

Delicarne

MAGAZIN

NR. 3 | SEPTEMBER 2026

**Zwischen Kutter
und Kamera**

Manuel Wecker:
Metzgerhandwerk
bei Instagram

**Handel
im Wandel**

Von der Theke
übers Internet bis
zum Volksfest



Top-Seller-Angebote für September auf den Seiten 16 bis 21

Gute Lebensmittel brauchen einfach die richtige Verpackung.

Made in Germany
Verlässlichkeit
Perga Qualität

allfolin® sheet
cell

Ideal für

- ⊕ Metzgereien / Fleischereien
- ⊕ Käseläden
- ⊕ Fischtheken
- ⊕ Feinkostgeschäfte
- ⊕ Frischetheken im Lebensmittelhandel

Mehr als nur Papieroptik

- ⊕ Fettdicht & wasserfest
- ⊕ zertifiziert nach Hygienenorm BRCGS
- ⊕ Gut faltbar
- ⊕ Individuell bedruckbar
- ⊕ recycelbar nach aktuellem Mindeststandard



Qualität
seit über
55 Jahren



Persönliche Beratung direkt bei Ihnen vor Ort!
Unser Außendienst unterstützt Sie kompetent und individuell.
Beratung@perga.de

Handel im Wandel

Zwischen Hitzewellen und Fußball-Weltmeisterschaft ist der Sommer wieder einmal wie im Flug vergangen. Jetzt bringt sich der Herbst in Stellung, die Tage werden kürzer – und wir verwenden mehr Gedanken an die Zusammenstellung des Weihnachts-Menüs als an zurückliegende Grill-Abende.

Richtig so. Immer nach vorne schauen. So wie Manuel Wecker. Der Metzgermeister aus Ostwestfalen ist sehr aktiv bei Instagram und erreicht Tausende Menschen mit seinen Videos. „Für uns Metzger ist es wichtig, auf der Plattform präsent zu sein“, sagt der 33-Jährige. Seine Geschichte lesen Sie ab Seite 8.

Obgleich alle von Digitalisierung reden, dürfen wir eines nicht vergessen: Die Kunden in der Metzgerei legen Wert auf den zwischenmenschlichen Kontakt. Ein Lächeln an der Theke, ein kurzer Plausch beim Kassieren: Solche Gesten sorgen dafür, dass Kunden nicht zum Discounter abwandern. Das weiß auch Michelle Böhm. Unser Interview mit der Deutschen Meisterin im Fleischereifachverkauf finden Sie auf den Seiten 30 und 31.

Das Internet ist derweil für Franz Stamm ein wichtiges Geschäftsfeld geworden. Der Betreiber einer traditionsreichen Pferdemetzgerei in Speyer hat in den vergangenen Jahren einen gut laufenden Online-Shop für Fleisch und Wurst aufgebaut. Was es braucht, damit der Schritt ins Netz ein Erfolg wird, steht auf den Seiten 32 und 33.

Rausgehen, etwas erleben – bevor der Winter das Land in den Dunkel-Modus versetzt, gibt es dafür auf verschiedenen Volksfesten noch reichlich Gelegenheit. Falls Sie selbst einen Festplatz besuchen und den Duft eines gegrillten Ochsen in die Nase bekommen, sehen Sie doch einmal genauer hin. Vielleicht sind Sie ja bei Karl Mader gelandet. Von seiner Ochsenbraterei erzählen wir ab Seite 34.

Doch jetzt wünschen wir Ihnen erst einmal viel Spaß mit unserer neuen Ausgabe!

