

FLEISCHER-HANDWERK

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



FLEISCHER MIT ERFOLG:

Fleischerei Kohl-Kramer,
Borken-Trockenerfurth

- **NACHWUCHS:** Carolin Pfleger & Julian Kleeblatt ■ **KARTENZAHLUNG:** Metzgerei Pauleser, Kasing
- **VERBANDSTAG:** Bayern/Sachsen/Thüringen ■ **INTERVIEW:** Max Esser: Regio Food Hub & KI

WEIHNACHTEN 2026

Lichterglanz & Weihnachtszauber!

**SCHON
JETZT
BESTELLEN**



OSKUTex
KALLE GROUP

oskutex.kallegroup.com

Weiter, Bildung!



Marco Theimer,
Chefredakteur,
FH Fleischer-
Handwerk

Für viele von Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, war das Aus der 1. Bayerischen Fleischerschule (BFS) Landshut eine große Überraschung (siehe S. 19). Für einige vielleicht sogar ein Schock. Die private Schule nun also unter dem Dach der Handwerkskammer. 2028 hätte die 1. BFS 100-jähriges Bestehen gefeiert. Dazu kommt es nicht mehr!

Was verwundert, sind Aussagen wie „keine wirtschaftliche Notwendigkeit“, es gehe darum „neue Wege zu gehen“, um „Bündelung von Kapazitäten“, „Synergien durch Standortkonzentration“ und allgemein um „strategische Neuausrichtung“. Das alles klingt überaus sachlich, für manchen eiskalt. Dabei waren es doch auch hier stets die Menschen, Mitarbeiter/-innen, Dozenten/-innen und vor allem die Absolventen/-innen, die nach erfolgreichem Kursabschluss oft jahrzehntelang und über Generationen hinweg in Kontakt blieben und so die Branche beflügelten. An die Stelle der Schule tritt nun ihr Partner, die HWK Niederbayern-Oberpfalz. Verstehen Sie mich nicht falsch, aber ich habe Zweifel, ob dies eine sinnvolle Entscheidung war, und ob die Kammer Networking und Zusammenhalt wie die beliebte und im Fleischerhandwerk tief verankerte Schule zu leisten vermag.

Dabei meldete etwa tagesschau.de (9. Juni): „Meister-Boom: Handwerk gefragt wie lange nicht“. Gerade in Ostbayern steigt die Zahl der Meisteranwärter seit Jahren deutlich. Wohl auch eine Folge von 3.000 Euro Meisterbonus. In anderen Gewerken wartet man schon mal drei Jahre auf den Start eines Kurses. Nicht so im Fleischerhandwerk. Am gleichen Tag in der „Welt“: „Plus bei bayerischen Handwerks-Azubis“. Über 10.150 neue Ausbildungsverträge (200 mehr als im Vorjahr) zum beginnenden Ausbildungsjahr: „In Zeiten von Automatisierung und KI punktet das Handwerk mit krisenfesten und zugleich sinnstiftenden Tätigkeiten“.

Das Fleischerhandwerk verzeichnet zudem zum zweiten Mal in Folge im Jahresvergleich steigende Ausbildungszahlen, sicher auch durch Auszubildende aus Vietnam oder Indien. Auch diese brauchen Perspektiven in Sachen Weiterbildung.

Einen Tag nach dem Landshuter Aus schrieb der Diplom-Fleischsommelier und Autor Ronny Paulusch auf Facebook: „Gute Bildung wächst nicht dadurch, dass alle dasselbe tun, sondern durch Vielfalt, Reibung, Austausch und klare fachliche Profile.“ Er warnte zudem vor einem Bildungsarchitekturproblem, die „reine Kursverwaltung reicht nicht aus“.

Beispiel Fleischsommelier. Jede(r) Fleischsommelier/-sommeliere nutzt das neu gewonnene Wissen im Betrieb. Sie beraten kompetent, schneiden fachgerecht zu, informieren und grillen in Kursen und Steak-Tastings. Alles meist regional. Das ist zwar gut und ertragreich für ihr Geschäft, doch die breite Öffentlichkeit in Deutschland nimmt sie nicht wirklich wahr. In anderen Ländern, z. B. Argentinien, ist das anders (siehe S. 16ff). Dort sind sie Teil übergeordneter fachlicher Organisationen. Der Fleischsommelier Deutschland e. V. bringt seine Mitglieder jährlich einmal zusammen, engagiert sich auf Messen und im Butcher Wolfpack. Gut, aber bei mehreren hundert seit 2016 weitergebildeten Fleischsommeliers ist noch jede Menge Luft nach oben. Also: Handwerkskompetenz voranbringen anstatt Schulen schließen!



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





20



24



30



12



26

Branchenblick

Weiter, Bildung!	3
Kurz notiert	5
Metzger-Innung Würzburg: Führungswechsel gelungen	6
13. Rhöner Wurstmarkt: Wurstvielfalt im Dreiländereck	7
SÜFFA 2026: Kurze Vorschau	29

Fokus Bayern:

Drei Verbände in Dinkelsbühl	8
Staatsehrenpreis: Erstmals 12 Top-Metzger	10

Nachwuchs

Carolin Pflieger & Julian Kleeblatt: Das große Ganze im Blick	12
--	----

Event

SimpliStore: Das Handwerk verändert	14
--	----

Internationale Wettbewerbe

Die neue Macht der Fleischsensorik	16
---------------------------------------	----

Fleischer mit Erfolg

Borken-Trockenerfurth

Die Wurstmacher Familie Kästel	22
-----------------------------------	----

St. Johann-Gächingen

Blick zurück nach vorn Ludwig Failenschmid	24
---	----

Amtsberg

Schneider wird Metzger Andras Nagy	26
---------------------------------------	----

Titelbild: Am 27. Juni 2026 feierten die Fleischerei Kohl-Kramer und die Familie Kästel und ihr Team das 100-jährige Bestehen ihres erfolgreichen Familienbetriebes. Foto: M. Theimer

Dieser Ausgabe liegt eine Beilage der bfm Ladenbau GmbH, Lorch-Waldhausen, bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.



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

Weiterbildung

1. BFS Landshut: Ein Erbe, das bleibt	19
--	----

Interview

Metzgerei Esser: Regio Food Hub – Ein völlig neues System	20
--	----

Kartenzahlung

Metzgerei Pauleser: Schnell, einfach, wirtschaftlich	30
---	----

Lebensmittelsicherheit

Maurer Speck/CH: UVC im Reiferaum	32
--------------------------------------	----

Rubriken & Produkte

Neu auf dem Markt	33
Gesucht & gefunden/ Impressum	34



Feinkost Keller, Langenbach AR-Projekt geehrt

Als eines von drei Projekten der Lehanka Kommunikationsagentur wurde bei den Wonder Global Design Awards in der Kategorie „Winner“ ein gemeinsames AR-Projekt inklusive Broschüre mit der Feinkost-Metzgerei von Augustin Keller ausgezeichnet. Geehrt wurde die Agentur, die seit Jahren mit dem Metzgermeister und Fleischsommelier u.a. in Belangen des edlen, in den Alpen gereiften Valluga Specks zusammenarbeitet, für ein Projekt, das eine Verpackung samt Broschüre durch Augmented Reality zur lebendigen Markenwelt veredelt. Print und Digital verschmelzen hier zu einem Kommunikations-erlebnis, das die Feinkost-Metzgerei Keller auf zeitgemäße Weise erlebbar macht.

www.lehanka.de

www.feinkost-keller.com



Fleischer- und Bäcker-Fachschule J. A. Heyne Kompetenz im Fleischverkauf

Die Fleischer- und Bäcker-Fachschule J. A. Heyne an der HWK Frankfurt-Rhein-Main bietet einen neuen, viertägigen Kurs an: „Kompetenz zum Fleischverkauf“. Er richtet sich an Verkäufer/-innen, die ihr Fleischkenntnisse auffrischen möchten, Metzgereien, die Beratung, Service und Ertrag verbessern möchten, sowie Quereinsteiger im Fleischerhandwerk. Die Inhalte: Fleischteile von Rind, Schwein, Geflügel, Lamm sowie Innereien;

Fleischtechnologie und Reifung; Fleischzuschnitte und Verarbeitung; Verpacken, Verkauf und Lagerung; Garmethoden, Hygiene, Rollbraten und küchenfertige Erzeugnisse und Kundenberatung. Zudem geht es um die Präsentation von Fleisch in der Theke. Im Fokus steht praxisorientiertes Lernen, bei dem alle aktiv mitarbeiten, zuzüglich kurzen theoretischen Inhalten. Der Kurs findet von 9. bis 12. November 2026 ganztägig in Weiterstadt statt. Anmeldung unter <https://portal.hwk-rhein-main.de/seminare/suche/>

Fleischergehilfen-Verein Fürth 30 Sauköpfe und noch mehr

Die Mitglieder des Fleischer-Gehilfen-Vereins Fürth mögen es herzhaft. Echte Schlachtgenüsse lockten beim 15. „Saukopf-Essen“ über 80 Gäste auf die „Ranch“ des Vorsitzenden Günter Wuttke in Kreden bei Wilhelmsdorf. Hier kochten 30 halbe, zuvor in Salzlake eingelegte Schweinsköpfe (eine Spende der Metzgerei G. Böhm, Feucht) drei Stunden lang neben vier Bäumen, 15 Knöchla und je zehn Zungen, Nieren und Herzen in drei holzbefeuerten Kesseln. Die Tiere waren zuvor im Metzgerschlachthof Fürth-Burgfarnbach geschlachtet worden. Mit Sauerkraut und Bauernbrot als Beilagen sowie Pfeffer, Salz und Meerrettich als Würzung kamen die deftigen Leckereien auf den Tisch. Unter den Besuchern waren auch Delegationen dreier befreundeter Fleischer-Gehilfen-Vereine aus Dietenhofen, Lauf und Erlangen.



Verein zur Förderung der fränkischen Bratwurstkultur Bratwurstgipfel: Titel Nr. 3 für die Metzgerei Freyberger



Beim 13. Fränkischen Bratwurstgipfel am 17. Mai 2026 in Lauf a. d. Pegnitz stand das Team der Nürnberger Metzgerei Freyberger um Dirk Freyberger mit Freybergers Fränkischen und „Montreal Maple“ zum dritten Mal nach 2023 und 2024 ganz oben auf dem Siegerpodest. Die rund 11.000 Besucher/-innen konnten 14 verschiedene Bratwurstkreationen testen – in der Kategorie „Klassische fränkische Bratwurst“, die eine Jury und das Publikum bewertete, und der Kategorie „Kreative Bratwurst“, die

nur das Publikum bewertete. Gesamtzweiter wurde die Metzgerei Wunderlich (li., Kirchenlamitz), die zudem beide Publikumsbewertungen gewann (mit der Kreativ-Bratwurst „Franken Hot Dog“). Der dritte Platz ging an die Metzgerei Kacheler-Hoferer (re., Sugenheim; Fränkische im Bendel, „Traube-Nuss-Bratwurst“). Die weiteren Teilnehmer: Landmetzgerei Birklein (Scheinfeld), Metzgerei Finkenhof (Michellau), Jan Renner (Meeder) und Metzgerei Frischecenter Wagner (Coburg). <https://bratwurstkultur.de>

Schon bei Facebook geliked?

FH



**VIelen DANK für
über 11.000 Follower!**

Markenschaufenster

STILLER
VERSCHLIESS-TECHNIK
Telefon 07268 392
Dosenverschleißmaschinen
Halb- und vollautomatisch, für Handwerk und Mittelstand
WWW.STILLERGMBH.DE

**FLEISCH
BILDER.DE**

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



SimpliStore Neuer Name

Ein neuer Name für die Zukunft autonomer Stores: Aus SmartStore24 wird SimpliStore. Mit der Umbenennung setzt das Unternehmen ein klares

Zeichen für die Weiterentwicklung des autonomen Handels und positioniert sich bewusst neu am Markt. Hintergrund der Entscheidung ist u.a. ein gerichtliches Urteil, wonach der Begriff „Smart Store“ inzwischen als allgemeiner Branchenbegriff gilt. Er beschreibt in erster Linie ein automatisiertes Selbstbedienungsgeschäft ohne Personal. Für das Unternehmen greift diese Definition deutlich zu kurz. Ein moderner Smart Store besteht heute aus weit mehr als nur einer Selbstbedienungskasse. „Wir schaffen Lösungen, die regionalen Betrieben neue strategische Zukunftsperspektiven eröffnen und zugleich den Kunden ein echtes Einkaufserlebnis bieten“, so Geschäftsführer Michael Kimmich. Über 140 Kunden vertrauen auf die Lösungen des Unternehmens. Es möchte zeigen, dass moderne autonome Stores dann erfolgreich funktionieren, wenn Technologie, Prozesse und persönliche Betreuung intelligent zusammenspielen. www.simplistore.de

Fleischerverband Bayern Ehrungen am Verbandstag

Bei der Mitgliederversammlung in Dinkelsbühl wurden herausragende Persönlichkeiten geehrt. Staatsministerin Michaela Kaniber (mi.) und Landesinnungsmeister Konrad Ammon (re.) überreichten Ehrenabzeichen und Urkunden an:

- **Josef Neuberger**, ehem. Obermeister Miltenberg (Ehrennadel in Silber, 4.v.re.)
- **Kaspar Stielner**, ehem. Obermeister Miesbach-Bad Tölz-Wolfratshausen (Ehrennadel in Gold, 2.v.re.)
- **Werner Muggenthaler**, ehem. Obermeister Regensburg (Ehrennadel in Gold, 3.v.re.)
- **Thomas Köhn**, ehem. Obermeister Hof-Wunsiedel (Ehrennadel in Gold, 4.v.li.)
- **Werner Braun** (Ehrennadel in Gold, 2.v.li.)
- **Stefan Kallert** (Sieger Landesleistungswettbewerbs der Fleischer 2025, 3.v.li.)

Die Laudatio auf Werner Braun wurde mit stehenden Ovationen der Delegierten gewürdigt. Er erhielt die Goldene Ehrennadel für 20 Jahre als Obermeister der Metzgerinnung Dachau/Freising, Konrad Ammon hob seine Verdienste für den Verband, v.a. in den vergangenen zehn Jahren als stv. Landesinnungsmeister, hervor: „Du hast große Spuren hinterlassen.“



www.metzgerhandwerk.de

Führungswechsel gelungen



Auf seiner Innungsversammlung wählte die Metzger-Innung Würzburg Metzgermeister Günter Schumacher zum neuen Obermeister und damit zum Nachfolger von Horst Schömig.

Positiv hob Horst Schömig (mi.) die Integration neuer Auszubildender aus Vietnam hervor, deren Entwicklung sich als sehr erfreulich darstelle. Er dankte seinen Innungskollegen für die gemeinsame Zeit und dem bayerischen Fleischerverband, vertreten durch Geschäftsführer Lars Bubnick, für die enge und konstruktive Zusammenarbeit. Dieser würdigte seine Verdienste

und dankte ihm für seine langjährige Mitarbeit im Verband. Vor allem hob er hervor, dass Horst Schömig maßgeblich an der Gründung der Fleischerschule in Augsburg beteiligt war und so wichtige Impulse für die Entwicklung des Verbandes gesetzt habe. Dafür bekam er die silberne Verdienstmedaille verliehen. Seit 2012 ist er bereits Ehrenmitglied des Fleischerverband Bayern und nun zudem Ehrenobermeister der Innung.

An diesem Abend wurden weitere verdiente Persönlichkeiten geehrt. Edgar Erk etwa gehörte dem Vorstand seit 1981 an und ist nun Ehrenmitglied. Er bildete in den vergangenen Jahrzehnten rund 50 Auszu-

bildende aus und leistete so einen bedeutenden Beitrag zur Nachwuchsförderung. Goldene Meisterbriefe erhielten Günter Schumacher, Ewald Fuchs und Bernd Holz.

