiger denn je. „Profitieren Sie von unserer Leidenschaft für unverwechselbare Einrichtungen und Innovationskraft in Technik – denn Ihr Erfolg ist uns wichtig!“, lädt bfm Ladenbau zur Messe ein. Das Unternehmen stehe für markengerechtes Design, innovative Kühltechnik und maßgefertigte Einrichtungslösungen, die durchdachte Funktionalität bieten und den Kunden so von der Konkurrenz abheben. Auf dem Messestand können Interessierte Kühlmöbel kennenlernen, die auf die F-Gas-Verordnung vorbereitet und mit allen gängigen Kältemitteln und Kühlsystemen kompatibel sind, individuell gestaltete Smartstore-Lösungen, welche die Markenidentität widerspiegeln und Lösungen für das Imbissgeschäft. Eine fotorealistische 3D-Visualisierung und VR-Begehung künftiger Räume unterstreichen die individuelle Planung und das umfassende Leistungsspektrum. **Halle 7, Stand C 21**

Fotos: bfm Ladenbau, holac Maschinenbau

holac Maschinenbau

Perfekt abschneiden

Mit dem Würfelschneider Cubixx 100 L und dem Scheibenschneider Sect 230 hat holac Maschinenbau sein Messeprogramm konsequent auf die Anforderungen des Metzgerhandwerks ausgerichtet. Dabei geht es darum, dass es den Betrieben gelingt wirtschaftlicher zu produzieren, Fachkräfte zu entlasten und höchste Produktqualität sicherzustellen. Schnelle Umbauzeiten der Schneidwerkzeuge sorgen für maximale Flexibilität und minimieren Stillstandzeiten. Intuitive Bedienkonzepte mit Programmspeicher und eine einfache, hygienische Reinigung unterstützen zusätzlich effiziente Prozesse im Alltag. Die Cubixx 100 L hilft beim Schneiden von Fleischwürfeln und Geschnitteltem ebenso wie bei Pulled Pork, Rouladen, Kartoffelscheiben, Krautstreifen, Gemüseswürfeln, Zutaten für Feinkostsalate oder beim Raspeln von Käse. In Kombination mit dem Sect 230 lassen sich Steaks, Koteletts oder Speckscheiben präzise und gleichmäßig schneiden. **Halle 9, Stand C 30**



MASCHINENBAU SEIT

1960

SCHAD

LEBENSMITTEL- TECHNIK IN HÖCHSTER QUALITÄT

Entdecken Sie unser Sortiment für Lebensmitteltechnik und Fleischereibedarf – unterstützt durch Service der begeistert. Hochwertige Maschinen und Fleischereibedarf wie Klingen, Messer, Bindfaden und vieles mehr. Vertrauen Sie auf uns als Ihren Partner für Industrie und Handwerk.



BESUCHEN
SIE UNS AUF DER
SÜFFA 2026 –
STAND 7C70

Wir beraten Sie gerne! T +49 661 96210

RUDOLF SCHAD GmbH & Co. KG | Schulstraße 7 | 36154 Hosenfeld | info@r-schad.eu | www.r-schad.de

„24/7-Shops, Smartstores bzw. autonomes Verkaufen wird/werden...“



„...für viele Betriebe neue Möglichkeiten schaffen, regionale Produkte flexibel anzubieten, zusätzliche Käufergruppen zu erreichen und unabhängig von klassischen Öffnungszeiten Umsatzpotenziale zu erschließen. Gleichzeitig bieten sie eine wertvolle Antwort auf

den anhaltenden Fach- und Personalmangel,

entlasten Mitarbeitende im Tagesgeschäft und schaffen Freiräume für Beratung, Produktion und Kundenservice.“

Thomas Schoenberger, Gebietsverkaufsleiter, Handtmann Maschinenvertrieb Deutschland



„...eine immer wichtigere Rolle spielen. Vorteile sind der geringe Personalaufwand und flexible Öffnungszeiten.“

Stefanie Lepej, Marketing & Vertrieb/Marketing & Sales, Paul Kolbe GmbH - Foodtec



„...eine gute Ergänzung zum normalen Verkaufsgeschäft sein, da sie ohne großen Personalbedarf betrieben werden können. Sie sind flexibel, ermöglichen das Einkaufen rund um die Uhr und sichern auch die lokale Nahversorgung – gerade in unterversorgten Regionen ohne Geschäfte.“

Thomas Dippel, Produktmanager Sales Handwerk, Vemag Maschinenbau



„...für Endkunden im Hinblick auf die Sicherung der regionalen Versorgung mit Fleisch -und Wurstwaren ein entscheidender Baustein sein. Gleichzeitig bieten sie Handwerksbetrieben die Chance, trotz Personalknappheit Konsumenten ihre

Produkte auch in Zukunft flächendeckend

und niederschwellig anzubieten.“

Martin Dattler, Manager Regional Sales South, Multivac Deutschland



„... ein fester Bestandteil des modernen Fleischerhandwerks – zu Recht.