Herzliche Grüße, Ihr Delicarne-Team

Dagama-Fachgroßhändler

Firma	Telefon	PLZ	Ort	Internet
Hugo Bergmann GmbH	0202 - 558051	42279	Wuppertal	www.hugo-bergmann.de
Wilh. Breuer GmbH & Co.KG	0211 - 944060	40233	Düsseldorf	www.breuerinfo.de
Britz NF	0651 - 824290	54294	Trier	www.britz-trier.de
Theodor Brocks GmbH & Co.KG	02832 - 9722-0	47623	Kevelaer	www.brocks-online.de
Cassel Fleishtechnik GmbH	05651 - 9214 0	37269	Eschwege	www.cassel-fleishtechnik.de
Enders GmbH & Co.KG	06408 - 880	35447	Reiskirchen	www.enders.de
Erbel GmbH	09331 - 3012	97199	Ochsenfurt	www.erbel.de
Peter Ersfeld GmbH	0221 - 681660	51069	Köln	www.ersfeld-gmbh.de
Rudolf Fehrmann GmbH & Co.KG	0661 - 928250	36041	Fulda	www.fehrmann.de
Fritz Grüne GmbH & Co.	05183 - 333 3	37581	Bad Gandersheim	www.fritz-gruene.de
Günther Fleischereibedarf GmbH	06027 - 40360	63811	Stockstadt a. Main	www.guenther-fleischereibedarf.de
Hanseata Theofil Zuther GmbH & Co.KG	040 - 431236	20357	Hamburg	www.hanseata-hamburg.de
Georg Hartl & Söhne GmbH + Co.KG	08772 - 96150	84082	Laberweinting	www.hartl.net
Heifo GmbH & Co.KG	0541 - 58430	49084	Osnabrück	www.heifo.de
Paul Hirtz GmbH	0203 - 424242	47138	Duisburg	www.hirtz-duisburg.de
Luckfiel & Mann GmbH	0431 - 71830	24145	Kiel	www.lm-kiel.de
Werner Niederberger GmbH	089 - 7461310	85551	Kirchheim-Heimstetten	www.niederbergergmbh.de
OMEGA SORG GmbH	07361 - 9470-1000	73457	Essingen bei Aalen	www.omega-sorg.de
Precht! Metzgereibedarf GmbH & Co.KG	08761-7250-0	85416	Langenbach	www.metzgereibedarf.com
Fritz Raulwing GmbH & Co.KG	0571 - 798420	32457	Porta-Westfalica	www.raulwing.de
Heinrich Salm KG	0721 - 964040	76139	Karlsruhe	www.salm-karlsruhe.de
Valentin Schmitt GmbH & Co.KG	02222 - 929330	53332	Bornheim	www.valentin-schmitt.de
Fleischereibedarf Siegfried GmbH	02203 - 980070	51149	Köln	www.siegfried-koeln.de
Carl Stratz GmbH & Co.KG	04340 - 792910	24109	Melsdorf	www.stratz.de
Hans Wagner GmbH	09621 - 47540	92224	Amberg	www.hans-wagner.de
Walter Wiedemann GmbH & Co.KG	0821 - 560900	86153	Augsburg	www.wiedemann-augsburg.de
Ziegler GmbH & Co.KG	07455 - 93870	72175	Dornhan	www.ziegler-dornhan.de

PORTRAIT 8 Manuel Wecker lebt zwischen Kutter und Kamera



5 SCHON GEWUSST? Neuigkeiten und aktuelle Trends

22 NEUES VON
 Erzberger, der Kalle Gruppe, Giesser
 und KBS Gastrotechnik

30 MEISTERIN AN DER THEKE
 Fleischereifachverkäuferin Michelle Böhm

32 UMSATZ IM INTERNET
 Wenn die Post den Sauerbraten liefert

34 EIN HINGUCKER BEIM VOLKSFEST
 Die Ochsenbraterei von Karl Mader

36 BESTES VOM METZGER
 Burger: der König der schnellen Küche

38 STEUERTIPP
 Der digitale Euro

INFO

Änderung
 Erscheinungstermine
 für 2026:
 März, Juni, September
 und Dezember

Delicarne Magazin 3 / 2026

22. Jahrgang. Erscheint 4 x jährlich für Kunden der Dagema-Fachgroßhändler und ihre Partner.

Herausgeber:
 Dagema eG, Siemensring 20, 47877 Willich
 Tel. +49 2154 4995-0, www.dagama.com

Redaktionsleitung:
 Silvia Weidlich, Tel. +49 2154 4995-19
sweidlich@dagama.com

Redaktion:
 Redaktionsbüro Ruhr
 Appelt + de Haas GbR

Anzeigenverwaltung:
 Mandy Schubert, Tel. +49 2154 4995-15
mschubert@dagama.com

Satz und Gestaltung:
 Mandy Schubert

Druck:
 Baecker + Häbel, Satz und Druck GmbH,
 Siemensring 21a, 47877 Willich

Bildnachweis:
 Titelbild: Daniel Elke
 Adobe Stock, Brita SE, Michelle Böhm, Daniel Elke,
 Dunlop Protective Footwaer B.V., Johannes Giesser
 Messerfabrik GmbH, Homann Feinkost GmbH,
 Kalle Group | © Kaut/v.Johnson/Bagnall |
www.pumuckl.de, KBS Gastrotechnik GmbH,
 Karl Mader, Magnific, Unilever Deutschland
 GmbH, Victor Konserven

Abonnementsbedingungen:
 Jahresabonnement 22 € / Einzelpreis 5,50 €
 Der Bezugspreis für Fachgroßhändler der
 Dagema eG ist im Beitrag enthalten.