Neuer Obermeister ist Günter Schumacher (ii.), stv. Obermeister Rainer Schömig (re.). Günter Schumacher würdigte die Arbeit und das Wirken seines Vorgängers und dankte ihm für sein großes Engagement. Mit Blick auf die Zukunft zeigte er sich hinsichtlich der Ausbildungssituation im Fleischerhandwerk optimistisch. Er betonte, dass die Betriebe für hohe Qualität stehen und diese von den Kunden nachgefragt werde. **Tino Müller**
www.metzgerei-schoemig.de

Wurstvielfalt im Dreiländereck

Der 13. Rhöner Wurstmarkt in Ostheim v. d. Rhön findet am 10./11. Oktober 2026 statt. Etwa 50 Aussteller aus der bayerischen, hessischen und thüringischen Rhön sind dort vertreten, darunter rund 30 Metzgereien.

Wer Wurst, Schinken, Schnitzel & Co. ohne Reue genießen möchte, sollte den Metzger seines Vertrauens aufsuchen. Hochwertige handwerklich erzeugte Produkte von artgerecht aufgezogenen und geschlachteten Tieren inklusive ihrer Begleiter, präsentiert diese regionale Feinschmeckermesse, die alle zwei Jahre stattfindet. Die Schirmherrschaft von Alois Rainer, Bundesminister für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat, zeugt von ihrer deutschlandweit hohen Bedeutung.

Die Aussteller der in dieser Region angrenzenden Bundesländer sowie aus dem Gastland Italien laden entlang der malerischen Marktstraße an einheitlichen Ständen zum Entdecken, Schmecken und Genießen ein. Eine traditionelle Bratwurst finden Gäste in reicher Geschmacksvielfalt ebenso wie Burger, Pulled Pork, Knochenschinken oder andere kulinarische Neuheiten. Für ein abgerundetes Geschmackserlebnis sorgen kulinarische Begleiter wie Brot, Bier, Schnaps, Wein oder andere regionale Erzeugnisse. Alle diese Spezialitäten werden mit Liebe und Leidenschaft von den dort anwesenden Genusshandwerkern hergestellt. Die Auswahl der Aussteller erfolgt nach strengen Prüfkriterien. Industriell erzeugte Waren haben hier keinen Platz.

Wurstanschnitt und mehr

Eröffnet wird der Wurstmarkt am 10. Oktober 2026 vom Schirmherrn und Bundesminister Alois Rainer um 11 Uhr vor dem Rathaus mit dem traditionellen Wurstanschnitt. Der Politiker lernte den Metzgerberuf, legte

seine Meisterprüfung ab und übernahm 1987 den elterlichen Metzgerbetrieb. Kurz darauf startete er seine politische Karriere. Seit 2013 sitzt er im Deutschen Bundestag und begleitet seit 2025 dieses Ministeramt.

Spannende Einblicke in die Berufswelt von Metzgereien gewährt ein jugendgerechter Infostand des Fleischerverband Bayern in Kooperation mit der Metzgerinnung Main-Rhön um Obermeisterin Barbara Fink. Im Rathaus können sich junge Leute und ihre Eltern über die Berufe im Metzgerhandwerk informieren. Fachliche Unterstützung dazu kommt von der Bayerischen Verwaltungsstelle des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön, der Metzgerinnung Main-Rhön, Slow Food Hohenlohe-Tauber-Main-Franken sowie dem örtlichen Gewerbe. Teams von Naturpark Rhön, Naturpark-Rangern sowie dem Naturerlebniszentrum Rhön laden kleine Gäste an beiden Tagen von 10 bis 18 Uhr zu spielerischer Unterhaltung ein. Auch der heimische Obst- und Gartenbauverein veranstaltet von 14 bis 16 Uhr ein Kinderprogramm. Live-musik, Kirchenburgführungen und verkaufsoffener Sonntag komplettieren das Rahmenprogramm für die ganze Familie. **red**

www.rhoener-wurstmarkt.de

Weitere Infos

Der Veranstalter der bundesländerübergreifenden Feinschmeckermesse ist das Kommunalunternehmen Tourismus und Marketing Ostheim v. d. Rhön. Der Rhöner Wurstmarkt ist an beiden Tagen von 10 bis 18 Uhr geöffnet. Infos unter: Tel. (09777) 91 70 50. www.ostheimrhoen.de





Drei Verbände in Dinkelsbühl

Auf Einladung des Fleischerverbandes Bayern trafen die Delegierten des Freistaats im Juni erstmals Metzgerkollegen und -kolleginnen der Fleischerverbände Thüringen und Sachsen zu einem gemeinsamen Verbandstag.

So mancher Teilnehmer war wohl überrascht, dass der Eventbereich des neuen Meiser Design Hotels, in dem der Verbandstag und die Mitgliederversammlung stattfanden, nur über einen Parkhaus-Lift erreichbar war. Dort ging auch der von der Fleischer-Innung Dinkelsbühl-Feuchtwangen um Obermeister Bernd Mack ausgerichtete Kollegenabend über die Bühne. Das erwies

sich als nützlich, denn in dem großräumigen Bereich fanden die Gäste und die 26 Partnerunternehmen (z.B. AVO, Peukert 1871, Handtmann Processing, SimpliStore, holac Maschinenbau, MeinMarkt24, Vemag, oder Bedford) die sich dort präsentierten, genug Platz.

Obwohl die Mitgliederversammlung der sächsischen Kollegen erst im August stattfindet, waren Landesinnungsmeisterin und

Bundtagsabgeordnete Nora Seitz (Bild o. 2. v. re.) sowie Mitglied Robert Häußler gekommen. Ebenso der Präsident des Fleischerhandwerks Thüringen, Thomas Hönninger (Bild o. 2. v. li.). Dieser hielt um 13 Uhr eine Sitzung mit seinen Kollegen ab. Zwischen 15 und 17 Uhr informierte die stv. Geschäftsführerin Svenja Fries in einem Arbeitskreis rund 30 Interessierte über aktuelle Themen aus dem Lebensmittelrecht, etwa die Kennzeichnung in Smartstores, neue EU-Grenzwerte von Listerien oder Tierhaltungskennzeichnung. Viele Fragen wurden diskutiert und praxisnahe Antworten gegeben.

Gemeinsam statt allein

Ehrengast am Sonntagvormittag war Bayerns Staatsministerin für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus, Michaela Kaniber (Bild o. mi.). Sie ging in ihrer Rede offen und ehrlich auf aktuelle Themen und Herausforderungen ein. Zuvor differenzierte Landesinnungsmeister Konrad Ammon in seiner Rede die politischen Unterschiede in Bayern, Berlin und Brüssel. „Der Schuh drückt nicht in Bayern“, fand er klare Worte



für die Bundesregierung. Beim Entwurf des Tierhaltungskennzeichnungsgesetzes habe man sich weniger Belastungen für Metzgereien erhofft: „Wir stehen eher an der Seite des Vorschlags von Staatsministerin Kaniber, dass erst die Transformation der Tierhaltung erarbeitet und finanziert werden muss. Dann können wir uns Gedanken um eine Haltungskennzeichnung machen.“

Kaum ein Kunde oder eine Kundin im Metzgerhandwerk frage dies nach. Neben den Herausforderungen richtete er einen Blick nach innen. „Wir müssen auch selbstkritisch auf uns schauen. Unser Handwerk verändert sich. Vielleicht müssen wir den Blick noch weiter über den Tellerrand wagen. Die Kooperationen mit den Kollegen Sachsen und Thüringen sind ein hervorragender Anfang. Möglicherweise müssen wir aber auch gewerkeübergreifend mit den Kollegen des Bäckerhandwerks neue Wege denken“, so der Landesinnungsmeister.

„Weil jede Region ihre Besonderheiten pflegt und zugleich offen für Neues bleibt, passen sie so gut zusammen. Mit diesem ersten gemeinsamen Treffen demonstrieren Sie Einigkeit, Zusammenhalt und Verantwortung“.

Michaela Kaniber

Beeindruckt von seiner bodenständigen und ehrlichen Rede, trat Michaela Kaniber ans Pult. Dass die drei Fleischerverbände nun enger zusammenrücken, begrüßte sie: „Sie sind Heimatversorger im besten Sinne des Wortes. Weil jede Region ihre Besonderheit

ten pflegt und zugleich offen für Neues bleibt, passen sie so gut zusammen. Mit diesem ersten gemeinsamen Treffen demonstrieren Sie Einigkeit, Zusammenhalt und Verantwortung“. Sie unterstützte Konrad Ammons Kritik an Äußerungen und Plänen von Bundesarbeitsministerin Bärbel Bas, die sich u. a. für eine Arbeitszeiterfassung mitarbeitender Familienangehöriger ausgesprochen hatte. „Mehr Weltfremdheit und Ge-

ringschätzung vor dem Unternehmertum geht nicht“, so die Ministerin. Auch bei der Tierhaltungskennzeichnung sei sie eng an der Seite der Metzger. „Diese kann erst Sinn machen, wenn wir die Landwirtschaft so weit gebracht haben, dass sie ordentlich produzieren kann – ohne Wettbewerbsbenachteiligung im EU-Vergleich“, betonte sie. Wie sehr sie das Metzgerhandwerk schätzte, zeigte ihre Reaktion auf Konrad Ammons spontanen Hinweis, das VuV-Regio-Förderprogramm finanziell aufzustocken: „Wir werden uns das VuV-Programm nochmal anschauen und Geld im Haushalt dafür suchen.“

Weitere Entscheidungen

Danach informierten die Gastreferenten Dr. Philipp Huber und Steuerberater Matthias Yblagger zu den Themen „Kommunikation zwischen den Generationen“ sowie „Regelungen für die E-Rechnung“. Die Ressortvorstände Werner Braun und Thomas Köhn berichteten aus ihren Bereichen Personal sowie Marketing/Öffentlichkeitsarbeit. Für letzteren wurden neue Ideen beschlossen, die der Verband werbewirksam angehen soll.

Diskutiert wurde beim Bericht des Schatzmeisters Michael Moser auch der DFV-Beitrag. Dabei wurde nicht der DFV in Frage gestellt, sondern die Transparenz und Kommunikation gewisser Entscheidungen, in die aus der Sicht der Delegierten auch DFV-Vizepräsident Konrad Ammon nicht umfassend genug eingebunden wurde. Auch der Inhalt von Social Media-Posts war Thema, bei denen Bilder und Inhalte nicht zusammenpassten.

Schulleiter Anton Schreistetter und Geschäftsführer Lars Bubnick berichteten zum Sachstand der Sanierung des Augsburger Schulgebäudes, der Fassadensanierung sowie zusätzlichen Kosten und Kleinmängeln, die in den nächsten 12 bis 18 Monaten anfallen. Diese seien aber aufgrund ausreichender Rücklagen der vergangenen zehn Jahre zu stemmen. Die Jahresrechnungen des Verbands sowie der Tochter-GmbH wurden einstimmig verabschiedet, außerdem der Vorstand und die Geschäftsführung entlastet. Zum Landeslehrlingswart wählten die Delegierten einstimmig Anton Schreistetter. In der Fleischerschule in Augsburg soll im Herbst 2027 auch der kommende Verbandstag stattfinden.

red/mth

www.metzgerhandwerk.de

Erstmals 12 Top-Metzger

In Vertretung von Ernährungsministerin Michaela Kaniber zeichnete ihr Amtleiter Hubert Bittlmayer erstmals zwölf beste Metzgereien mit dem bayerischen Staatsehrenpreis aus und ehrte zudem Auszubildende von zwei Berufsschulen.



Die Preisträger 2026

- **Landmetzgerei Huber**, Jesenwang (1. Staatsehrenpreis)
- **Jutta & Bernhard Delle GbR**, Gundelfingen (1. Staatsehrenpreis)
- **Metzgerei Stefan Peipp**, Schwanstetten (1. Staatsehrenpreis)
- **Metzgerei Eduard Pfleger**, Kochel am See (1. Staatsehrenpreis)
- **Metzgerei Ruf**, Seefeld (1. Staatsehrenpreis)
- **Metzgerei Anton Haslacher**, Langenpreising (2. Staatsehrenpreis)
- **Metzgerei Breitsameter**, Mammendorf (3. Staatsehrenpreis)
- **Metzgerei Peter Kraus**, Neustadt a.d. Donau (3. Staatsehrenpreis)
- **Metzgerei Nießlbeck**, Berg bei Neumarkt i.d.OPf. (3. Staatsehrenpreis)
- **Metzgerei H. Schömig**, Würzburg (4. Staatsehrenpreis)
- **M. Max Fleischereifachgeschäft**, Hof (5. Staatsehrenpreis)
- **Vinzenzmurr**, München (5. Staatsehrenpreis)

Zur Feierstunde im gut gefüllten Max-Joseph-Saal der Münchner Residenz waren zur 14. Preisverleihung über 100 Ehrengäste aus Politik, dem Bayerischen Landtag, Wirtschaft, Verbandswesen, Gemeinden und Landratsämtern gekommen. Musikalisch begleitet wurde diese zünftig-bayerisch von den „Feger Spezies“. Erster Gratulant war Landesinnungsmeister Konrad Ammon. Er betonte die herausragenden Leistungen der Preisträgerinnen und Preis-

träger. Ebenso hob er die besondere Bedeutung der Teams und der Familien in den Betrieben hervor. „Der Staatsehrenpreis ist die höchste Auszeichnung, die eine bayerische Handwerksmetzgerei erhalten kann. Er ist weit mehr als nur ein schönes Schild an der Hauswand oder eine Urkunde für die Vitrine. Er ist sichtbarer Ausdruck von Spitzenleistung – nicht an einem guten Tag, durch einen glücklichen Zufall und auch nicht wegen eines einzelnen herausragenden Pro-

Foto: Flo Huber/SMELF

dukts. Nein: Dieser Preis steht für dauerhaftes Können auf höchstem Niveau.“ Er steht für kontinuierliche Bestleistungen über viele Jahre hinweg.

Zwölf statt zehn

Gastgeber Hubert Bittlmayer hob die positive Bedeutung des regionalen Metzgerhandwerks in Bayern hervor. „Es gibt fast keinen Beruf, der mit der gesamten bayerischen Bevölkerung so eng jeden Tag zu tun hat, wie der Metzger oder der Bäcker. Die Ernährung unserer Bevölkerung ist ein Kern des staatlichen Auftrags. Deswegen möchte ich Ihnen nicht nur gratulieren, sondern Ihnen für ihre tägliche Arbeit von Herzen danken“, sagte er. Danach überreichte er mit Konrad Ammon Urkunden und Medaillen an die Top-12-Metzgereien

2026. Acht davon erreichten die Höchstpunktzahl (5,0). 2026 gibt es zwölf statt zehn Preisträger. Sechs dieser Betriebe mit voller Punktzahl haben ihren Firmensitz in Oberbayern. Um die begehrte Auszeichnung hatten sich 203 Betriebe und sechs Berufsschulen mit 940 Produkten beworben. Den Preis erhalten nur Betriebe, die über einen längeren Zeitraum konstant bei der jährlichen Qualitätsprüfung des Fleischerverband Bayern (Metzger Cup) Bestnoten erzielen. Seit 2013 wurden 74 Metzgereien und fünf Berufsschulen damit geehrt.

Zwei Berufsschulen ausgezeichnet

Zudem freuten sich zwei Berufsschulen über einen Nachwuchspreis, die unter allen teilnehmenden Schulen herausragende Ergebnisse für ihre Produkte beim Metzger Cup erzielt hatten – erstmals mit einer entsprechenden Medaille. Im Saal anwesend waren Schüler, Schülerinnen und Lehrkräfte der Staatl. Berufsschule 1 Ingolstadt (Klasse NMV 12, besonders gute Haussalami) und der Staatl. Berufsschule 3 Kempten (Klasse Fle/Flv 12 BG, „Hausgeräuchertes“ und „Frascati-Schwanzrolle getrocknet“). Konrad Ammon dankte allen Lehrkräften der bayerischen Berufsschulen für die hervorragende Ausbildung des Branchennachwuchses. www.metzgerhandwerk.de
www.stmelf.bayern.de

„Dieser Preis steht für dauerhaftes Können auf höchstem Niveau.“

Konrad Ammon



1 Große Freude herrschte bei den Schülern und Schülerinnen der Klasse Fle/Flv12 BG der Staatlichen Berufsschule Kempten, die in großer Zahl zur Preisverleihung in die Münchner Residenz gekommen waren.