Verbraucher/-innen erwarten heute Flexibilität: Sie möchten hochwertige Handwerksprodukte auch dann kaufen können, wenn der Laden geschlossen ist. Smartstores bieten Metzgereibetrieben

die Möglichkeit, diese Erwartung zu erfüllen,

ohne das Kerngeschäft zu belasten. Sie ergänzen das klassische Ladengeschäft und erschließen neue Zielgruppen, etwa Berufstätige, die am frühen Morgen oder späten Abend einkaufen möchten. Gleichzeitig entstehen durch autonome Verkaufsformate neue Anforderungen an Produktqualität, Verpackung und Haltbarkeit – Bereiche, in denen Raps mit seinen Lösungen rund um Halbdauerware und funktionale Zutaten gezielt unterstützen kann. Wer als Metzger/-in heute in diese Konzepte investiert, sichert sich morgen Marktanteile. Wir stehen als Partner bereit, diesen Schritt produktseitig zu begleiten, mit Würzungen und Zutaten, die auf die besonderen Anforderungen automatisierter Verkaufsumgebungen ausgelegt sind.“

Maximilian Heindl, General Manager Central & Eastern Europe, Raps



„...ein wachsender Bestandteil im Metzgerhandwerk werden. Erfolgreich funktionieren diese allerdings nur, wenn die Verbindung zur Marke und zum klassischen Bestandsgeschäft deutlich sichtbar wird. Dieser Wiedererkennungswert macht den

Qualitätsanspruch sichtbar und ist ein Erfolgsgarant für Kundenvertrauen.“

Michael Keck, Geschäftsführer, bfm Ladenbau



„...ein fester Bestandteil moderner Vertriebskonzepte werden. Sie schaffen zusätzliche Verfügbarkeit, erschließen neue Standorte und reduzieren die Abhängigkeit von Personal. Die Zukunft sehen wir dabei vor allem in hybriden Konzepten:

persönliche Beratung, wo sie Mehrwert schafft – automatisierter Verkauf, wo er sinnvoll ist.“

Max Beck, Beck Gewürze und Additive

Vemag Maschinenbau

Abfüllen, portionieren und formen

Im Fokus des Messestandes von Vemag Maschinenbau stehen die Automatisierung arbeitsintensiver Schritte, reproduzierbare Qualität und erhöhte Flexibilität. So automatisiert etwa die Kombination aus dem Vakuumfüller Robot500 und dem Vorsatzgerät FKL609 das gewichtsgenaue Abfüllen pastöser und flüssiger Produkte in Dosen, Gläser und Becher (bis zu 60 Behälter/Min.). Das Angebot regionaler Spezialitäten oder Convenience-Produkte lässt sich so um neue Verpackungsformate erweitern. Diverse Füllköpfe, werkzeuglose Formatwechsel und flexible Aufstellmöglichkeiten vereinfachen den Wechsel zwischen Produkten und Behältern.

Für gefüllte und ungefüllte Convenience-Produkte eignet sich Ball Control BC237. Austauschbare Formatsätze ermöglichen verschiedene Formen und schnelle Sortimentswechsel. Das modulare System ist ein- oder zweibahnig sowie für Koextrusion und geplattete Produkte einsetzbar; zweibahnig sind – bei einer maximalen Leistung und ungefüllten Produkten – bis zu 500 Portionen/Minute möglich. Weitere Vorsatzgeräte erweitern die Produktpalette von Burger-Patties und rechteckigen Hackfleischprodukten über Brezelformen bis hin zu Spießen und abgefüllten Feinkostprodukten ohne eine eigene Maschine für jedes Produkt.

Der Füllwolf985 verbindet Wolfen und Füllen in einem Schritt. Mit einer Vakuumfüllmaschine mit Förderkurventechnologie verarbeitet er Fleisch- und pflanzliche Massen bis -1°C.

Bei allen geeigneten Exponaten stehen neben der Leistung die Anforderungen des Arbeitsalltags im Vordergrund: einfache Bedienung, hygienische Konstruktion, kurze Umrüstzeiten und geringer Schulungsbedarf. Das Team um Patrick Friederix, Vertriebsleiter Deutschland, und Thomas Dippel, Produktmanager, freut sich auf einen interessanten, fachlichen Austausch.