Beilagen:
 CHROMOnorm GmbH, Dagema eG, Pacovis
 Deutschland GmbH, Pinti Inox GmbH, Soehnle
 Industrial Solutions GmbH, Xylem Analytics
 Germany Sales GmbH & Co. KG

Das Delicarne-Magazin ist auch
 als E-Paper im Internet abrufbar.



METZGEREIEN, AUFGEPASST!

Seit August gelten in der EU die meisten Anforderun-
 gen der neuen **Verpackungsverordnung PPWR**.
 Mit ihr sollen Verpackungsabfälle reduziert und
 Recyclingquoten verbessert werden. Für Metzgereien,
 auf deren Verpackungen der eigene Name, das eigene
 Logo oder die eigene Marke gedruckt sind, können
 zusätzliche Pflichten entstehen.

Wer individualisierte Verpackungen verwendet, muss
 jetzt für das Recycling dieser Verpackungen bezahlen.
 Zugleich ist er für die technische Dokumentation und
 die Konformitätserklärung zuständig. Dabei gibt es eine
 Ausnahme: Bei Betrieben mit weniger als zehn Mitarbei-
 tenden und höchstens zwei Millionen Euro Jahresumsatz
 ist der Lieferant der leeren Serviceverpackungen in der
 Pflicht, sofern dieser seinen Sitz im selben EU-Mitglieds-
 staat hat.

Foto von rawpixel.com auf Magnific

54,9 kg

So viel Fleisch hat jeder Deutsche im Jahr 2025
 verspeist. Neue Zahlen der Bundesanstalt für
 Landwirtschaft und Ernährung zeigen: Der Appetit auf
 Fleisch nimmt wieder zu! 2024 lag der
 Pro-Kopf-Verbrauch noch bei 53,5 Kilogramm,
 2023 waren es 52,9 Kilogramm.



Advertorial

DAS DESIGN IST NEU » DIE REZEPTUR BLEIBT GLEICH.

*Im 150. Jahr seines Bestehens hat „HOMANN Foodservice“ seinen Salatdressings und Snacksaucen
 ein frisches Design verpasst. Jetzt geht es an das Flaggschiff der Marke: Ab Herbst bekommt
 auch die „HOMANN Salat Mayonnaise“ ihr neues Aussehen.*

„Unsere Mayonnaise ist die Nummer eins im Markt. So ein Produkt verändert man
 natürlich nicht. Wir wissen, wie die Profis im Außer-Haus-Markt ihre Qualität schätzen“,
 sagt Timo Rothert, Marketingchef von „HOMANN Foodservice“. „Deshalb ist es uns
 sehr wichtig, dass die Rezeptur der Mayo unverändert bleibt. Unsere Mayo ist nach
 wie vor besonders ergiebig in der Verwen-
 dung und durch die hohe Wasseraufnahme
 vielfältig einsetzbar. Sie ist perfekt geeignet
 für die Herstellung von Salaten, Saucen oder
 Dressings. Außerdem passt sie mit ihrem
 ausgewogenen Geschmack hervorragend
 pur zu Pommes und Co.“

Die Produkte im neuen Design werden nach
 und nach im Handel erhältlich sein.

Infos unter www.homann-foodservice.de



DAS NEUE DESIGN IM ÜBERBLICK

- » **Schnellere Sorten-Erkennung**
 Eindeutige Farblogik, größere Typografie
 und funktionale Gestaltung
- » **Optimale Lesbarkeit**
 Zutaten, Anwendungshinweise und
 Kennzeichnungsinfos sind auf einen
 Blick erfassbar
- » **Stärkere Markenidentität**
 Einheitliche Optik erleichtert den
 Griff zum richtigen Produkt
- » **Mehr Infos auf der Verpackung**
 Klare Hinweise zur Anwendung und zur
 Kennzeichnung auf der Speisekarte



Ist der Veggie-Boom jetzt vorbei?