2 Der Staatsehrenpreis wurde erstmals 2013 vergeben, in diesem Jahr bereits zum 14. Mal.

3 Als zweite Berufsschule wurde in diesem Jahr die Klasse NMV 12 der Staatlichen Berufsschule Ingolstadt mit einem Nachwuchspreis geehrt.





Knapp sechs Wochen später treffe ich die beiden in der Landmetzgerei Pfleger in Kochel am See, um mehr über sie zu erfahren und was sie dazu bewegt hat, ihre neuen Ehrenämter anzutreten. Vor allem habe sie motiviert, dass es um den Erhalt ihrer Innung ging, einer der ältesten in Bayern. „Denn die Innungsmitglieder stimmten einstimmig für den Erhalt und gegen eine mögliche Fusion“, berichtet Julian Kleeblatt, Enkel des langjährigen bayerischen Landesinnungsmeisters Georg Kleeblatt sen. (88).

Zur Innung gehören 19 Mitgliedsbetriebe. „Viele davon gibt es, wie unsere Metzgerei, seit Generationen. Erfolgreiche, familiengeführte Betriebe, in denen die nächste Generation in den Startlöchern steht, um sie weiterzuführen. Wir haben eine gute Mischung aus jungen und erfahrenen Mitgliedern. Unser Ziel ist es, gemeinsam das Bestmögliche für das Handwerk zu erreichen“, betont Carolin Pfleger. Am zweiten Juni-Wochenende nahm sie erstmals, mit ihrem Obermeister-Vorgänger Kaspar Stielner – dem „Leberkäs-König von Weyarn“ – an der Seite, am Premieren-Verbandstag der Fleischerverbände Bayern, Thüringen und Sachsen in Dinkelsbühl teil. Ihr Stellvertreter war da aus familiären Gründen verhindert, wünschte ihr aber viel Glück und Spaß.

Wer sind die beiden?

Carolin Pfleger lernte nach dem Realschulabschluss in der Metzgerei „Loisachtaler Bauernladen“ in Penzberg Metzgerin, arbeitete ein halbes Jahr danach in einer anderen Metzgerei und schloss ihren Meisterkurs im April 2024 an der Fleischerschule Augsburg ab. Seitdem ist sie im von ihrem Vater Eduard in fünfter Generation geführten Betrieb tätig, morgens in der Wurstküche,

Das große Ganze im Blick

Ende April wählte die Metzgerinnung Miesbach-Bad Tölz-Wolfratshausen ein neues junges Führungsduo: Carolin Pfleger (21) als eine von zwei Obermeisterinnen in Bayern und Julian Kleeblatt (24) als ihren Stellvertreter – für die Metzgerbranche wirklich unüblich.



„Unser Ziel ist es, gemeinsam das Bestmögliche für das Handwerk zu erreichen.“

Carolyn Pfleger

ab dem späten Vormittag im Verkauf. „Entweder hier in Kochel oder in unserer Filiale in Murnau“, sagt sie. Der familiäre Zusammenhalt sei das Wichtigste, betont sie. So unterstützte sie ihre Eltern etwa beim Umbau des neuen Ladens 2024 und brachte ihre Ideen mit ein. Sie hat noch eine ältere Schwester und einen jüngeren Bruder, der im ersten Jahr seiner Metzgerlehre ist. Sie mag die Abwechslung in ihrem Beruf: schlachten und verarbeiten, neue Produkte austesten und auf das Feedback der Kunden gespannt sein. Die Metzgerei schlachtet pro Woche zwei Rinder, ein Kalb, vier Lämmer und verarbeitet Schweinefleisch von Halsbacher Qualitätsfleisch sowie Wild von lokalen Jägern – „da sieht man am Ende des Tages, was man gemacht hat.“

Dem stimmt Julian Kleeblatt voll zu. Er absolvierte nach dem Abitur seine Metzgerlehre im Familienbetrieb und machte 2023 seinen Meistertitel in der Augsburger Fleischerschule. Er führt die Feinkost-Metzgerei Kleeblatt aus Oberlandern zusammen mit Vater Georg Kleeblatt jun. Ebenso wie in der Landmetzgerei Pfleger gibt es dort rund 30 Beschäftigte, zusammen mit dem Stamm-

haus in Holzkirchen. „Ich bin in der Zerlegung und Produktion, für Großhandel und Preiskalkulation zuständig, hinzu kommen Kundentermine, z.B. bei Großkunden, Gastronomie und Hotellerie“, berichtet er. Rund 6 t pro Woche verarbeitete Ware sind es hier. „Eine Spezialität,

die es in Bayern so kaum woanders gibt, ist unsere schimmelgereifte Edelsalami. Vier Wochen gereift in speziellen Räumen. In der Art und Weise und mit den Parametern, wie es mein Großvater, der die Metzgerei 1963 gründete, schon gemacht hat. Vom Vater habe er vor allem von dessen technologischer Erfahrung gelernt und schätzt beim Großvater dessen Weitblick. Den braucht es. „Leider macht uns die Bürokratie sehr zu schaffen; vieles ist meiner Meinung nach unsinnig. Umso mehr muss man sich auf das spezialisieren, was man am besten kann, und seine Stärken ausbauen“, sagt er selbstbewusst.

Was wollen sie verändern?

Der großen Verantwortung in ihren Betrieben und an der Spitze ihre Innung sind sich beide bewusst. Es gehe darum, die Qualität handwerklich erzeugter Waren täglich zu gewährleisten, das große Ganze im Blick zu haben und die Berufe des Metzgerhandwerks wieder attraktiver zu machen. „Unsere Hauptaufgabe ist die Nachwuchsarbeit, außerdem die Repräsentation nach außen zu stärken und mit anderen Innungen die Situation im Handwerk zu verbessern“, sagt Julian Kleeblatt. „Wir möchten das Bild unserer Berufe in der Öffentlichkeit positiv verändern. Und jungen Leuten erklären, wie vielseitig diese sind, wie regionale Wurst- und Fleischspezialitäten hergestellt werden und was sie so besonders macht“, ergänzt Carolyn Pfleger. Einen ersten Termin zum Austausch mit anderen Innungen hatte sie bereits. Viele weitere interessante derartige Termine und Aktionen werden bzw. sollen folgen.

Marco Theimer

www.metzgerei-kleeblatt.de
www.metzgerei-pfleger.de



„Man muss sich auf das spezialisieren, was man am Besten kann, und seine Stärken ausbauen.“

Julian Kleeblatt

promedia theken TV



**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



Das Handwerk verändert



Der Einladung zum zweiten Club Innovation-Event von SimpliStore – zuvor SmartStore24 – im Hotel Frankenland in Bad Kissingen folgten rund 70 Personen aus Betrieben des Metzgerhandwerks und der Direktvermarktung, die dieses System nutzen.



hen euch dabei zur Seite, weiter erfolgreich zu sein“, motivierte er sie. Zahlreich waren sie gekommen, aus Niedersachsen, dem Schwarzwald, NRW und Oberbayern, um nur einige Regionen zu nennen. 15.000 Smartstores im Land seien keine Utopie. Dabei sei es egal, ob es sich um einen ausgebauten Container oder einen umgebauten Hybridladen handelt.

Im abwechslungsreich gestalteten Programm – dazwischen gab es genug Zeit zum Austausch – wurde jede Menge Informationen und Know-how vermittelt. Aus der Praxis zum Thema „Smartstore & Social Media“ etwa berichtete Stefan Grauer (u.re., Metzgerei Reichenbach, Glottertal). So gab er etwa den Tipp, jedem Smartstore ein Google-Profil zu geben. Auch Radio- und Social Media-Werbung steigerten Aufmerksamkeit und Umsatz.

Weitere Hintergründe und Perspektiven vermittelte Prof. Stephan Rüschen via Talk per Video mit Michael Kimmich. „Der Einkauf von Lebensmitteln muss ein Erlebnis für den Kunden sein“, betonte der Professor. Auch die Marke, die ein Metzger darstelle, sei entscheidend. Zudem hätten fünf Bundesländer gesetzliche Regelungen für den Betrieb von 24/7-Shops geschaffen. „Weitere werden folgen“, prognostizierte er. Das sei für die Nahversorgung vor allem in ländlichen Gebieten essenziell und entscheidend, gerade für Metzgereien und Direktvermarkter. Diese hätten bei Kunden einen maßgeblichen Vorteil hinsichtlich Frische und regionaltypischen Spezialitäten.

Michael Kimmich stellte Neuheiten aus dem Bereich Digital Signage (Templates) vor und referierte zum Thema Standort. Sein Co-Geschäftsführer Kai Pape erläuterte technische Neuerungen wie MHD-Rabatte, die KI „Emma“, SmartGuard, elektronische Preisauszeichnung oder das neue Bestellsystem. Aktuelle Entwicklungen bei Verpackungen vermittelte Andre Rinne (Geschäftsführer, Head of Sales, Nordvac) in seinem Gastvortrag. Beim gemeinsamen Abendessen tauschten sich alle Teilnehmer weiter über ihre Erfahrungen aus. Ein dritte Auflage des Events für 2027 ist geplant.

mtb

www.simplistore.de

Etwa 1.000 sog. Smartstores, autonome Verkaufsstätten ohne Personal, in denen es 24/7 bzw. fast rund um die Uhr regional erzeugte Spezialitäten gibt, existieren laut Prof. Stephan Rüschen (DHBW Heilbronn) in Deutschland. Über 140 davon hat

SimpliStore mit seinen Kunden etabliert. „Ihr habt eure Branche stark verändert, als echte Innovatoren eine neue Betriebsform geschaffen und seid erfolgreich“, begrüßte Geschäftsführer Michael Kimmich die Anwesenden. „Ihr müsst weitermachen. Wir ste-



M.E.A.T. GmbH

Didaktik im Handwerk

Mit „Didaktik im Handwerk – Neue Impulse aus Harvard“ legte Ronny Paulusch ein 424 Seiten starkes Werk im Hardcover vor, das internationale Hochschuldidaktik mit praxisnaher Berufsbildung verbindet. Das Grundlagenwerk für zeitgemäße handwerkliche Bildung versteht sich nicht als akademisches Lehrbuch, sondern als Arbeitsgrundlage für Ausbilder und Lehrende, Meister, Sommeliers und Bildungseinrichtungen. Es geht um Struktur, Klarheit und Wirksamkeit im Unterricht – und die Frage, wie Lernen im Handwerk wieder bewusst gestaltet werden kann.

Ausgangspunkt des Werks ist seine Weiterbildung am Derek Bok Center for Teaching and Learning der Harvard University. Dort absolvierte der Autor das Higher Education Teaching Certificate und vertiefte didaktische Konzepte wie Backward Design, Bloom's Taxonomy und Constructive Alignment. Diese Impulse erhielten in Harvard ihren letzten Schliff. Die eigentliche Entwicklung fand aber im Spannungsfeld zwischen Werkbank, Unterrichtsraum und internationaler Fachpraxis statt. Ronny Paulusch verbindet im Buch internationale Perspektiven mit konkreten Strategien für die Praxis: von Lernarchitektur und Feedbackkultur über Motivation und Leistungsbewertung bis hin zum sinnvollen Einsatz von KI im Unterricht. Dabei entsteht ein eigenständiger Denkrahmen für berufliche Bildungsprozesse, der Theorie und Anwendung konsequent zusammenführt. „Gutes Lehren ist kein Zufall. Es ist eine Entscheidung für Struktur, Klarheit und Verantwortung“, betont er. Das Buch (89 Euro) ist im Buchhandel und direkt beim Autor erhältlich.

www.meat-gmbh.com



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!

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

PAYPROCESS
...we love Payment!



¹ Dieses Angebot gilt bis zum 30.09.2026, vorbehaltlich der Freigabe des Acquirers und PAYPROCESS. Zum grobsten Händlerentgelt kommen ab 01.01.2026 noch Schemen-Management-Gebühren in Höhe von 0,00209% vom Kartenumsatz hinzu. ² Die Abschreibung der Debit- und Kreditkarten erfolgt im transparenten Interchange++ Verfahren. Zu den angegebenen Gebühren (ASF = Acquiring Service Fee) kommen noch die Transaktions- und Schemen-Management-Gebühren hinzu. ³ Das Vertragslaufzeit beginnt mit der Inbetriebnahme des ersten Terminals. Es gelten die AGB der PAYPROCESS GmbH in der jeweils gültigen Fassung (payprocess.eu/downloads).

PAYPROCESS
...we love Payment!

www.payprocess.eu
PAYPROCESS GmbH

we
♥
Payment!

SUFFA
Spezialmesse für Metzger
07.-09.11.2026
Messe Stuttgart

In Europa kennt man fast nur die World Steak Challenge – zugleich etabliert sich mit dem Campeonato Mundial de Carnes (CMDC) in Argentinien ein Wettbewerb, der deutlich stärker über strukturierte Sensorik, Vergleichbarkeit und Bewertungsmethodik arbeitet.



Neue Macht der Fleischsensorik

Während sich internationale Fleischwettbewerbe jahrzehntelang vor allem über Medaillen, Titel und große Namen definierten, rückt plötzlich eine andere Frage stärker in den Mittelpunkt: Wie bewertet man Fleischqualität wirklich nachvollziehbar?

Diese Wettbewerbe verfolgen dasselbe Ziel: die perfekte Tafelreife und damit das optimale Zusammenspiel aus Flavor, Juiciness und Tenderness. Einfacher gesagt: saftig, zart und aromatisch. Genau dort beginnt jedoch die eigentliche Herausforderung.

Fleischqualität lässt sich nicht mit einer Stoppuhr messen. Sie entsteht aus Genetik, Fütterung, Reifung, Fettabdeckung, Schlachtagalter, Sensorik, Schnittführung und Zubereitung. Zugleich spielen kulturelle Prägungen, Konsumentenwahrnehmung und persönliche Erwartungen eine enorme Rolle.

Daher lohnt sich ein genauer Blick auf die beiden spannendsten internationalen Wettbewerbe im Bereich Premiumfleisch: die World Steak Challenge aus Großbritannien (Amsterdam: 9./10. Sept. 2026) und das Campeonato Mundial de Carnes (Finale am 17. September 2026 in Buenos Aires).

Etablierter Wettbewerb

Die World Steak Challenge (<https://worldsteakchallenge.com/>) ist einer der bekanntesten internationalen Premium-Awards. Professionell organisiert, weltweit sichtbar und mit enormer medialer Reichweite. Bewertet werden unterschiedliche Kategorien wie Filet,

Ribeye, Sirloin oder Wagyu. Dazu kommen getrennte Wertungen für Grass-fed und Grain-fed. Das System erinnert bewusst an internationale Wein- oder Food-Awards: Produkte werden eingereicht, blind verkostet und am Ende mit Medaillen und Titeln ausgezeichnet. Für viele Produzenten besitzt diese internationale Sichtbarkeit großen Wert. Eine Goldmedaille dort kann in Export, Premiumhandel oder Spitzengastronomie enorme Wirkung entfalten. Dieses Format funktioniert hervorragend.

Definierte Premium-Cuts

Das Campeonato Mundial de Carnes geht einen deutlich anderen Weg. Schon beim Aufbau des Wettbewerbs fällt auf, dass hier wesentlich stärker über Methodik, Vergleichbarkeit und Struktur gearbeitet wird. Bewertet werden zwei klar definierte Premium-Cuts: Ribeye und Striploin, jeweils boneless.



Diese Reduktion wirkt simpel. Tatsächlich verändert sie aber die komplette Bewertungslogik. Es geht nicht mehr darum, möglichst viele Produkte und Kategorien nebeneinanderzustellen. Der Fokus liegt stärker darauf, Fleisch innerhalb vergleichbarer Rahmenbedingungen zu bewerten. Hinzu kommt die konsequente Trennung nach Produktionssystemen (Grass-fed, Grain-fed). Das verändert die Diskussion komplett. Es steht nicht mehr nur die Frage im Raum, welches Steak am meisten beeindruckt. Interessanter wird die Frage, wie unterschiedliche Produktionssysteme innerhalb klar definierter Bewertungsgruppen performen.