Halle 7, Stand C 10



Your Partner in Food Cutting

holac



**Halle 9
Stand C30**

**7. – 9.11.2026
Stuttgart**



Cubixx 100 L



**WIR SERVIEREN DEN
PERFEKTEN SCHNITT!**

... egal ob Würfel, Raspel, Plättchen,
Scheiben oder auch Sonderformen.
Wir schneiden Lebensmittel.
Und das seit über 75 Jahren!

Friedr. Dick

Praxisnahe Lösungen

Auf der Messe präsentiert Friedr. Dick u.a. drei praxisnahe Lösungen: die Nassbandschleifmaschine SM-130, den magnetischen Klingenschutz für Jagdknochensäge und Jagdmesser und die Messerschärfer mit den Schärfstäben HyperDrill II. Mit der Bandschleifmaschine mit wassergekühltem Schleifband lassen sich Hand- und Maschinenmesser sowie Werkzeuge schleifen. Sie besteht aus zwei Stationen: Dem Schleifband (1.000 mm Länge, 50 mm Breite) zum Nachschleifen der Messer und der Polierscheibe zum Polieren der Schneide. Der Bandschleifarm ist stufenlos einstellbar und lässt sich so an die Arbeitsumgebung anpassen. Der Klingenschutz dient der sicheren Aufbewahrung der Jagdknochensäge und Jagdmessern (bis 15 cm Länge, 4,5 cm Klingenbreite). Er ist aus widerstandsfähigem Oxford-Gewebe mit wasserdichter Beschichtung und Neodym-Magneten gefertigt. Die Schärfstäbe HyperDrill II in den Ausführungen Rapid Steel, Magneto Steel und Master Steel haben eine besondere Oberfläche, dadurch wird genug Material abgetragen. Zugleich wird die Schneide geglättet. So bleibt die erzeugte feine Schneide, die nicht reißt, lange Zeit erhalten. Die Messerführung ist bei allen Schärfern so ausgelegt, dass keine fehlerhafte Bedienung möglich ist. **Halle 9, Stand B 50**



Syner.Con

Schnelle Picks und kurze Wege

Eine Neuheit, die Syner.Con auf der Messe vorstellt, ist die PackManager App für die mobile Kommissionierung. Mit der Kombination aus klassischem Industrie-PC mit Waage und der App auf einem MDE-Gerät mit integriertem Laserscanner gelingt es, stationäre und mobile Einsatzszenarien in einem hochgradig integrierten Workflow zu vereinen. Während sich der stationäre PC mit Waage als Arbeitsplatz für das Kommissionieren loser, unetikettierter Gewichtsartikel empfiehlt, punktet die App beim Scannen stückgenauer, etikettierter Artikel direkt am Regal. Mitarbeiter profitieren durch diese Zusammenführung von deutlich weniger, bisher zeitraubenden Laufwegen zwischen stationärem PC und Lagerbereichen. Die smarte Navigation der App unterstützt ein intuitiv bedienbares, schnelles und fehlerfreies Picken. Dank der nahtlosen Integration der App in die Apro.Con-Warenwirtschaft fließen alle Daten in Echtzeit synchronisiert sofort in die zentrale Apro.Con-Datenbank.

**Halle 7,
Stand C 30.2**



Fotos: Friedr. Dick, H zwo B Kommunikation/KI-generiertes Symbolbild

ANZEIGE

Hagesüd auf der SÜFFA 2026: Ideen für Geschmack und Innovation



07.-09.11.2026
Messe Stuttgart
Stand 7 C41

Geschmack, Sicherheit und neue Ideen für das Fleischerhandwerk:

Auf der SÜFFA 2026 in Stuttgart präsentiert Hagesüd praxisnahe Lösungen für Produktion, Sortiment und Verkauf.

Ein Schwerpunkt sind die NitroSafe® Starterkulturen. Sie unterstützen eine sichere, kontrollierte Rohwurstreifung und eine konstant hohe Produktqualität. So verbindet Hagesüd traditionelles Rohwursthandwerk mit moderner Technologie und zuverlässigen Prozessen.

Darüber hinaus präsentiert Hagesüd praktische Konzepte und neue Ideen für die Theke – von abgestimmten Würzungen und Soßen bis zu abwechslungsreichen Geschmacksvarianten. Damit entstehen attraktive Angebote für Theke, Imbiss und To-go-Geschäft.

Im Mittelpunkt steht auch der persönliche Austausch: Die Hagesüd-Experten geben praxisnahe Tipps und entwickeln gemeinsam mit den Besuchern passende Lösungen und neue Impulse.