Institutioneller Hintergrund

Während die World Steak Challenge aus der Medien- und Awardwelt kommt, arbeitet das Campeonato Mundial de Carnes mit einer starken Einbindung wissenschaftlicher und institutioneller Partner. Offiziellen Unterlagen zufolge wurde das Bewertungsverfahren gemeinsam von der Fakultät für Veterinärwissenschaften der Universität Buenos Aires, dem argentinischen Agrarforschungsinstitut INTA und der Argentine School of Meat Sommeliers entwickelt.

Damit wird klar, dass nicht nur eine weitere Medaillenveranstaltung aufgebaut werden soll. Hinzu kommt Luis Barcos. Außerhalb Südamerikas ist der Name vielen wohl kein Begriff. Innerhalb der internationalen Veterinär- und Fleischwelt besitzt er aber enormes Gewicht. Er war Präsident von

SENASA, der argentinischen Behörde für Tiergesundheit und Lebensmittelsicherheit. Zusätzlich war er über viele Jahre hinweg Regional Representative for the Americas der WOA. Wer in der internationalen Fleischwirtschaft arbeitet, weiß, welche Bedeutung diese Organisationen für Tiergesundheit, Rückverfolgbarkeit und globale Handelsstandards besitzen.

Die Rolle der Fleischsommeliers

Während Fleischsommeliers in Europa stark mit Beratung, Verkauf oder Kommunikation von Genuss verbunden werden, geht der Ansatz in Argentinien tiefer in Richtung strukturierter Sensorik und Bewertungsmethodik. Die Argentine School of Meat Sommeliers ist nicht nur ein Partner des Wettbewerbs, sondern direkt an der Entwicklung und Durchführung des Bewertungssystems beteiligt. Dadurch werden die Fleischsommeliers zur tragenden Säule des gesamten Wettbewerbs. Dieser Punkt dürfte langfristig weit über Argentinien hinaus interessant werden.

Führt man den Gedanken konsequent weiter, wäre es durchaus sinnvoll, bestimmte Elemente dieser strukturierten Sensorik-Bewertung künftig stärker in die Ausbildung von Fleischsommeliers zu integrieren. Nicht als Ersatz bestehender Inhalte, sondern Ergänzung. Die Branche spricht seit Jahren über Qualität, Sensorik und Vergleichbarkeit. Zugleich fehlt oft eine gemeinsame Sprache, um diese Themen wirklich nachvollziehbar und reproduzierbar zu bewerten. Hier könnte sich in den kommenden Jahren enorm viel entwickeln.

Schon jetzt sind erste Austauschformate und internationale Masterclasses an der Universität Buenos Aires geplant. Ziel ist es, unterschiedliche Ansätze von Fleischsensorik, Bewertungsmethodik und Ausbildungsstrukturen stärker miteinander zu verknüpfen. Dieser internationale Austausch dürfte für viele Fleischsommeliers hochinteressant werden. Die grundlegenden Fragen sind weltweit dieselben:

- Wie bewertet man Fleischqualität möglichst nachvollziehbar?
- Wie verbindet man Fach-Sensorik mit Konsumentenwahrnehmung?
- Wie schafft man Vergleichbarkeit zwischen unterschiedlichen Produktionssystemen?
- Wie vermittelt man all das künftig auch in der Ausbildung?

Auch die Jurystruktur des CMDC unterscheidet sich klar von klassischen Award-Formaten. Neben internationalen Spitzenköchen arbeiten dort 100 Meat Sommeliers sowie 300 Konsumenten in

einem mehrstufigen Bewertungssystem zusammen. Teile der Konsumentenbewertungen finden vor dem eigentlichen Hauptevent statt.

Dieser organisatorische und methodische Aufwand zeigt, dass es hier nicht um eine schnelle Showverkostung, sondern um ein strukturiertes Bewertungssystem mit klar definierten Abläufen geht. Interessant ist: Beide Wettbewerbe erzeugen internationale Sichtbarkeit. Genau an diesem Punkt entsteht oft ein Missverständnis. Die Diskussion wird so geführt, als sei die World Steak Challenge der Marketing-Wettbewerb und das CMDC die wissenschaftliche Alternative. Diese Darstellung greift zu kurz. Natürlich besitzt die World Steak Challenge enorme Marketingkraft. Das ist Teil ihres Erfolgsmodells. Zugleich besitzt das CMDC eine enorme kommunikative Stärke – nur auf einer anderen Ebene. Für viele Produzenten können institutionelle Einbindung, wissenschaftliche Methodik, standardisierte Vergleichsgruppen und strukturierte Sensorik einen erheblichen Vertrauensfaktor darstellen. Genau daraus entsteht eine andere Form von Glaubwürdigkeit.

Deshalb halte ich die Diskussion darüber, welche der beiden Veranstaltungen die „echte“ oder „wichtigere“ Weltmeisterschaft ist, für wenig zielführend. Interessanter ist die Frage: Welchen Bewertungsansatz verfolgt welcher Wettbewerb? Die World Steak Challenge funktioniert als international sichtbarer Premium-Award mit enormer Medienwirkung. Das CMDC arbeitet deutlich stärker über Methodik, Vergleichbarkeit, Produktionssysteme und institutionelle Glaubwürdigkeit.

Beides sind legitime Ansätze

Die eigentliche Herausforderung wird sein, wie beide Wettbewerbe langfristig wahrgenommen werden. Am Ende entscheidet nicht der lauteste Titel. Entscheidend wird sein, wie transparent bewertet wird, welche Produzenten teilnehmen, wie glaubwürdig die Methodik wirkt und wie hoch die internationale Akzeptanz wirklich ist. Genau daran werden sich beide Formate messen lassen müssen. Vielleicht liegt genau darin am Ende sogar eine Chance für die gesamte Branche. Schlussendlich zwingt Konkurrenz auch Fleischwettbewerbe dazu, Bewertungsprozesse sauberer zu erklären, transparenter zu arbeiten und ihre Glaubwürdigkeit weiterzuentwickeln. Davon profitieren nicht nur Produzenten oder Veranstalter, sondern die internationale Glaubwürdigkeit hochwertiger Fleischqualität.

Ronny Paulusch/red

<https://cmdc.com.ar>

F-LINE Vakuumpfüller garantieren:

- Große Produktvielfalt
- Schneller und einfacher Sortenwechsel
- Hygienic Design und einfache Reinigung
- Exakte Portionsgenauigkeit
- Ergonomische und intuitive Bedienung
- Hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis
- Hohe Energieeffizienz



**Heinrich Frey
Maschinenbau GmbH**

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



WSC vs. CMDC – ZWEI WETTBEWERBE. ZWEI STÄRKEN. EIN ZIEL: INTERNATIONALE ANERKENNUNG FÜR HERAUSRAGENDE FLEISCHQUALITÄT.

Zwei unterschiedliche Konzepte – beide schaffen Sichtbarkeit, Vertrauen und Wert für Produzenten weltweit.



WORLD STEAK CHALLENGE (WSC) Der internationale Premium-Award	KRITERIUM / UNTERSCHIED	CAMPEONATO MUNDIAL DE CARNES (CMDC) Wissenschaftlich entwickelte Bewertungsmethodik
VERANSTALTER & TRÄGERSCHAFT Veranstaltet von William Reed, einem britischen Medien- und Eventunternehmen mit Fokus auf Food & Beverage.	Institutionelle Verankerung	INSTITUTIONELLE TRÄGERSCHAFT Gegründet von einem Konsortium: Fakultät für Veterinärwissenschaften der Universität Buenos Aires (UBA), INTA, Argentine School of Meat Sommeliers und Messe Frankfurt Argentina. Leitung: Luis Barcos, ehem. Präsident SENASA und langjähriger Regionalpräsident für Amerika bei der WQAH (heute: OIE).
BEWERTUNGSMETHODIK Eigenes Bewertungsverfahren der WSC. Keine wissenschaftlichen Institutionen als Entwickler genannt.	Methodische Grundlage	WISSENSCHAFTLICH ENTWICKELTE METHODOLOGIE Evaluierungssystem wissenschaftlich entwickelt durch UBA (Veterinärwissenschaften), INTA und Argentine School of Meat Sommeliers.
CUTS & KATEGORIEN Mehrere Steak-Kategorien: Filet, Ribeye, Sirloin und Wagyu.	Auswahl der Cuts	FOKUS AUF PREMIUM-CUTS Ausschließlich zwei Premium-Cuts: • Ribeye (boneless) • Striploin (boneless)
PRODUKTIONSSYSTEME Separate Awards/Kategorien für Grass-fed und Grain-fed.	Produktions- systeme	STRIKTE TRENNUNG NACH PRODUKTIONSSYSTEMEN Bewertung strikt getrennt nach: • Grass-fed • Grain-fed Keine Vermischung der Systeme innerhalb der Bewertung.
JURY- & TEILNEHMERSTRUKTUR Internationale Expertjury aus Köchen, Metzger, Fleischfachleuten und Food-Technologen.	Jury & Teilnehmer	DREIDIMENSIONALE JURY Einzige Kombination aus: • Internationale Spitzenköche • 100 Meat Sommeliers • 300 Konsumenten Mehrstufige Jury-Sessions über mehrere Tage; Konsumentenpanels bereits vor dem Hauptevent (Fr–So).
VERTRAULICHKEIT Proben werden anonymisiert und blind verkostet.	Verlässlichkeit & Integrität	STRENGE VERTRAULICHKEIT Teilnehmerlisten bleiben geheim und werden nicht veröffentlicht. Proben sind codiert und anonymisiert.
AUSZEICHNUNGEN Vergabe von Gold-, Silber- und Bronzemedaillen nach Kategorien.	Anerkennung & Ergebnis	GOLD-, SILBER- UND BRONZEMEDAILLEN JE CUT & SYSTEM Vergabe von Auszeichnungen für jedes Produktionssystem je Cut. Ergebnis basiert auf einem objektiven Vergleichssystem.
KOMMUNIKATION & REICHWEITE Internationale Medienpräsenz und starke Marketingplattform über eigene Kanäle.	Kommunikation & Sichtbarkeit	GLOBALE KOMMUNIKATION & NETZWERK Internationale Plattform mit Einbindung von Medien, Experten, Konsumenten und der Fachmesse.
ZIELSETZUNG Auszeichnung herausragender Steak-Produkte und Förderung der Premium-Steak-Kategorie.	Zielsetzung	WISSENSCHAFTLICHER VERGLEICH & BENCHMARKING Standardisierter internationaler Vergleich von Fleischqualität auf Basis klar definierter Rahmenbedingungen und wissenschaftlicher Methodik.
INTERNATIONALITÄT Teilnehmer aus vielen Ländern weltweit.	Internationalität	INTERNATIONALES BENCHMARKING Teilnehmer aus der ganzen Welt; wissenschaftlich fundiertes System ermöglicht verlässliche internationale Vergleichbarkeit.



ZWEI UNTERSCHIEDLICHE BEWERTUNGSANSÄTZE – EIN GEMEINSAMES ZIEL:
Die WSC und der CMDC verfolgen unterschiedliche Konzepte und Stärken, die sich ideal ergänzen.
Beide Wettbewerbe bieten Produzenten weltweit eine internationale Bühne, schaffen Vertrauen in Fleischqualität
und unterstützen die Weiterentwicklung der Branche auf höchstem Niveau.



WISSENSCHAFTLICH



OBJEKTIV



INTERNATIONAL



TRANSPARENT



VERTRAULICH

FÜR WEN WELCHER WETTBEWERB BESONDERS GEEIGNET IST



WSC – IDEAL FÜR

- Marken und Unternehmen, die maximale internationale Sichtbarkeit und Medienpräsenz anstreben
- Teilnehmer in vielen Steak-Kategorien
- Produzenten, die von einer etablierten Award- und Marketing-Plattform profitieren möchten



CMDC – IDEAL FÜR

- Produzenten, die ihre Fleischqualität durch einen wissenschaftlich fundierten Benchmark objektiv belegen möchten
- Unternehmen, die Wert auf Objektivität, Integrität und Vertraulichkeit legen
- Betriebe, die im internationalen Fachkontext validierte Ergebnisse kommunizieren möchten

WARUM BEIDE WETTBEWERBE FÜR DIE BRANCHE WICHTIG SIND



Beide Wettbewerbe setzen internationale Maßstäbe für Premium Fleischqualität.



Beide fördern Exzellenz, Innovation und den Austausch in der globalen Fleischbranche.



Beide schaffen Vertrauen beim Konsumenten und stärken die Positionierung von Produzenten weltweit.



Beide liefern wertvolle Erkenntnisse und Impulse für Qualitätssteigerung und kontinuierliche Verbesserung.

Quelle/Grafik: © M.E.A.T. GmbH



Ein Erbe, das bleibt

Die 1. Bayerische Fleischerschule Landshut bündelt ihre Kräfte mit der Handwerkskammer Niederbayern-Oberpfalz und zieht sich aus dem aktiven Bildungsbetrieb zurück.

Diese Nachricht kam für viele überraschend. Nach fast einem Jahrhundert Spitzenbildung im Metzgerhandwerk stellt die 1. BFS Landshut ihre Weichen für die Zukunft neu. Im Zuge einer strategischen Neuausrichtung und um die Kontinuität und Qualität der Ausbildung in der Region lückenlos zu gewährleisten, übernimmt der langjährige Kooperationspartner, die Handwerkskammer (HWK) Niederbayern-Oberpfalz am Standort Straubing bewährte Bildungsangebote.

Seit ihrer Gründung 1928 durch Max Schöner prägte die 1. BFS Landshut Generationen von Metzgermeistern und Fachkräften. „Wir blicken mit Stolz auf fast 100 Jahre Bildungsgeschichte zurück, in denen wir das Handwerk mit Herz und Verstand begleitet haben“, so die Geschäftsführerin der Fleischerschule Barbara Zinkl-Funk (mi.). Der Rückzug erfolgt vor dem Hintergrund eines sich stark wandelnden Marktes, in dem eine Bündelung von Ressourcen notwendig ist, um auch weiterhin spezialisierte Bildungsangebote in der Region anbieten zu können. „Diese Entscheidung ist mir und meinen Mitgesellschaftern nicht leichtgefallen – sie ist aber das Ergebnis eines tiefgreifenden Wandels in unserer Branche und der klaren Überzeugung, Verantwortung für nachhaltige Strukturen zu übernehmen“, ergänzt sie.



Kompetenzzentrum für das Lebensmittelhandwerk. Wir unterstützen hier bereits jetzt unsere Ausbildungsbetriebe im Metzgerhandwerk und führen überbetriebliche Unterweisungen für die Auszubildenden durch. Mit den zukünftigen Angeboten der Meisterkurse im Metzgerhandwerk bündeln wir die Kapazitäten und entwickeln die Aus- und Fortbildung in Ostbayern weiter. Dies kommt unseren Handwerksbetrieben und den dringend benötigten Fach- und Führungskräften im Metzgerhandwerk zu-

gute.“ Und Wolfgang Reif (li.), Bereichsleiter Bildung bei der Handwerkskammer ergänzt: „Unser Kompetenzzentrum in Straubing bietet beste Voraussetzungen für eine hochwertige Meisterausbildung im Metzgerhandwerk.“

Die Übergabe der Meisterkurse und Kurse zur Erlangung spezialisierter Sachkunde an die Handwerkskammer ist ein bewusst gewählter Schritt. Beide Institutionen verbindet eine über 40-jährige, erfolgreiche Zusammenarbeit. „Die Handwerkskammer ist der ideale Partner, um unser fachliches Erbe weiterzuführen. Unsere Teilnehmenden finden dort eine zukunftsweisende Infrastruktur vor“, bestätigt Barbara Zinkl-Funk.