Besuchen Sie Hagesüd auf der SÜFFA 2026 in Stuttgart und entdecken Sie neue Ideen für die Zukunft der Wurstherstellung.



Auf Frauen bauen

Frauen im Team wollen nicht mit Samthandschuhen behandelt werden. Sie reagieren sensibel auf männliches Gehabe. Als Mitarbeiterinnen in der Metzgerei wollen auch sie ihren „Mann stehen“, ohne die typischen Eigenschaften ihres Geschlechts einzubüßen.

Stark, kompetent, ehrgeizig – das weibliche Geschlecht hat sich in Fleischerereien einen Platz erobert und steht den „Herren der Schöpfung“ bei der Arbeit nicht nach. Auch im Fleischerberuf sind starke, selbstbewusste Frauen keine Seltenheit mehr.

Typisch männlich

Bei der Personalsuche hat der Chef im Hinterkopf immer noch den männlichen Bewerber. Besonders bei der Besetzung der Teamleitung. Er ist sogar skeptisch, ob auch das Team eine Frau als Vorgesetzte anerkennt. Männer haben unbewusst die „Geschlechterbrille“ auf. Und es gibt immer noch männliches Dominanzverhalten im Arbeitsteam, besonders wenn die Leiterin jünger ist und genauso gut wie die erfahrenen Kollegen. Das Auftreten einer Frau, besonders in der Führung, passt nicht immer in ins Raster. Dabei müsste das Raster geändert werden, nicht die neue Kollegin bzw. Leiterin. Wenn im Arbeitsteam eine Frau startet, befürchtet sie männliche Vorurteile und reagiert sensibel darauf. Muss man mit einer Kollegin anders umgehen als mit einem Kollegen?

Wieso glauben Männer, dass sie mit einer Kollegin anders umgehen müssen als einem Kollegen? Wieso glaubt man, dass eine Frau an Technik weniger interessiert ist? Wieso, dass sie mehr für leichte Arbeiten geeignet sei? Ist eine neue Kollegin nach kurzer Einarbeitung genauso gut wie ein langjähriger Kollege, wird sie gelegentlich als Rivalin betrachtet. Daraus entwickelt sich für einen männlichen Kollegen ein Motivationsschub, er strengt sich besonders an, will ihr gegenüber zeigen, wie gut er ist. Ein Klischee: Während sich ein Mann im Gespräch „Gehör verschafft“, gilt eine Frau als „vorlaut“, wenn mal diskutiert wird. Schimpft er, heißt es, „er lässt Dampf ab“, bei ihr: „Sie verliert die Nerven“. Er handelt „strategisch“, sie „berechnend“.



Typisch weiblich

Stark, kompetent, ehrgeizig – das weibliche Geschlecht packt an. Frauen sind auf der Überholspur und für Herausforderungen, auch in der Führung sehr gut aufgestellt. Sie sind ehrgeizig und motiviert für die Übernahme der Verantwortung. Einfühlungsvermögen, Intuition und eine ausgeprägte Teamfähigkeit sind weibliche Eigenschaften und qualifizieren Frauen für die Teamleitung. In vielen Betrieben heißt es mehr denn je: „Wir bauen auf Frauen“.

In der Rolle „Female Leadership“ hat sie als Vorgesetzte eine starke Persönlichkeit und kann sich mit selbstbewusstem Auftreten Männern gegenüber durchsetzen. Dabei darf sie ihre Authentizität nicht einbüßen. Frauen sind nicht nur auf die Akzeptanz

ihrer Person angewiesen, sondern definieren sich über Leistung. Die Leiterin kann sich auf Erfolge des weiblichen Geschlechts in anderen Berufen beziehen. Im Boxsport, beim Skispringen, beim Fußball, bei der Polizei und in der Politik. Es bedarf aber der Unterstützung des Arbeitgebers, bei Personalmangel ist der Betrieb oft auf eine Bewerberin angewiesen. Erfreulich, dass die jüngere Generation anders tickt, dass Männer kaum Probleme mit weiblicher Führung haben und Frauen der Generation Z nicht mehr so oft um Anerkennung kämpfen müssen.

Kompetenz im Gespräch

Frauen sind ehrgeizig, stark, gut und kompetent. Auch wenn bei Männern noch Skepsis und alte Vorurteile bestehen. Wer Frauen



nicht viel zutraut, übersieht, dass sie volle Pulle arbeiten und unverzichtbar sind. Unverständlich, dass immer noch eine gleiche Leistung zwischen den Geschlechtern unterschiedlich bezahlt wird. Frauen sind schneller in der Lage, sich auf neue Gegebenheiten einzustellen. Sie sind flexibel, können sich und andere sehr gut organisieren und reagieren bei Stress und Hektik gelassener. Gute Kommunikationsfähigkeiten im Team oder Kundengespräch liegen ihnen im Blut. Ihre Gesprächskompetenz ist ausgeprägter: Sie hören oft besser zu, interessieren sich für Kollegen, denken kooperativer.

Tiefstapeln scheint gelegentlich immer noch eine weibliche Eigenschaft zu sein. Werden Frauen für ihre Arbeit gelobt, reagieren sie oft mit: „Das hätten andere auch geschafft“. Frauen denken bei Erfolgen eher, dass sie nur einen Anteil daran haben oder Glück hatten. Selbstabwertendes Verhalten kann allerdings auch männliche Überlegenheitsgefühle provozieren. Erfreulich, dass die jüngere Generation der Frauen anders tickt. Frauen sind schneller in der Lage, sich auf neue Gegebenheiten einzustellen. Sie sind flexibel, können sich und andere sehr gut organisieren und sie reagieren bei Stress und Hektik eher gelassener als ihre männlichen Kollegen. Gute Kommunikationsfähigkeiten im Team oder Kundengespräch liegen dem weiblichen Geschlecht im Blut.

Frauen besitzen eine ausgeprägte Gesprächskompetenz: Sie hören oft besser zu, interessieren sich für das Menschliche, denken kooperativer. Es widerstrebt vielen, sich in den Vordergrund zu stellen, während Männer dazu neigen, ihre berufliche Erfahrung auszuspielen. Männer können ihre Erfolge übertrieben betonen und sich sehr gut verkaufen.

Weibliche Vorgesetzte

Tritt sie selbstbewusst auf, überrascht das Mitarbeiter, die es gewohnt sind, dass ein Mann die Leitung hat. Ausnahmen von diesem Denkmuster werden sogar extra betont. Startet eine Leiterin in der Vorgesetztenposition, kommt es für sie auf die ersten Tage an. Sie muss moderne Grundsätze der Personalführung transparent machen und ihr Team darauf einstimmen. Gelegentlich hat die Leiterin Selbstzweifel und behindert sich dadurch selbst. Sie vermutet, dass die Zusammenarbeit in einer Männerdomäne mit Schwierigkeiten gepflastert sein könnte. Während Männer meist zur Selbstüberschätzung neigen, präsentieren sich Frauen weniger offensiv, sie unterschätzen eher ihr Können. Bescheidenheit ist bei Frauen der Generation Z nicht mehr üblich.

Frauen begegnen Mitarbeitern auf Augenhöhe. Als Vorgesetzte hat sie Autorität ohne autoritär zu führen. Souveränes Auftreten und Organisationstalent machen sie

glaubwürdig. Ihre Führung gibt dem Team Orientierung, Sicherheit und Halt. Mit Persönlichkeit und Ausstrahlung überzeugt sie schneller als mit ihrer Position. Obendrein ist es wichtig, dass sie beliebt ist.

Obwohl sich die Unterschiede in den vergangenen Jahren stark abgeschwächt haben, gibt es immer noch typische Eigenschaften zwischen den Geschlechtern. Frauen sind schnell in der Lage, sich auf neue Gegebenheiten einzustellen, Änderungen im Arbeitsablauf zu akzeptieren. Sie sind im Team auch deshalb wichtig, weil damit die unterschiedlichen Arbeitsweisen der Geschlechter optimal kombiniert werden können. Erfolgserlebnisse und Freude an der Arbeit im Team sind Treiber für gute Arbeitsergebnisse. Strittig ist, ob Frauen sich durch ihren Zwang zum Perfektionismus nicht etwas selbst behindern. Denn einigen fällt es schwer, mit dem Arbeitsergebnis von 99 % zufrieden zu sein: Ihr Ziel sind 120 %.

Dipl. Betriebswirt Rolf Leicher, Heidelberg

Weiblicher Führungsstil: autoritär oder kooperativ?