Für aktuelle und künftige Kursteilnehmer ändert sich inhaltlich wenig: Die gewohnte Qualität der Ausbildung bleibt erhalten. Die HWK wird sich bei angebotenen Kursformaten an der fachlichen Expertise der Fleischerschule orientieren und sicherstellen, dass diese Region auch künftig das Zentrum für exzellente Fortbildung im Fleischerhandwerk bleibt. Der erste Meisterkurs Teile (I und II) in Straubing findet vom 18.1. bis 26.2.2027 statt, ein weiterer Kurs dieser Art vom 21.9. bis 27.10.2027.

www.fleischerschule-landshut.de, www.hwkno.de

Nahtloser Übergang

Für die HWK Niederbayern-Oberpfalz ist die Integration der Fachkurse ein logischer Schritt in der regionalen Bildungsstrategie. Hans Schmidt (re.), stv. Hauptgeschäftsführer der HWK, sieht in der Konzentration von Standorten einen entscheidenden Vorteil für die Zukunft: „Unsere Handwerkskammer betreibt in Straubing ein

Ein völlig neues System

Metzgermeister Maximilian Esser-Geneschen, Geschäftsführer der Metzgerei Esser, will Teil der Agrarwende sein. Für ein neues Verständnis von Tierwohl setzt er auf moderne Technologien: ein Regio Food Hub, ein ERP-System und KI.



Im Profil

Die **Metzgerei Esser** wurde 1979 gegründet und wird in zweiter Generation von Metzgermeister Maximilian Esser-Geneschen geführt. Er war Mitinitiator des Tierwohl-Lupe-Siegels, das Haltung und Gesundheit von Schweinen in den Fokus stellt. Die Fleischerei wurde vielfach ausgezeichnet und prämiert, u.a. 2019 und 2024 als beste Metzgerei Deutschlands und 2025 als Vize-Europameister, jeweils verliehen von der französisch-niederländischen Handwerker-Bruderschaft „Confrérie des Chevaliers du Goûte-Andouille de Jargeau“. www.wurst-esser.de



Die Metzgerei Esser möchte die Agrarwende aktiv mitgestalten – und zwar so, dass Regionalität, Handwerk und langfristiges Tierwohl wieder eine echte Wertigkeit bekommen. „Wenn eine Branche nicht selbst nachhaltige Veränderungen anstößt, werden sie von außen verordnet. Die Land- und auch die Fleischwirtschaft sind bei Tierwohl, Nachhaltigkeit und Sozialstandards die reguliertesten Branchen in Deutschland. Regulierungen sind aber mehr Problem als Lösung. Sie erzwingen einen Mindeststandard und bremsen ab dann Innovation“, so Max Esser-Geneschen. Im FH-Interview erläutert er seine Ansichten und Pläne.

Regio Food Hub: Das klingt wie ein Amazon-Lager.

Tatsächlich entwerfen wir einen Hub mit einem völlig neuen Logistiksystem. Das werden wir brauchen, denn bis 2030 gibt es von jedem heutigen Artikel mehrere Varianten in anderen Haltungsstufen. Es wird kein altes Röllchenlager, kein starres System, sondern eine hochdynamische Sorter-Lösung für den Siegel-Dschungel. Ziel ist maximale Flexibilität und Effizienz, damit wir unsere Hofläden und Partner günstig und schnell beliefern können. Je effizienter wir werden, desto mehr Mittel können wir in Tierwohl und Regionalität investieren.

Warum braucht es für Regionalität einen Hub?

In Deutschland haben wir ein Oligopol im Lebensmittelhandel: Es verkaufen Händler, nicht Produzenten. Jeder Hersteller, der nicht alles selbst vermarktet, wird deshalb automatisch zum Logistiker. Das ist für Landwirte oft der Knackpunkt: melken, abfüllen, pasteurisieren – alles machbar. Aber jeden Tag ausliefern, ohne pleite zu gehen? Das ist die Hürde. Bei Fleischbetrieben ist es das Gleiche. Im Frischerebereich gibt es kaum zentrale Logistiklösungen ohne Vermarktungsübernahme, dabei verhindert genau das die Innovation, die wir dringend brauchen. Diese Lücke wollen wir schließen.

Welchen Vorteil hat eine gute Logistik?

Wer diese am besten kontrolliert, kann am ehesten Tierwohl und Regionalität umsetzen, weil so etwas immer klein beginnt und dann hochskaliert wird. Dafür sind die meisten Logistiksysteme nicht ausgelegt. Eine Haltungskennzeichnung wird abwärts kompatibel sein, ein etikettiertes Produkt im Lager nicht. Viele Unternehmen verbrauchen ihre ganze Wertschöpfung in der Logistik und wundern sich, dass der Kunde Tierwohl nicht bezahlt. Doch eigentlich zahlt der Kunde die Logistik nicht. Der eigentliche Mehrwert für den Kunden sind handwerkliche Produktion und nachhal-

tige Landwirtschaft. Darum müssen wir an der Logistik sparen. Das ist der Paradigmenwechsel, der gerade stattfindet.

Wir wollen den Hub für Fremdlieferanten öffnen, bieten erste regionale Services an und wollen dann den Sorter implementieren. Aber jetzt befinden wir uns erst in der Digitalisierungsphase, da wir das komplette ERP-System erneuern und digital schlank werden.

Was erwarten Sie von einem neuen ERP-System?

Früher wollte man eine Software, die alles kann. Darin ist SAP Weltmarktführer. Dank API-Schnittstellen hat sich das geändert und KI beschleunigt diesen Trend weiter. Heute braucht der Mittelstand Speziallösungen, keine Generalsoftware. Unsere Warenwirtschaft machen wir mit Winweb. Dort kennt man sich gut mit der Umstellung von einem bestehenden System zu Winweb aus. Das gibt uns Sicherheit, dass der Wechsel optimal klappt.

Die Benutzeroberfläche ist extrem effizient und leicht verständlich. Meine Mitarbeiter können mit dieser Software selbst Einstellungen anpassen und Stammdatenprobleme lösen, ohne die IT oder ein Beratungshaus um Erlaubnis zu bitten, das ist ein Game-Changer. Für uns Kleine ist eines viel wichtiger: dass Mitarbeiter selbstständig die Software optimieren können und darin ist, glaube ich, Winweb (<https://winweb.de/>) der Marktführer in unserer Branche. Das schafft man, wenn man nicht nur an der User Experience arbeitet, sondern an der User Efficiency.

Was ist Ihnen bei einer Software am wichtigsten?

Die Warenwirtschaft ist das Herzstück. Ist sie zu komplex, verändert man irgendwann nichts mehr. Hier versucht Winweb nicht, alles selbst zu können, sondern setzt auf Offenheit. Beispiel Buchhaltung: Warum sollte man sie mit einer eigenen Software machen, wenn Datev es besser kann und der Steuerberater eh damit arbeitet? Entscheidend ist: Die Systeme müssen sauber angebunden werden. Winweb sagt ehrlich: Wenn wir es besser können, machen wir es. Wenn nicht, bauen wir die Schnittstelle und sind happy to use it. Das wird durch KI noch viel wichtiger.

Arbeiten Sie mit einer KI?

Ich arbeite viel mit ChatGPT, aber weniger, um zu automatisieren, sondern um zu individualisieren. Früher hat man sich von Lieferanten erklären lassen, welche Investitionen sinnvoll sind. Heute informiere ich mich zuerst mit der KI, spiele Szenarien durch und gehe dann deutlich vorbereiteter in Gespräche. So sind wir deutlich innovativer geworden. Wenn man KI häufiger nutzt, weiß man, worin sie gut ist und worin nicht. KI muss nicht perfekt sein, sie

muss nur so verlässlich sein wie ein menschlicher Gesprächspartner. Dann ist sie ein Gewinn, weil sie immer verfügbar ist.

Ein Problem ist, dass viele Menschen ungeprüft übernehmen, was sie lesen oder sehen.

Das ist kein KI-Problem, das ist seit Social Media, Wikipedia und den selbst ernannten Fernsehexperten ein gesellschaftliches Problem. Wir sollten uns wieder daran erinnern, wie man Informationen prüft: Herkunft, Motivation, Glaubwürdigkeit. Kritisches Denken ist wichtiger denn je.

Wofür wollen Sie KI im Unternehmen nutzen?

Für uns ist die Bedarfsprognose am wichtigsten: Absatzmengen, Wetterdaten, Ferienzeiten, Krankenquoten – alles das muss live in die Planung einfließen. KI schlägt Optionen vor, für die ein Mensch oft keine Zeit hat.

Was sagen Ihre Mitarbeiter dazu? Haben die Sorge, dass ihnen reingeredet wird?

Wichtig ist, dass die KI ihre Vorschläge begründet. Wenn sie empfiehlt, mehr Grillwürstchen zu produzieren als geplant, muss ersichtlich sein, dass die Prognose vom Wetter kommt. Ohne Herleitung vertraut niemand einem System. Und: Feedback muss möglich sein. War die Planung gestern falsch, muss die KI das lernen. Sie liefert nur die Daten und gibt eine Empfehlung – am Ende entscheidet der Mensch.

Was soll die KI noch für Sie tun?

Die Königsklasse ist die Verbindung von Außen- und Innensicht: Kundenwünsche mit Mitarbeiterkapazitäten verknüpfen. Beispiel: schönes Wetter nächste Woche, aber viele Mitarbeiter im Urlaub. Dann muss die KI vorschlagen, wie man die Produktion darauf anpassen könnte. Wir müssen Prozesse an Menschen anpassen, nicht umgekehrt. KI kann das, ohne beleidigt zu sein.

Irgendwann braucht man den Menschen dann aber nicht mehr.

Dieselbe Angst hatten wir vor der Dampfmaschine, dem Auto, dem Computer. Wir haben eher Personalmangel, nicht Überschuss, wir brauchen die KI als digitalen Mitarbeiter. Sie ersetzt niemanden vollständig, aber sie macht uns schneller – wie der Computer. Jede Innovation steigert Effizienz und Wohlstand, außer Sie verweigern sich und Ihre Wettbewerber machen das Rennen. Wir Deutschen denken zu einseitig; darum kommen nachhaltige Autos und Lebensmittel immer öfter aus dem Ausland. **red**



**Sun[®]
Products**

Vertriebs GmbH

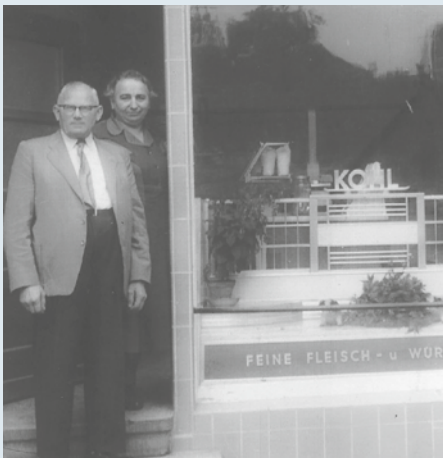
Parkstr. 21, 76131 Karlsruhe
www.sun-products.de



**TASTE
OF ASIA**

Entdecken Sie unsere
neuen SUN SPICE
Variationen.





Die Wurstmacher

Seit gut zwei Jahren führt Maximilian Kästel mit seinen Eltern Fritz und Gabriele Kästel die Fleischerei & Party-Service Kohl-Kramer in Borken-Trockenerfurth. Ende Juni feierten sie mit Kunden, Partnern und ihrem Team das 100-jährige Bestehen des Betriebes.



Konzept

FLEISCHEREI & PARTY-SERVICE KOHL-KRAMER – BORKEN-TROCKENERFURTH

1926 gegründete, in 3. und 4. Generation geführte Metzgerei im Schwalm-Eder-Kreis. Spezialist für Ahle Wurst. Etwa 40 Mitarbeiter/-innen. Partyservice „The Butchers Kitchen“. Internationale und nationale Auszeichnungen für Produktqualität und Ausbildung, z.B. „Wurst-Oscar“ (1998), Int. Champion für Wurst und Schinken (IFFA: 2013, 2016), Bundesagentur für Arbeit: „Zertifikat für Ausbildungs- und Nachwuchsförderung“ (2025).

Bei der Preisverleihung des „Metzger Cup“ in Neusäß am 1. März berichteten mir Fritz (59) und Gabriele Kästel (58) davon. Ende Mai traf ich sie und ihrem Sohn dann in Nordhessen. Unser Gespräch war freundlich und informativ, die Betriebsbesichtigung sehr eindrucksvoll.

Die Geschichte der Metzgerei begann 1926 auf der gegenüberliegenden Straßenseite, wo Heinrich Kohl und seine Frau Katharina, geb. Kramer, sie gründeten. „Morgens war er Metzger, ab dem Mittag Bürgermeister“, berichtet Gabriele Kästel. Der Ort verdanke ihm viel. Da ihr Sohn aus dem II. Weltkrieg nicht zurückkam, übernahm 1960 Gabriele Kästels Vater Heinz Kramer, Patenkind des Ehepaars Kohl aus dem Nachbarort Nassenerfurth, den Betrieb. Er heiratete Marie Luise Staab, ein Sohn folgte. 1970 adoptierten die Kohls die ganze Familie Kramer. So kam der Doppelname zustande.

Nach einer Krankheit des Vaters übernahm Gabriele Kohl-Kramer, Fleischerin und eine der ersten Meisterinnen in Hessen, 1992 den Betrieb. „Es war mein Ziel ihn eigenständig zu führen. Ich hatte Spaß am Beruf, war bei Plattenwettbewerben erfolgreich und engagierte mich in der Innung“, blickt sie zurück. Über den Freundeskreis des Juniorenverbandes des Fleischerhandwerks in der Gründungszeit, lernte sie Fritz Kästel, Fleischermeister und Betriebswirt des Handwerks, aus Edenkoben in Rheinland-Pfalz kennen. „Seit 1994 bin ich hier. Unsere Tochter Christine kam zur Welt. Ich wurde Vorsitzender des Prüfungsausschusses und 2017 Obermeister der Innung Schwalm-Eder“, berichtet er. Nach seiner Frau 2017 machte auch er die Weiterbildung zum Fleischsommelier sowie Wurst- und Schinkensommelier an der Fleischerschule Augsburg.

Maximilian Kästel (26) lernte nach der Realschule Fleischer im elterlichen Betrieb (2016-2019) und sammelte einige Wochen Erfahrungen in befreundeten Metzgereien. Der Meistertitel an der Fachschule Heyne folgte 2021, 2025 der Wurst- und Schinkensommelier an der Fleischerschule Augsburg.

Ahle Wurst und mehr

Kurz vor dem Tod des Seniors, führte die Familie 2016 die Traditionsmarke „Die Wurstmacher“ ein, die für ihre Kernkompetenz und Region steht und Handwerk, Leidenschaft und Tradition aller Produkte sichtbar macht. Nicht nur das Steckenpferd, die Ahle Wurst, sondern

viele andere Spezialitäten tragen sie. Das Logo zeigt drei Generationen: Heinz Kohl-Kramer, Fritz und Maximilian Kästel. „Wurst zu machen ist unsere Passion“, sagt Fritz Kästel und zeigt mir im Kühlhaus einen festen Schweinelachs. „Das Fleisch muss richtig ausgewachsen sein“, betont sein Sohn.

Alles beginnt mit den Schweinen, die von zwei Bauern aus dem Ort – einem gegenüber – und einem aus der Gemeinde Borken stammen. „Am Tag vor der Schlachtung übernachteten sie im Stall, der ans Schlachthaus grenzt“, berichtet Gabriele Kästel. Kürzer können die Wege kaum sein. Das achtköpfige Team der Produktion – darunter zwei Auszubildende – schlachtet zweimal pro Woche je 16 Schweine und verarbeitet das Fleisch sowie das eines halben Rindes – meist Kreuzungen von Angus oder Charolais.

Erfolgsfaktoren

- Eigene Schlachtung und Produktion, lokaler Schweinebezug
- Eigenverantwortlichkeit in der Mitarbeiterführung
- Sorgsam-/Achtsamkeit, Sauberkeit und Ordnung
- Effiziente und zeitgemäße Produktionstechnik
- Kontinuität, Innovationsfreude, familiärer Zusammenhalt
- Kreative Ideen, z.B. Ahle-Wurst-Tasting, „Männer-Handtasche“, Kundengeschenke

Profi-Partner

- **Aufschnittsmaschinen:** Bizerba
- **Betäubungstechnik & Spaltsäge:** Freund
- **Brühwanne:** Haas
- **Cliptechnik:** Poly-clip System
- **Gewürze:** AVO, Raps, Moguntia
- **Faserhüllen (bedruckt):** Raps
- **Fleischer-App:** B&L MedienGesellschaft
- **Füller:** Vemag Maschinenbau
- **Kombidämpfer & Kochblock:** MKN
- **Kühltransporter:** Mercedes, Winter Kühlfahrzeuge
- **Räuchertechnik:** Fessmann
- **Vakuumtechnik:** Variovac
- **Warenwirtschaftssystem:** Syner.Con/Apro.Con
- **Wolf:** Seydelmann
- **Zulieferer:** Enders

Die Warmfleischverarbeitung ist das Besondere der Ahlen Wurst (seit 2023 mit EU-Gütesiegel g.g.A.). Die Produktvielfalt entsteht durch die Reifung bis zu einem halben Jahr und verschiedene Formen. „Aus einem Wurstbrät entstehen allerhand Sorten“, so Maximilian Kästel. „Feldkieker, ‚Kästels Beste‘, ‚Wurstmacher‘-Stracke oder dünne Runde – weich, mittel oder fest. Zwei Drittel geräuchert, ein Drittel luftgetrocknet. Tendenz hier über die Jahre steigend“, so Fritz Kästel. Nicht missen wollen sie den neuen Automatenmischwolf AE 130 M (Seydelmann) mit Hebevorrichtung für die roten Kisten und seine niedrige Arbeitshöhe.

Doch das ist nicht alles. Zahlreiche regional-typische Sorten wie Kartoffel- oder Schwartenwurst, Leberwurst, Blutwurst mit Einlage, dazu kreative Platten, Präsente und küchenfertige Gerichte aus der Theke u.v.m. bereichern das Sortiment. Neben dem Laden liefert die Metzgerei Ahle Wurst und Gläser an etwa 50 Rewe-Märkte hessenweit, die in „Wurstmacher“-Standisplays präsentiert werden (Siegel: Geprüfte Qualität Hessen). Dies macht etwa 18 bis 20 % vom Umsatz aus. Catering und Partyservice etwa 10 %.

Und die Handwerkskunst wird weitergeben. Zwischen 1995 und 2025 wurden 30 Azubis ausgebildet, davon fünf Kammersieger und bekannte Handwerker/-innen wie Eike Korell, Michael Wolny, Johannes Bechtel, Maximilian Grebe oder Fabian Engel.

Das Jubiläumsfest

Zum Jubiläumsfest am 27. Juni wurde die Straße vor dem Laden gesperrt und ein Festzelt aufgestellt. Highlights waren neben musikalischen und kulinarischen Genüssen, ein Mega-Foodtruck (Metzgerei Hamm), Aktionen für Kinder, ein Glücksrad, ein Gewinnspiel auf der Basis von elf Episoden zur Familiengeschichte, die online und per Handzettel Infos dazu bereitstellten, eine Talkrunde zur Ahlen Wurst und eine Ahle-Wurst-Modenschau.

Für der eigene Jubiläumszeitung wurde Maximilian Kästel gefragt, welche Werte seine Eltern ihm mitgegeben haben? Seine Antwort lautete: „Pflege, Ordnung und Achtsamkeit, diese Punkte helfen in jeder Hinsicht, ob im Umgang mit Kunden, Kollegen, Arbeitsmaterial oder Produkten. Wenn ich mir diese Regeln in Erinnerung rufe, komme ich gut durch den Tag“.

Marco Theimer

www.kohl-kramer-shop.de



Blick zurück nach vorn

Die Albm Metzgerei Failenschmid auf der Schwäbischen Alb setzt auf Handwerkstradition, eigene Ausbildung, professionelle Technik – und den Albbüffel.

Das Stammhaus der Metzgerei Failenschmid in St. Johann-Gächingen gehört seit fast 300 Jahren zum Zentrum des Ortes. 1740 ist als Gründungsjahr angegeben. 250 Jahre später, im Jahr 1990, übernahm der heutige Inhaber den Familienbetrieb von seinem Vater. Ludwig Failenschmid verbindet seitdem Jahrhunderte an Tradition mit klarem Blick auf die kommenden Jahre und Jahrzehnte: Er bildet Metzgerfachkräfte in der eigenen Werkstatt aus, um handwerkliches Fachwissen zu bewahren und weiterzugeben. Seit Jahrzehnten nicht mehr wegzudenken aus der Albm Metzgerei: Maschinen von K+G Wetter.

Handwerk trifft Hightech

Wer Ludwig Failenschmid zuhört, spürt klar die Leidenschaft des Metzgermeisters für handwerkliche Herstellung und Qualität. Rund 140 Produkte stellen die knapp 20 Metzger, alle gelernte



Die Albm Metzgerei Failenschmid vermarktet rund 120 Sorten Wurst im Laden in Gächingen und der Raststätte „H-Albzeit“ an der Autobahn A8.

Fachkräfte, in der Wurstküche her. Für Kutter und Mischwolf setzt die Familie seit vielen Jahren ausschließlich auf Technik aus dem Hause K+G Wetter. „Mein Vater hat damals die ersten Maschinen gekauft“, erinnert sich Ludwig Failenschmid. „Ein anderer Hersteller? Den Gedanken gab und gibt es nicht.“

Aktuell im Betrieb: ein Vakuumkutter VCM 120 mit Kochfunktion. „Ein Vakuumkutter in der Größe ist in einem handwerklich arbeitenden Betrieb schon etwas Besonderes“, sagt dazu Ralf Klein, der als Gebietsverkaufsleiter von K+G Wetter seit vielen Jahren mit der Albm Metzgerei zusammenarbeitet. Der Vakuumkutter unterstützt den Qualitätsanspruch der Metzgerei und hat zudem Vorteile bei der Verarbeitungszeit: „Nehmen wir Kalbsleberwurst als Beispiel für Kochwurst. Über den ganzen Ablauf sparen wir da erfahrungsgemäß etwa ein Drittel an Zeit“, sagt Ludwig Failenschmid.

Der Misch-Winkelwolf MWW 130 von K+G Wetter, erworben auf der SÜFFA 2024, hat bei Failenschmid ganz verschiedene Aufgaben. Neben dem Wolfen von Hackfleisch oder Mischen und Verarbeiten von Rohwurstbrät setzt der Betrieb den Wolf auch ein, um Fleisch vor der Weiterverarbeitung im Kutter von Knorpeln



Die Albmetzgerei Failenschmid setzt auf den Vakuum-Kochkutter VCM 120 (li.) und den Misch-Winkelwolf MWW 130 mit Kisten-Hebesystem Easy Lift.



Damit 300 Jahre Metzgertradition auch eine Zukunft haben: Der Ausbilder Edgar Kuhn (li.) und die Lehrlinge Simon und Magnus in der betriebseigenen Ausbildungswerkstatt bei der Arbeit mit dem neuen Kutter und dem neuen Elektrowolf EW 98.

und Sehnen zu befreien. Dank pneumatischer Sortiereinrichtung und ClearCut-Messersystem werden ausschließlich die 1 bis 2 % relevanten Hartteile entfernt. So wird kein Fleisch verschwendet und auch das Bindegewebe bleibt im Brät – entscheidend für guten „Biss“ bei der Brühwurstherstellung.

Einzigartig: Albbüffel-Spezialitäten

Ein spezielles Angebot der Albmetzgerei sind die Albbüffel-Produkte. „Das Fleisch ist ganz anders als normales Rindfleisch“, betont Ludwig Failenschmid: „Das geht deutlich in Richtung Wild, mit sehr dunkler Farbe und langen Fleischfasern.“ Eine weitere Besonderheit: Das Albbüffel-Fleisch hat keinerlei intramuskuläres Fett. Mager, eiweißreich und damit passend zur modernen Ernährung, aber eine Herausforderung für die Verarbeitung. Und auch hier unterstützt die Kuttertechnik von K+G Wetter: Der Rohwurst-Messerkopf mit Sichelmessern sorgt für ein klares Schnittbild.

Die herausnehmbare Stauwand vergrößert den Schneidraum und verhindert Eiweißaufschluss und Schmierfilm um die Partikel, die Vakuumfunktion zieht Lufteinschlüsse aus dem Brät. Das Ergebnis ist eine Rohwurst mit idealer Struktur, die optimal trocknet und reift und lange haltbar ist.

Damit bei Failenschmid die Metzgertradition auch bis zur 300-Jahr-Feier und darüber hinaus weiterlebt, hat Ludwig Failenschmid vor zwei Jahren in eine eigene Ausbildungswerkstatt investiert. „Bei uns lernen aktuell sechs Jungs, alle aus der Region, aus der Landwirtschaft. Die sind toll und richtig auf Zack“, schwärmt er von seinem Fachkräftenach-

Konzept

ALBMETZGEREI FAILENSCHMID – ST. JOHANN-GÄCHINGEN

Familiengeführte Metzgerei auf der Schwäbischen Alb, zudem Landgasthof Hirsch, mit Ladengeschäft und Kombiladen „H-Albzeit“ an der Autobahn A8 Stuttgart Richtung München. Die Metzgerei produziert seit vielen Jahren Spezialitäten vom Albbüffel und vom Ablinsenschwein.

Erfolgsfaktoren

- Spezialitäten von Albbüffel (USP) und Ablinsenschwein
- Bedarfsgerecht eingesetzte und effiziente Produktionstechnik
- Praxisnaher Wissenstransfer
- Eigene Ausbildungswerkstatt
- Beliebte „Azubi-Produkte“ motivieren

wuchs. Ludwig Failenschmid hat dafür mit Ausbilder Edgar Kuhn einen Metzgermeister und jahrzehntelang erfahrenen Berufsschullehrer eigens aus dem Ruhestand geholt.

„Das war ein Glücksfall ohnegleichen.“ Bei ihm lernen die angehenden Metzger die Grundlagen des Handwerks in Praxis und Theorie und nicht zuletzt Tricks, Kniffe sowie Leidenschaft und Begeisterung für das Metzgerhandwerk. „Mir ist es wichtig, dass die Lehrlinge die ganz traditionelle Herstellung lernen und verstehen, mit möglichst wenig Technik“, sagt Edgar Kuhn. Einfach ist daher auch die Technik in der Lehrwerkstatt. Aber auch hier kommen Kutter SM 33 und Elektrowolf EW 98 des nordhessischen Unternehmens zum Einsatz.

Was diese Lehrlinge in der Werkstatt mit Edgar Kuhn produzieren, wird im stets gut besuchten Laden in der Gächinger Ortsmitte verkauft und als „Azubi-Produkte“ beworben. „Das ist richtig beliebt, die Kunden fragen ganz aktiv danach. Das macht unsere Jungs sehr stolz“, freuen sich Ausbilder und Betriebsleiter. Ein auch daraus resultierender Erfolg: Die Albmetzgerei bekommt Anfragen nach Ausbildungsplätzen, statt zeitaufwändig nach Azubis suchen zu müssen.

red

www.kgwetter.de, www.failenschmid.de

Schneider wurde Metzger

Die Geschichte der Fleischerei Nagy im Erzgebirgskreis beginnt ungewöhnlich – in einer Schneiderwerkstatt. Heute verbindet sie Tradition, Direktvermarktung und eine moderne Produktion in einem zukunftsfähigen Konzept. Eine Eriolsgeschichte.



ständige handwerkliche Produktionsstruktur. „Mein Vater ist kein gelernter Fleischer, aber er hatte ein unglaubliches Gespür für gute Produkte“, erinnert sich András Nagy: „Er weiß immer sehr genau, was schmeckt, was ankommt – und was nicht.“

Der Generationswechsel

Heute wird der Betrieb von András Nagy geführt, seit 2026 alleiniger Geschäftsführer. Seine Entwicklung ist eng mit der Geschichte des Handwerksunternehmens verknüpft. Er wuchs im Betrieb auf und lernte alle Bereiche des Handwerks von Grund auf kennen. 2014 legte er erfolgreich seine Meisterprüfung ab. So verbinden sich im Betrieb heute unternehmerische Erfahrung der ersten Generation mit handwerklicher Qualifikation der zweiten. Die Eltern sind weiterhin Teil des Betriebs und unterstützen ihn vor allem in arbeitsintensiven Phasen. „Das Handwerk habe ich nicht nur gelernt, ich habe es jeden Tag erlebt“, beschreibt András Nagy seinen Weg.

Schrittweiser Ausbau

Über die Jahre wurde die Metzgerei erweitert. Heute umfasst die Betriebsstätte rund 580 m² Gesamtfläche. Etwa 200 m² entfallen auf die Produktion, rund 120 m² auf den Verkauf, während der restliche Bereich Lagerflächen, Kühl- und Reiferäume sowie Verpackung umfasst. Pro Woche verarbeitet der Betrieb im Durchschnitt rund 5 Tonnen Fleisch, ausschließlich aus der Region, von Erzeugern wie der SachsenGlück-Kooperation oder befreundeten Bauern, zu Wurstwaren, Räucherspezialitäten und Frischfleischauslage. Insgesamt sind etwa 30 Mitarbeiter beschäftigt. Fünf arbeiten in der Produktion, fünf in der Küche, drei im Büro, der Großteil ist in Verkauf und mobilem Vertrieb tätig.

Um Produktionsspitzen besser bewältigen zu können und Prozesse zu modernisieren, in-

Der Vater der heutigen Unternehmerfamilie war Herrenschneider – ein Handwerker, aber in einer anderen Branche. Seine Leidenschaft galt jedoch hochwertigen Lebensmitteln, vor allem traditionellen ungarischen Wurst- und Fleischspezialitäten aus seiner Heimat. Aus dieser Begeisterung heraus entstand ein reines Vertriebsmodell: Er importierte und verkaufte solche Spezialitäten, zum Teil ließ er sie von Metzgern herstellen.

Doch schon früh entwickelte sich aber der Wunsch, mehr Einfluss auf Qualität, Rezepturen und Herstellung zu bekommen. Im Jahr 2000 mietete sich das Unternehmen erstmals in eine bestehende Metzgerei ein und begann eigene Produkte herzustellen. Der entscheidende Schritt folgte 2008: Die Familie Nagy eröffnete eine eigene Metzgerei mit neun Mitarbeitern und einem angestellten Fleischermeister. Damit entstand erstmals eine eigen-



vestierte die Fleischerei in neue Technik. Dazu gehörten ein neuer Wolf und ein neuer Kutter. „Es kamen nur zwei Hersteller in Frage. Der, den ich schon hatte, und Seydelmann“, erklärt András Nagy. Beide schaute er sich sehr genau an und besuchte auch die Produktionen. „Es war sehr interessant, die Maschinen aus einer komplett anderen Perspektive zu sehen und zu erleben, wie viel tatsächliches Handwerk darin steckt. Bei Seydelmann hat mich fasziniert, dass da fast alles aus einer Hand kommt und nicht einfach Zulieferteile zusammengesetzt werden,“ erinnert er sich. „Wenn man dann noch einen Fachberater hat, der selbst aus dem Fleischerhandwerk kommt und mit dem man sich offen und ehrlich auf Augenhöhe unterhalten kann, macht das den Entscheidungsprozess deutlich einfacher“, ergänzt er.

Neben der robusten Bauweise spielte vor allem die kompakte Konstruktion eine Rolle, da ein größerer Kutter in die vorhandenen Produktionsräume integriert werden musste, d.h. an die Stelle des bisherigen (70 l) sollte der neue eine Schüssel mit 120 l haben. Ein



weiterer entscheidender Faktor war die Möglichkeit, einen zusätzlichen Arbeitsplatz mit direkter Anbindung an die Kuttersteuerung einzurichten. Dadurch kann das Rezeptbuch nicht nur digital verwaltet, sondern es können auch Zutaten automatisch an veränderte Produktionsmengen angepasst werden. Auf einem Display im Gewürzraum sehen die Mitarbeiter alle relevanten Infos und verwiegen die hauseigenen Mischungen.