Merkmale der autoritären Führung	Merkmale der kooperativen Führung
1. Entscheidungen bei der Arbeitseinteilung allein treffen	Entscheidungen im Team besprechen. Mitarbeiter sind Entscheidungsträger
2. Von oben her anordnen, wer was macht	Gemeinsame Diskussionen und Festlegung, wer welche Aufgaben übernimmt
3. Sich im Alleingang bei Diskussionen durchsetzen	Überzeugen durch Argumente, andere Meinungen anerkennen
4. Bei unterschiedlichen Meinungen zum Team wird Druck ausgeübt, um sich durchzusetzen	Recht haben spielt nicht die erste Rolle. Gemeinsamkeiten werden betont, nicht Gegensätze
5. Kontrolle der Arbeiten in Abwesenheit des Mitarbeiters bzw. Mitarbeiterin	Kontrolle im Beisein des/der Mitarbeiters/-in, Arbeitsergebnisse anerkennen
6. Besonders gute Leistungen ignorieren	Besonderem Einsatz und Bemühungen im Team ausdrücklich anerkennen

Männliche und weibliche Kommunikation bei der Arbeit

Eigenschaften	Frauen	Männer
1. Wortschatz	sorgfältigere Wortwahl	Wortwahl direkter
2. autoritäres Verhalten	wird seltener benutzt	häufig verwendet
3. Diskussionen	kooperativ, konsensorientiert	konfrontativ, konfliktorientiert
4. Fragen	aus Interesse	um ein Thema zu besetzen
5. Entscheidungen	überlegter, weniger spontan	vorantreibend, aktiv
6. Hierarchie-Denken	spielt keine besondere Rolle	„oben“ und „unten“ ist wichtig
7. Emotionales Auftreten	häufig, aber versteckt	seltener, aber offen
8. Feedback	hat große Bedeutung	sind wenig daran interessiert
9. Sprachinhalt	ausführlicher, überlegter	reden in Schlagworten

Biologisch und HACCP-konform

Bei der Auswahl von Reinigungsmitteln in lebensmittelverarbeitenden Bereichen sind mitunter gegensätzliche Anforderungen zu berücksichtigen: hygienisch wirksam, HACCP-konform, rückstandsfrei und verträglich für Mitarbeitende, Lebensmittel und die Umwelt. Die Bio-Paste von Novatio, im Vertrieb von **ReBa Service**, ist komplett biologisch. Sie wird auf Wasserbasis hergestellt, enthält weder abrasive Bestandteile noch deklarationspflichtigen Zusatzstoffe, ist lebensmittelverträglich und brennt nicht. Die Paste reinigt, poliert und versiegelt Oberflächen in einem Arbeitsgang und hinterlässt beim Auftragen eine schützende und wasserabweisende Oberfläche, die das Anhaften von Schmutz vermeidet. Reinigen lassen sich damit Metalloberflächen wie Kupfer, aber auch Ceran-Kochfelder, Glasscheiben, Fliesen, Kunststoffe, Keramik und Naturstein. Entfernt werden auch Kalkflecken. www.rebaservice.com



Messer mit acht Klingensformen

Um die neue, vollgeschmiedete Einstiegsserie „Partner“ erweiterte **Wüsthof** sein Sortiment. Die in Solingen gefertigten Küchenmesser sollen qualitätsbewussten Kunden den Zugang zur Welt geschmiedeter Messer erleichtern. Charakteristisch für diese Messer sind ein bewährter Stahl, Halbkopf, ein durchgehender Erl, der für Stabilität im Inneren sorgt, und ein glasfaserverstärkter Polyamidgriff. Die Serie umfasst acht Klingensformen, darunter Koch-, Santoku-, Brot- und Gemüsemesser. Darüber hinaus sind die Messer als zwei- oder dreiteilige Sets sowie in Messerblöcken aus Buche oder schwarzer Esche erhältlich, mit denen sich eine komplette Grundausstattung zusammenstellen lässt. www.wusthof.de



Fehlerhaft platzierte Etiketten vermeiden

Im SB-Regal oder an der Verkaufstheke entscheidet der erste Eindruck über den Kauf. Schief sitzende oder ungleichmäßig platzierte Etiketten auf Wurstdosen, Feinkostgläsern oder Saucenflaschen wirken unprofessionell. Mit der Aufnahme der halbautomatischen Etikettiermaschine Ninette 1 ins Sortiment erweitert **irex** sein Portfolio um ein Einstiegsmodell in die maschinelle Etikettierung. Sie eignet sich für zylindrische Produkte und ermöglicht das präzise, passgenaue Aufbringen eines Etiketts in konstanter Qualität. Je nach Produkt sind Takraten von bis zu 900 Einheiten/Std. möglich. Ergänzt wird die Produkteinführung durch ein Serviceangebot wie Beratung, Inbetriebnahme, Schulungen sowie individuelle Etiketten und Drucklösungen. Seit 1969 ist das Unternehmen aus Florstadt im Bereich Etikettierung spezialisiert. www.irex-etiketten.de