Zwei neue Maschinen

Die Wahl fiel auf einen Hochleistungskutter K 120 AC-8 mit S24-Messersystem und Auto-

Command 4000 mit Rezeptursteuerung. „Das Messersystem macht den Wechsel an sich oder auch den Umbau auf eine andere Messerkonfiguration, die besser zum jeweiligen Produkt passt, um vieles einfacher und schneller, ohne neu wuchten zu müssen. Die Rezeptursteuerung ermöglicht einen vollautomatischen Betrieb der Maschine für alle Produkte. Der zweite Arbeitsplatz im Gewürzlager eliminiert die Fehlerquelle des Umrechnens und macht das Gewürzbuch in Papierform überflüssig“, erklärt András Nagy.

Beim Wolf fiel die Wahl auf den Automatenwolf AE 130 mit pneumatischem Trennsatz. „Es ist schön zu sehen, wie problemlos der arbeitet und mit welch klarem Schnittbild das Produkt herauskommt. Der Trennsatz sortiert zuverlässig aus, denn auch wenn wir alles vom Tier verwerten wollen – Sehnen, Knorpel oder Knochensplitter will niemand in seiner Salami. Auch nicht in einer ungarischen,“ lacht er. Mit seiner konischen Zubringerschnecke verarbeitet der AE 130 angefrorene, komplette Muskelstücke, aber auch kleinere Restabschnitte. Die

Foto: Maschinenfabrik Seydelmann



DIE FLEISCHER APP

Vorbestellen und noch mehr
mit der neuen
App für Fleischereien.



**+ Vorbestellen! + Angebote & Mittagstisch + Push Funktion + Digitale Kundenkarte +
+ Rezepte + inkl. Drucker für Bestelleingänge +**

Alle Infos gibt es auf **www.diefleischerapp.de**



B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG · Max-Volmer-Straße 28 · 40724 Hilden · Telefon: 02103 / 204-0 · E-Mail: fleischerapp@blmedien.de





Konzept

FLEISCHEREI NAGY – AMTSBERG

In zweiter Generation geführte Fleischerei mit Schwerpunkt erzgebirgisch-ungarische Fleisch- und Wurstspezialitäten, Premium-Fleisch von Mangalica- und Duroc-Schwein sowie Angus-Rind. Direktvermarktung in Laden sowie im mobilen Verkauf.

Erfolgsfaktoren

- Traditionelle, authentische Rezepturen
- Einsatz effizienter Produktionstechnik
- Regionaler Fleischbezug
- Nose-to-tail-Verarbeitung
- eBike-Angebot für alle Beschäftigten

niedrige Beladehöhe sei ein weiteres Plus. „Neue Technik ist nicht nur eine Investition“, sagt er: „Sie zwingt uns auch dazu, unsere Produktion wieder neu zu denken. Das ist genau das, was ich will – mich, meine Mitarbeiter und das Unternehmen weiterzuentwickeln.“

Frische ist zentraler Qualitätsfaktor

Die Fleischerei versteht sich als klassischer Vollsortimenter, ist aber deutlich erkennbar auf die Kombination erzgebirgischer Metzgertradition und ungarischen Wurst- und Fleischspezialitäten spezialisiert. Ein wichtiger Bestandteil dafür ist die vollständige Tierverwertung. Möglichst viele Teile des Tieres werden verarbeitet und zu eigenständigen Spezialitäten weiterentwickelt. Daraus und weiteren

Zutaten entstehen auch Produkte, die im deutschen Metzgereialltag selten anzutreffen sind, z.B Würste mit Reisanteil, deren Ursprung auf mongolische Einflüsse in der ungarischen Küche zurückgeht. Nagy: „Man nutzt alles vom Tier und macht daraus etwas Gutes.“

Ein Grundprinzip der Produktion ist der kompromisslose Fokus auf Frische. Das ganze Sortiment wird täglich frisch hergestellt, um die gleichbleibend hohe Qualität sicherzustellen. Neben der Technik spielt Erfahrung eine entscheidende Rolle. „Man braucht ein Gefühl für das Produkt“, erklärt er, „man sieht, riecht und fühlt, wann eine Wurst oder ein Fleischprodukt wirklich perfekt ist.“ Sensorische Kompetenz gilt im Fleischerhandwerk nach wie vor als eines der wichtigsten Qualitätsmerkmale.

Direktvermarktung als Strategie

Auch im Vertrieb verfolgt die Fleischerei eine klare Linie. Der überwiegende Teil der Produkte wird über Direktvermarktung abgesetzt. Nur wenige Spezialitätengeschäfte führen einzelne Produkte der Metzgerei. Der wichtigste Anlaufpunkt ist der Werksverkauf am Standort in Amtsberg-Dittersdorf, der durch eine eigene Landhausküche ergänzt wird. Außerdem betreibt das Unternehmen einen mobilen Vertrieb mit vier Verkaufsfahrzeugen. Ein Fahrzeug ist dauerhaft in Chemnitz stationiert, während die anderen Städte und Dörfer im

Erzgebirge im Umkreis von bis zu 100 km anfahren. „Ein besonderes Highlight ist jedes Jahr die Teilnahme am Chemnitzer Weihnachtsmarkt. Hier bieten wir nicht nur heiße Bratwürste und Kolbász an, sondern auch Ware zum Mitnehmen. Unserer Rohwürste sind echte Verkaufsschlager. Meine Mutter ist dort seit Jahrzehnten bekannt und die beste Verkäuferin“, lacht er. Der Onlinehandel macht etwa 5 bis 10 % des Umsatzes aus. Wöchentlich werden rund 100 Pakete verschickt.

Premiumfleisch und Catering

Zunehmend spielen hochwertige Fleischspezialitäten eine Rolle. Dazu zählen Produkte von Mangalica- und Duroc-Schwein oder vom Angus-Rind. Die Tiere stammen aus regionaler Zucht. Dazu András Nagy: „Die Menschen essen weniger Fleisch als früher, aber sie achten stärker auf Qualität. Der Trend geht klar zu: Qualität zuerst, Preis danach.“ Neben Metzgerei, Verkauf und Versand etablierte sich ein weiteres Geschäftsfeld: Catering für Veranstaltungen mit bis zu 1.000 Personen. Die Kombination aus eigener Produktion, Küche und logistischer Erfahrung ermöglicht die komplette Versorgung aus einer Hand.

Wie viele handwerkliche Lebensmittelbetriebe sieht sich auch diese Fleischerei steigenden Energiekosten gegenüber. Eine wichtige Maßnahme zur Kostenstabilisierung ist eine Photovoltaikanlage mit 76 kWp Leistung, die einen Teil des Energiebedarfs deckt. Auch beim Thema Personal geht der Betrieb eigene Wege. András Nagy setzt auf individuelle Förderung seiner Mitarbeiter. „Wir schauen bei jedem bzw. jeder genau hin: Wo liegen die Stärken? Dann versuchen wir, diese Fähigkeiten auszubauen.“ Quereinsteiger sind willkommen. Ein ungewöhnlicher, im Team sehr geschätzter Bestandteil des Mitarbeiterkonzepts ist ein eBike-Angebot für alle Beschäftigten.

Die Entwicklung dieser Fleischerei zeigt, wie sich traditionelle Metzgereibetriebe behaupten können: klare Produktidentität, konsequente Direktvermarktung, moderne Technik und starke persönliche Handschrift. Oder, wie András Nagy es formuliert: „Am Ende geht es immer um Respekt – vor dem Produkt, dem Tier und dem Kunden. Wenn man das ernst nimmt, hat handwerkliche Metzgerei auch in Zukunft ihren Platz.“

red

www.seydelmann.com
www.fleischerei-nagy.de



Was die Branche bewegt

Wenn sich die Profis der Fleischbranche vom 7. bis 9. November 2026 zur 28. Ausgabe der SÜFFA in Stuttgart treffen, geht es in den Messehallen wieder „100% saustark“ zu.



Der freche Slogan formuliert kurz und knapp den Anspruch der beliebten Fachmesse, die für Handwerk und mittelständische Industrie in Deutschland und im angrenzenden Ausland als wichtiger Pflichttermin gilt: Auf der SÜFFA gibt es 100 % geballte Informationen, Inspirationen und Impulse – frisch zugeschnitten auf die Fragen und Bedürfnisse des Publikums.

„Die SÜFFA bietet eine Plattform für Geschäftsideen und Synergien; sie vereint, was die Branche bewegt“, sagt Andreas Wiesinger, Mitglied der Geschäftsleitung der Messe Stuttgart. „Deshalb richtet die SÜFFA ihren Fokus auf einzelne Aspekte wie Handwerk, Technik, Verkauf, Trends, Digitalisierung oder Nachwuchs. Damit adressieren wir gezielt die Interessen der verschiedenen Besuchergruppen, sodass sich Metzgerinnen und Metzger, Mitarbeitende, Direktvermarkter und Nachwuchskräfte mit ihren jeweiligen Anliegen im Angebot der Messe wiederfinden können.“ Eine Strategie, die auch die Ausstellenden 2026 überzeugt: Es seien nur noch wenige Plätze zu vergeben. Die Produktschau dort bildet das gesamte Themenspektrum vom traditionellen Handwerk bis zur Großproduktion ab: z.B. Rohstoffe, Maschinen und Verarbeitungstechnik, Berufsbekleidung, Snacks, KI oder Steuerungssoftware. Große Marktführer sind in den Messehallen ebenso vertreten wie kleinere Unternehmen und Newcomer mit cleveren Konzepten für morgen.

Kaufen beim Kollegen

In vielen Bereichen findet ein rasanter Wandel statt, der die Betriebe vor Herausforderungen stellt, aber auch attraktive neue Chancen eröffnet. Sophie Stähle, Managerin Messe- und Eventleitung bei der Landesmesse Stuttgart: „Eine Messe wie die SÜFFA muss sich laufend mit dem Markt weiterentwickeln und konkrete, praxisnahe Lösungen aufzeigen. In Zeiten der Personalknappheit wird etwa

das Thema Zukauf immer wichtiger – für viele Metzgereibetriebe eine gute Möglichkeit, ein breites Sortiment aufrechtzuerhalten. Mit dem Metzger-Marktplatz tragen wir dieser Entwicklung Rechnung.“ Betriebe, die für den Weiterverkauf geeignete Produkte anbieten, können sich an bereitgestellten „Marktplatz“-Ständen ohne großen organisatorischen oder personellen Aufwand den Fachbesucherinnen und Fachbesuchern präsentieren – ganz nach dem Motto: „Kauf beim Kollegen“.

Wettbewerbe & Team Cup

Zum Erfolgsgeheimnis dieser Messe zählt, dass sie Neues aufgreift, zugleich aber auch Altbewährtes beibehält. Eine feste Säule im Konzept ist das vielfältige Rahmenprogramm mit Live-Vorführungen, Expertenvorträgen und den mit Spannung erwarteten SÜFFA-Wettbewerben. Die auf der Messe vergebenen Preise werden von vielen Betrieben in der Kundenkommunikation eingesetzt. Daneben entfaltet der Wettstreit selbst eine Signalwirkung – nach außen und in die Branche hinein. Stichwort Handwerksnachwuchs: „Durch die Wettbewerbe wird das Fleischerhandwerk sichtbar, erlebbar“, so Sophie Stähle: „Die Teilnehmenden zeigen, dass sie stolz auf ihren Beruf, ihr Können und ihre Leidenschaft sind. Dieses Selbstbewusstsein stärkt die Branche und macht sie für den Nachwuchs attraktiv.“

Selbstbewusstsein und Teamgeist sind auch beim 2. SÜFFA Team Cup gefragt, der für Zuschauende und Teilnehmende jede Menge Spaß verspricht. In fünf Disziplinen treten Teams von zwei bis drei Personen gegeneinander an. „Wer mitmacht, hat eigentlich schon gewonnen“, freut sich Sophie Stähle: „Das Event wird in der Presse, sozialen Medien und auf der SÜFFA-Homepage prominent platziert – vor, während und nach dem Wettkampf.“

<https://www.messe-stuttgart.de/sueffa>



Schnell, einfach, wirtschaftlich

Kartenzahlung ist im Lebensmittelhandwerk längst kein Zusatzservice mehr. Sie ist Teil eines modernen, effizienten Verkaufsprozesses. Die Metzgerei Pauleser aus Kasing zeigt, wie ein Anbieterwechsel Kosten senken, Abläufe vereinfachen und die Zufriedenheit der Kunden erhöhen kann.

Die Kundinnen und Kunden haben ihr Zahlungsverhalten in den vergangenen Jahren deutlich verändert. Was früher häufig noch als „EC-Karte nur ab zehn Euro“ diskutiert wurde, ist heute Alltag: Bezahlen mit girocard, Debitkarte, Kreditkarte, Smartphone oder Smartwatch. Gerade in Metzgereien mit hohem Kundenaufkommen, kurzen Einkaufszeiten und vielen kleineren Bons zählt an der Kasse jede Sekunde. Wer moderne Bezahlverfahren anbietet, macht es seinen Kunden einfacher – und entlastet zugleich das eigene Team.

Wie wird bezahlt?

Die Zahlen bestätigen diese Entwicklung. Laut EHI Retail Institute wurden 2025 schon 65,1 % des Umsatzes im stationären deutschen Einzelhandel per Karte bezahlt. Bargeld bleibt wichtig, sinkt aber weiter im Umsatzanteil. Besonders stark wachsen internationale Debitkarten von Visa und Mastercard. Sie liegen bei 9,4 % des gesamten stationären Einzelhandelsumsatzes, Kreditkarten zusätzlich bei 8,2 %. Zusammen entspricht das 17,6 % des Gesamtumsatzes – und etwa 27 % des Kartenumsatzes. Für Metzgereien und Bäckereien ist das besonders relevant, da ein erheblicher Teil der Kartenzahlungen heute nicht mehr über die klassische girocard läuft, sondern über Debit- und Kreditkarten von Mastercard oder Visa. Auch mobiles Bezahlen nimmt deutlich zu. Rund jede fünfte unbare Zahlung erfolgt per Smartphone oder Smartwatch.

Für Metzgereibetriebe bedeutet das: Es genügt nicht mehr, Kartenzahlung nur irgendwie zu ermöglichen. Entscheidend ist, dass die Lösung zum Betrieb passt. Neben der klassischen girocard erwarten immer mehr Kunden die Akzeptanz von Debit- und Kreditkarten (Mastercard, Debit Mastercard, Visa). Das ist besonders relevant für Kunden, deren Bankkarten nicht mehr automatisch eine reine girocard sind, jüngere Zielgruppen, Geschäftsreisende oder Touristen. Wer diese Zahlungsmittel nicht akzeptiert, riskiert unnötige Reibung an der Kasse.

Gründe für den Wechsel

Mindestens ebenso wichtig ist die technische Einbindung der Bezahlterminals ins Kassensystem. Wird der Zahlungsbetrag automatisch von der Kasse ans Terminal übertragen,



muss das Personal den Betrag nicht noch einmal manuell eintippen. Das spart Zeit, verhindert Eingabefehler und reduziert spätere Differenzen in der Abrechnung. Gerade in Stoßzeiten – mittags, vor Feiertagen oder am Wochenende – macht sich das unmittelbar bemerkbar. Der Kassivorgang wird schneller, sauberer und für das Verkaufsteam deutlich entspannter.

Wie groß der Unterschied in der Praxis sein kann, zeigt das Beispiel der Metzgerei Pauleser Kasing. Die Handwerksmetzgerei verfügt über 40 Jahre Erfahrung und betreibt Filialen u.a. in Kösching, Lenting, Wettstetten, Gaimersheim, Ingolstadt, Vohburg und Manching. Daniela Pauleser berichtet, dass der Wechsel des Payment-Anbieters vor allem aus zwei Gründen angestoßen wurde: Die Zahl der Kartenzahlungen nahm stetig zu, zugleich stiegen die Kosten. „Unsere Kunden erwarten moderne Zahlungsmöglichkeiten. Wir haben nach einer Lösung gesucht, die einfach, transparent und wirtschaftlich ist“, erklärt Daniela Pauleser.