Lila ist das neue Grün

Mit dem tiefgekühlten und vorgeschnittenen „Purple Bun“ führt **Lantmännchen Unibake** (Marke: Schulstad Bakery Solutions) im Herbst ein Burgerbrötchen in kräftigem Violett ein. Nach Matcha rückt mit der philippinischen Ube-Wurzel die nächste farbgebende, asiatische Trendzutat in den Fokus der Lebensmittelbranche. Eine dezente, leicht nussige Süße und die feine Vanillenote dieser Wurzel verleihen dem Bun einen milden Charakter. Daher passt er zu herzhaften Burgern mit Pulled Pork oder Rindfleisch ebenso wie zu fleischlosen Burgern, Desserts oder Frühstücks- bzw. Brunch-Kreationen. Durch die saftig-soften Krume und eine Textur mit langer Standzeit weicht der Bun nicht durch. Das Burgerbrötchen ist rund 110 mm groß und wird mit 2 x 15 Stück pro Karton geliefert. Dank Thaw-and-serve-Prinzip ist er nach kurzem Auftauen sofort einsatzbereit. www.schulstadbakerysolutions.de



Kühltransport mit Zertifikat

Als eines von zwei Unternehmen in Europa, die streng geprüfte Qualitäts- und Prozessstandards inklusive Audits und nachhaltiger Optimierung der Abläufe als offizieller Umrüster durchlaufen, ist **Winter Fahrzeugtechnik** nun mit dem Toyota Certified Converter für Isothermic & Refrigerated Vans der Proace Familie zertifiziert. D.h. die 15-Jahre-Relax Garantie auf das Basisfahrzeug bleibt trotz Umrüstung zum Kühlfahrzeug bestehen. Das Unternehmen entwickelt und realisiert am Unternehmensstandort in Eichenzell bei Fulda maßgeschneiderte Ausbaulösungen, die auf die Anforderungen



seiner Kunden zugeschnitten sind. Das Leistungsspektrum umfasst neben der Herstellung und Installation von Isolierbausätzen die Integration passgenauer Kälte- und Temperierungslösungen, individueller Zusatzausstattungen und Temperatur-Managementsysteme. Die neue Zertifizierung ergänzt bestehende Partnerschaften mit Ford, Mercedes-Benz, Renault, Stellantis und VW. www.winter-kuehlfahrzeuge.de

Hygienetechnik



Wenn Reinigung neu
gedacht wird, ist es
next level cleaning.



Individuelle und ressourcen-
schonende Reinigungssysteme
für vielfältigste Anwendungen.

www.walter-cleaningsystems.de

Kunstdärme



Kunstdärme für jede Anforderung
Ihr Partner für flexible Folien
Hans Schütt e. Kfm. · info@hans-schuetz.de
Immelsweg 19 · 25469 Halstenbeck
Tel. 04101 8560-0 · Fax 0401 8560-77

FLEISCH BILDER.DE

Hochwertige Fleischfotos
für Ihre Werbung - jetzt in der
neuen Bilddatenbank!



Hilf mit deiner Spende:
wwf.de/plastikflut

WWF-Spendenkonto:
IBAN DE06 5502 0500 0222 2222 22

Pökel- und Massiertechnik



Suhner AG Bremgarten

Fischbacherstrasse 1
CH-5620 Bremgarten

Telefon: +41 56 648 42 42

Fax: +41 56 648 42 45

E-Mail: suhner-export@suhner-ag.ch
www.suhner-ag.ch



Viva con Agua fördert weltweit Wasserprojekte.
Mit dem Kauf unseres Mineralwassers unterstützt du
uns dabei. Informieren, mitmachen & spenden unter:
vivaconagua.org

FLEISCHNET.DE

- > praxisnah
- > marktorientiert
- > informativ
- > mit aktuellen
Schlachtviehpreisen



Schlachthofeinrichtungen



Fachsenfelder Straße 33
D-73453 Abtsgmünd
Telefon 073 66/9 2096-0
Telefax 073 66/9 2096-99
www.renner-sht.de

Schmiermittel



High-Tec Allrounder
für die
Fleischerei-Branche

**SCHMIERUNG
KORROSIONSSCHUTZ
WARTUNG**

www.brunox.swiss



Goldeimer ist DAS soziale Klopapier - alle Gewinne
werden für Aufklärungsarbeit und zur Unterstützung
von Sanitärprojekten eingesetzt. Denn weltweit
haben 3 Milliarden Menschen keine Toilette.
ALLE FÜR KLOS! KLOS FÜR ALLE!

WWW.GOLDEIMER.DE



Anzeigen werden
gelesen! Sie tun es gerade!

Impressum 15. Jahrgang

FH
FLEISCHER-HANDWERK



Verlag: B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG,
Verlagsniederlassung München
Postadresse: Postfach 21 03 46, D-80673 München,
Hausadresse: Garmischer Straße 7, D-80339 München
Tel. (089) 370 60-0, Fax: (089) 370 60-111
Internet: www.blmedien.de, E-Mail: muc@blmedien.de

Verlagsleitung München:
Sebastian Lindner -215
Basak Aktas (Stv.) -270

Chefredakteur (verantwortlich i. S. d. P.):
Marco Theimer (mth) -150

Redaktion:
Christian Bülmel (chb) -185

Ständige Autoren:
Heike Sievers, Horst Buchmann (buc), Verena Wagner

Anzeigen:
Sebastian Lindner (Leitung) -215
Rocco Mischok -220
Bernd Moeser -200
Kilian Roth -246
Concetta Herion -240
Rainer Lapp (089) 18 92 19 00

Gültige Anzeigenpreislste: Nr. 27 vom 1.1.2026

Anzeigenabwicklung:
Felix Hesse -261

Layout:
Rita Wildenauer -254
Claudia Zusammenschneider -257
Michael Kohler

Abonnentenbetreuung:
Basak Aktas (verantwortlich) (b.aktas@blmedien.de) -270
Roland Ertl (r.ertl@blmedien.de) -271

Bezugspreis: Erscheint zweimonatlich (6 Ausgaben/Jahr).
Abonnementpreis: Inland jährlich 109 €, Ausland jährlich
121 €. Einzelpreis: Inland 21,50 €, Ausland 23,50 € (alle
Preise inkl. Versandkosten und MwSt.). Der Abopreis für die
Verbandsangehörigen des Bayerischen Fleischerverbandes
ist im Mitgliedsbeitrag enthalten. Kündigungsfrist: Schrift-
lich vier Wochen vor Ablauf des Bezugsjahres.

Repro und Druck:
Ortmaier Druck GmbH, Bimbachstraße 2
84160 Frontenhausen

Bankverbindung:
Commerzbank AG, Hilden
IBAN: DE 58 3004 0000 0652 2007 00
BIC: COBADE33XXX
Glaubiger-ID: DE 13ZZZ00000326043

Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte übernimmt
der Verlag keine Gewähr. Namentlich gekennzeichnete Bei-
träge geben nicht immer die Meinung der Redaktion wieder.

Nachdruck und Übersetzung veröffentlichter Beiträge
dürfen, auch auszugsweise, nur mit vorheriger Genehmi-
gung des Verlages erfolgen. Im Falle von Herstellungs-
und Vertriebsstörungen durch höhere Gewalt besteht
kein Ersatzanspruch. Für den Inhalt der Werbeanzeigen
ist das jeweilige Unternehmen verantwortlich.

**Geschäftsführer der B&L MedienGesellschaft
mbH & Co. KG, 40724 Hilden:**
Harry Lietzenmayer, Stephan Toth, Björn Hansen

Gerichtsstand: Hilden

ISSN: 2192-5033

Der Informationsgemeinschaft
zur Feststellung der Verbreitung
von Werbeträgern angeschlossen.





SAUGUT...

...ständig informiert zu sein,
die wichtigsten Branchennews
und spannende Erfolgsstories
regelmäßig zu bekommen.

Sie wollen nichts mehr verpassen?
Dann bestellen Sie unser
Fachmagazin im Abo.

Das Management-
Magazin für das
Fleischerhandwerk



Sie sind auf
der Suche nach
Strategien für das
Metzgerhandwerk
der Zukunft?

Impulse finden
Sie in

FH
FLEISCHER-HANDWERK

(089) 370 60-272 | abo@blmedien.de | www.blmedien.de/fh/jahresabo

Das Jahresabonnement umfasst sechs Ausgaben und kostet 98 € (inkl. MwSt. und Versand).
Ihr Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn nicht mind. 3 Monate vor Ablauf
des berechneten Bezugsjahres gekündigt wird. Dazu reicht eine E-Mail an abo@blmedien.de.





DIE HACCP APP

EINFACH. DIGITAL. SICHER.



Fachmesse für die Fleischbranche

07.–09.11.2026
Messe Stuttgart

Besuchen Sie uns:
Halle 7, Stand B72

HACCP-Dokumentation für Fleischereien

Digitale Checklisten, automatische Temperaturdokumentation und lückenlose Nachweise für Produktion, Kühlung und Verkauf.

Weniger Papieraufwand. Mehr Übersicht.
Mehr Sicherheit bei Kontrollen.



Jetzt unverbindliche Demo buchen &
kostenlos testen
diehaccpapp.de/fleischer

zertifiziert nach ISO 9001 und ISO 27001