„Unsere Kunden erwarten moderne Zahlungsmöglichkeiten. Wir haben nach einer Lösung gesucht, die einfach, transparent und wirtschaftlich ist.“

Daniela Pauleser

Die Entscheidung fiel auf PAYPROCESS. Die Umstellung selbst verlief aus Sicht des Betriebes unspektakulär – das war der entscheidende Punkt. Der Techniker kam in die Filialen, tauschte die Terminals aus, richtete sie ein und gab dem Personal eine kurze, verständliche Einweisung. Das Tagesgeschäft wurde nicht beeinträchtigt. Auch bestehende Altverträge mit unterschiedlichen Laufzeiten

standen dem Wechsel nicht im Weg. Die bisherigen Geräte wurden gesammelt und an den alten Anbieter zurückgegeben.

Weniger Kosten und Aufwand

Besonders deutlich zeigte sich der Nutzen auf der Kostenseite. Nach Angaben von Daniela Pauleser reduzierten sich nicht nur die Payment-Gebühren spürbar. Auch Bankkosten für Buchungen fielen weg. Hinzu kam eine erhebliche Vereinfachung in der Buchhaltung. Weniger Einzelbuchungen, weniger Abstimmungsaufwand, klarere Prozesse. Gerade dieser Punkt wird oft unterschätzt: Payment ist nicht nur eine Frage der Terminalgebühr, sondern auch eine Frage des Verwaltungsaufwands.

Auch die Kunden bemerkten diese Veränderung. Die Zahlungsabwicklung lief schneller als zuvor. Für einen Metzgereibetrieb also mehr als ein Komfortthema. Schnelle Kassivorgänge verkürzen Wartezeiten, verbessern den Durchsatz und sorgen für eine ruhigere Atmosphäre im Laden. Wächst die Schlange vor der Theke, wird Payment zum echten Produktivitätsfaktor.

Beim Service fiel das Urteil pragmatisch aus: Es gab kaum Anlass, ihn in Anspruch zu nehmen. Die Geräte laufen stabil; kleinere Themen wurden durch einen einfachen Neustart gelöst. Für den Betrieb ist genau das die beste Form von Service: ein System, das im Alltag möglichst wenig Aufmerksamkeit braucht.



Jeden Tag Vorteile spürbar

PAYPROCESS positioniert sich damit als Partner für Metzgereien, die ihre Zahlungsprozesse modernisieren und wirtschaftlich sauber aufstellen wollen. Dazu gehören transparente Konditionen, passende Terminaltechnik, die Anbindung an die Kasse, Unterstützung beim Wechsel aus bestehenden Strukturen und ein Verständnis für die Abläufe im Lebensmittelhandwerk. Der Rat von Daniela Pauleser an andere Betriebe ist klar: „Man sollte sich die Möglichkeiten zumindest anschauen. Der Aufwand war deutlich geringer als erwartet und die Vorteile zeigen sich jeden Tag. Ich kann PAYPROCESS auf jeden Fall empfehlen.“ Für Metzgereien ist moderne Kartenzahlung heute kein Luxus mehr. Sie ist Teil eines professionellen Verkaufsprozesses – ebenso wie gute Ware, freundlicher Service und eine funktionierende Kasse. Wer hier sauber aufgestellt ist, spart Zeit, reduziert Fehler, verbessert die Abrechnung und bietet seinen Kunden genau die Flexibilität, die sie heute erwarten. **red**

www.payprocess.de
www.metzgerei-pauleser.de

UVC im Reiferaum

Statt in seinen Reiferräumen klimatisierte Filterkästen einzusetzen, entschied sich Maurer Speck aus der Schweiz für eine UVC-Lamellenentkeimung.

Stets auf der Suche nach der bestmöglichen Lösung, produziert Maurer Speck – seit 2015 Teil der Micarna SA – auf natürliche Weise nach eigenen Angaben das Maximum an Qualität. So wie der mit über 160 Auszeichnungen geehrte Patron Ernst H. Maurer selbst: bodenständig, bescheiden und sympathisch. Vermutlich sein Erfolgsgeheimnis, gepaart mit der Eigenschaft, sich nicht mit irgendeiner Lösung oder dem zweiten Rang zufriedenzugeben.

Ursprünglich bestand die Luftreinigung aus klimatisierten Filterkästen, die mit Filterkartuschen ausgestattet waren. Diese waren aber sehr aufwändig zu reinigen, da sie schlecht zugänglich waren und das positive Ergebnis zeitlich begrenzt. Die Hygienesituation verschlechterte sich. Es gibt Produkte, bei denen explizit Schimmel gewünscht ist: Dieser wird abgeburstet oder abgewaschen. Bei Maurer Speck ist die Philosophie eine andere, bei den Kunden der Rohpökelware ist Schimmel nicht erwünscht. „Was uns überzeugte, waren die zuverlässige Beratung und die offensichtlichen Resultate. Die Hygieneexperten von sterilAir machen eine professionelle Analyse, bevor sie nach genauer Konzeption UVC implementieren. Das gefällt mir im Vergleich mit anderen Anbietern“, sagt Ernst H. Maurer.

Hygienekonzept als Basis

Nach einer Bestandsaufnahme erstellte sterilAir ein Hygienekonzept und startete Tests zur Optimierung der Entkeimung. Nach einem missglückten Versuch mit Umluftentkeimern wurden Geräte der D-Serie an der Reiferaumdecke positioniert. Diese sorgen für eine kontinuierliche UVC-Entkeimung der Raumluft und halten sie schimmelfrei. Die Geräte werden zur Inaktivierung von Schimmelsporen eingesetzt. Durch die natürliche Luftkonvektion ist keine zusätzliche Umwälzung der Raumluft notwendig, welche das sorgfältig



abgestimmte Klima durcheinanderbringen würde. Durch die Berechnung und die richtige Platzierung der UVC-Geräte wurde die ganze Raumluftsituation optimiert und stimmt über das ganze Jahr hinweg. Zudem erlaubt das Ernst Maurer, seinen Fokus auf andere Dinge zu richten. Einfache Handhabung, Effizienz sowie Langlebigkeit der Installationen haben hier Priorität. „SterilAir steht für eine Lösung, die auf wissenschaftlich fundiertem Know-how aufgebaut und nachgewiesen ist. Wir erarbeiteten das Konzept zusammen und ließen uns durch die Experten vom dieses Schweizer Hygienespezialisten beraten. Eine Bestandsaufnahme ergab Erkenntnisse über Raumluft, Temperatur, Umluft, Zuluft, Abluft, Luftfeuchtigkeit und Zyklen. Danach wurde erst einmal mit Testgeräten eruiert, welche Lösung das Optimum bringt.“, sagt Ernst H. Maurer zufrieden.

Weitere Projekte in Planung

Zwischen den Partnern ist ein stetiger Austausch im Gange. Man steht in gutem Kontakt und informiert sich gegenseitig. Auch eine weitere Installation ist in Planung: Eine UVC-Lamellenentkeimung für drei Raumluftkühler. Diese befinden sich im Reiferaum und in der Salzerei. UVC-Lamellenentkeimung: Eine Oberflächenentkeimung, die einen positiven Einfluss auf die Luftqualität

hat. Die Lamellen der Raumluftkühler werden kontinuierlich entkeimt, was den Aufbau eines Biofilms verhindert. Bei unbehandelten Kühllamellen würde sich die Mikrobiologie durch den Luftstrom im ganzen Raum verteilen. Die UVC-Installation wird das zuverlässig verhindern. Die Reinigungsintervalle und die benötigten Reinigungsmittel werden ebenso reduziert. Die Geräte der D-Serie, Bauform DBM, sorgen für eine kontinuierliche Entkeimung der Raumluft und halten diese schimmelfrei. Auch Aspergillussporen werden durch die UVC-Luftentkeimung ohne Rückstände nachhaltig unschädlich gemacht.

„Mit den Leistungen und dem Service von sterilAir bin ich sehr zufrieden. Ein zuverlässiges Team mit qualitativ hochwertigen Produkten. Ich bin froh, mich auf beides verlassen zu können. Traditionelle Fertigung und Implementierung moderner Technologie ergänzen sich bei uns perfekt. Der Austausch ist stets konstruktiv und auf Augenhöhe. Durch den Einfluss und die Berücksichti-



„Eine Bestandsaufnahme gab Erkenntnisse über Raumluft, Temperatur, Umluft, Zuluft, Abluft, Luftfeuchtigkeit und Zyklen. Danach wurde erst einmal mit Testgeräten eruiert, welche Lösung das Optimum bringt.“

Ernst H. Maurer

gung aller wichtigen Einbringungen der beteiligten Fachexperten wurde die beste Lösung für unser Unternehmen gefunden“, resümiert Ernst Maurer.

www.sterilair.com/de/



Käse mit Schärfe-Kick

Auch bei Käse – egal ob auf dem Grill, als gefüllte Spezialitäten oder kreative Käsezubereitungen – sind zunehmend Kombinationen mit Würze, Schärfe und ansprechender Optik angesagt. Zutaten wie Chili, Paprika oder Jalapeño verleihen milden Käsesorten zusätzlich geschmackliche Tiefe und sorgen für ein ausgewogenes Zusammenspiel von Cremigkeit und angenehmer Schärfe. Dafür bietet **Beck Gewürze und Additive** Lösungen für moderne Grillkäsezubereitungen, die diversen Verbraucherwünschen nachkommen, an. Die Mischung „Beck DekorWürz Jalapeño“ etwa kombiniert Chili, Paprika und Jalapeño zur dezent scharfen Würzung, die bei Käsezubereitungen ihre Stärken ausspielt. Neben dem würzigen Geschmacksprofil sorgt sie für eine attraktive Optik, die den handwerklichen Charakter der Produkte unterstreicht und die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich zieht. Grillkäse bietet viele Möglichkeiten, aktuelle Genusstrends aufzugreifen und das Sortiment um attraktive Spezialitäten für die Grill-saison zu ergänzen. www.beck-gewuerze.de

Mit Tomaten und Basilikum

Zehn Wochen reift der saisonale Liebling „Sommer Rebell“ der **Käsebell** im Naturreifekeller, bevor der Schnittkäse in den Handel kommt. Die laktosefreie Käsespezialität aus 100 % Bergbauern-Heumilch g.t.S. mit geschmeidig-cremigem Käseteig in Rahmstufen-Qualität ist bis zur Kalenderwoche 32/2026 erhältlich und wartet mit einer raffinierten Kombination aus getrockneten Tomaten und aromatischem Basilikum auf. Das vielschichtige Aromenspiel reicht von feinen Buttermilchnoten über Anklänge an würzige Blumenwiesen bis hin zu Nuancen von gekochtem Kohl, Sellerie, exotischer Maracuja und hellem Karamell. Auch optisch setzt der Käse mit einer ansprechenden Rinde Akzente. Zusatz- und Konservierungsstoffe sind nicht enthalten.

www.kaeserebellen.com



Zum Brühen und Enthaaren

Die robusten Brüh- und Enthaarungsmaschinen von **Renner Schlachthaustechnik** decken Leistungsbereiche von etwa 40 bis 240 Schweinen/Std. ab. Eine durchdachte Prozesskette, die von der Vorreinigung über das Brühen und Enthaaren bis hin zur Nachreinigung der Schlachtkörper reicht, ist charakteristisch. Durch den Einsatz von Haspelbrühbottichen mit intensiver Wassenumwälzung und präziser Temperaturregelung wird eine gleichmäßige und schonende Vorbereitung der Haut für den Enthaarungsprozess gewährleistet. Die Brühung erfolgt bei etwa 60°C. Das Unternehmen entwickelt Lösungen entsprechend den jeweiligen Betriebsanforderungen. So können Betriebe ihre Produktionsabläufe effizient gestalten und erfüllen zugleich hohe Anforderungen an Hygiene, Produktqualität und Wirtschaftlichkeit. Optional gibt es für die Anlagen integrierte Abflammeinrichtungen für Erd- oder Propangas, wodurch auch feinste Restborsten entfernt werden. Sie eignen sich Betriebe, die Wert auf zuverlässige Prozesse, hohe Enthaarungsqualität und langfristige Investitions-sicherheit legen. www.renner-sht.de

ungen. So können Betriebe ihre Produktionsabläufe effizient gestalten und erfüllen zugleich hohe Anforderungen an Hygiene, Produktqualität und Wirtschaftlichkeit. Optional gibt es für die Anlagen integrierte Abflammeinrichtungen für Erd- oder Propangas, wodurch auch feinste Restborsten entfernt werden. Sie eignen sich Betriebe, die Wert auf zuverlässige Prozesse, hohe Enthaarungsqualität und langfristige Investitions-sicherheit legen. www.renner-sht.de

Praktische Faserhüllen

Die Einleg-/Trennbögen Nalo VX / Nalo VX EEP von **Oskutex** sind spezielle, imprägnierte Cellulose-Faserhüllen für die Wurstproduktion und z.B. für Rohschinken sowie Koch-Brühprodukte einsetzbar. Die widerstandsfähigen Hüllen (Faserdärme) sorgen für eine exakte Kalibertreue und eine gleichmäßige Reifung. Die Trennbögen bzw. Abschnitte sind in der Regel beidseitig mit Clip und Schlaufe oder abgenäht mit Litze konfektioniert. Es gibt sie mit und ohne Beschichtung in vielen Größen. Die VX-Imprägnierung bietet eine definierte Bräthftung, damit sich die Wurstmasse beim Reifen und Brühen nicht vom Darm ablöst. Ausführungen mit EEP-Eigenschaften lassen sich später leicht und sauber von der Wurst abziehen, was bei Slicer-Anwendungen oder Einziehware wichtig ist. www.oskutex.kallegroup.com



Mobiles Thekendisplay

70 % aller Kaufentscheidungen werden laut GfK-Studie Store Effect vor Ort getroffen, fast 40 % der Einkäufe erfolgen spontan. Thekendisplays schaffen Aufmerksamkeit und steuern das Interesse der Kaufenden auf Aktionen, Angebote und Produkte. Die PoS-Kommunikation steigert Impulskäufe.

Shop-IQ bietet mit dem digitalen Thekendisplay Signage Lite einen einfachen Einstieg in die digitale Werbung am PoS. Das kompakte Produkt (15,5 x 24,6 cm) punktet mit einem 10,1-Zoll-LCD-Display, integriertem Akku und Plug-and-Play-Konzept. Bild- und Video-Inhalte werden via Shop-IQ Web-App über den darin integrierten WLAN-Access-Point übertragen. Die Daten werden auf einem internen Speicher (256 MB) gespeichert. Der Akku hält bis zu 13 Stunden. So ist das Display auch an Standorten ohne ortsnahe Stromversorgung platzierbar. Alternativ gibt es ein 3 m langes USB-Kabel für die Stromzufuhr. www.shop-iq.eu



Hygienetechnik



Wenn ein Gerät alle Probleme löst, 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 Bümel (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: Schriftlich 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
Gläubiger-ID: DE 13ZZZ00000326043

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

Nachdruck und Übersetzung veröffentlichter Beiträge dürfen, auch auszugsweise, nur mit vorheriger Genehmigung 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.





DIE HACCP APP

FÜR LEBENSMITTELUNTERNEHMEN



HACCP TEMPERATUR SENSOREN

2,7°C

Automatische Temperatur- überwachung und HACCP-Checklisten in einer App!



Kostenlose Beratung & Infos unter:
www.diehaccpapp.de



zertifiziert nach ISO 9001 und ISO 27001



Deine Ideen verdienen die richtige Technik.

Ob Fleisch-Alternativen oder klassische Produkte – mit Handtmann produzierst Du effizient, präzise und zuverlässig. Von Füllen, Portionieren, Formen und Dosieren bis zur optimalen Prozesslösung – wir machen Deine Produktion zukunftssicher.



MFE 431
Manuelle Formeinheit



HV 416
Haltevorrichtung



DS 85-3
Dosierventil



Folge uns auf unseren Social-Media-Kanälen und bleib immer up to date.

Du hast Fragen? Dann melde Dich bei uns – wir beraten Dich gerne.

handtmann
Ideen mit Zukunft.