Das Interesse an Veggie-Wurst und Tofu-Schnitzel lässt nach. Im vergangenen Jahr sind in Deutschland weniger vegetarische und vegane Fleischalternativen hergestellt worden. Die Gesamtmenge lag bei 124.900 Tonnen – das entspricht einem **Rückgang von insgesamt 1,2 Prozent** gegenüber 2024. Zuvor hatte sich die Produktion innerhalb von sechs Jahren mehr als verdoppelt. 2019 kamen nach Angaben des Statistischen Bundesamts noch 60.400 Tonnen Fleischersatzprodukte in Umlauf.

Fleischersatzprodukte sind – gemessen am klassischen Fleischmarkt – eine Nische. Der Gesamtwert der hergestellten Produkte lag 2025 bei 632,6 Millionen Euro. Die Erzeugnisse von Schwein, Rind und Co. waren hingegen 45,2 Milliarden Euro wert.

Messetermine 2026

6. September
CASSEL INFORMA,
Eschwege, Hausmesse

13. bis 14. September
FASZINATION FOOD,
Dresden, Hausmesse
Omega Sorg

10. bis 11. Oktober
WALTER WIEDEMANN
GMBH & CO. KG,
Augsburg,
Hausmesse

Foto: Freepik

Exklusiv bei der Dagma



Intuitive Bedienung, einfach zu reinigen – und das Zweiganggetriebe in Edelstahlausführung erfüllt gehobene Profi-Ansprüche: Seit vielen Jahren gehört der 9-Liter-Tischwurstfüller von der Traditionsmarke Dick zur Grundausstattung vieler Wurstküchen.

Künftig ist der Besteller exklusiv über die Dagma-Fachgroßhändler erhältlich.



Gesund und nachhaltig kochen

Ab sofort ist bei den Dagma-Fachgroßhändlern besonders nachhaltiges Kochgeschirr erhältlich: Die Firma Woll hat Pfannen entwickelt, die **ohne PFAS** auskommen. Trotz des Verzichts auf die schwer abbaubaren Ewigkeitschemikalien überzeugen die Pfannen der Serien „Eco Lite QXR“ und „Eco Logic QXR“ mit einem beispiellosen Anti-Haft-Effekt.

NEUE KRÄUTERBUTTER AUS DER GEWÜRZMÜHLE

Patrick Heyers hat wieder einmal „gezaubert“. Unzählige Stunden hat der Leiter der Dagma-Gewürzmühle mit Mixer und Feinwaage hantiert, um seine beliebte Kräuterbuttermischung noch besser zu machen. Das neue Zusammenspiel von Knoblauch, Pfeffer, Petersilie, Kurkuma, Schnittlauch, Ingwer, Muskat und Meersalz ergibt einen Allrounder, der perfekt zu unzähligen Speisen passt. Fragen Sie hierzu gerne Ihren Dagma-Fachgroßhändler.



Innovative Technologie, herausragende Rutschhemmung

Für mehr Sicherheit am Arbeitsplatz: Der neue Stiefel „FoodPRO+“ von Dunlop Protective Footwear punktet mit einem revolutionären Sohlenprofil.

Der neue Sicherheitsstiefel „FoodPRO+“ von Dunlop Protective Footwear ist mit der innovativen „Sharp Edge Technology“ ausgestattet – einem revolutionären Sohlenprofil, das sich förmlich mit dem Boden verbindet und Rutschgefahren gezielt reduziert. Besonders in Bereichen mit erhöhtem Rutschrisiko zeigt die Technologie ihre Stärke. Die Sohle übertrifft den EN-Rutschhemmungsstandard um 57 Prozent und setzt damit neue Maßstäbe für die Sicherheit am Arbeitsplatz.



„Wir setzen alles daran, Rutsch-, Stolper- und Sturzunfälle am Arbeitsplatz zu reduzieren“, sagt Colin Clark, Chief Marketing Officer bei Dunlop. „Als die Nummer eins in der Lebensmittelverarbeitung genießt ‚FoodPRO‘ weltweit das Vertrauen von Beschäftigten. Unsere Kunden haben uns jedoch herausgefordert, Rutschhemmung, Passform, Gewicht und Komfort weiter zu verbessern.“

„FoodPRO+“ kombiniert **erstklassige Rutschhemmung** mit Dunlops bewährter „Purofort“-Technologie und einem konsequent auf Komfort ausgelegten Design. „Purofort“ ist leicht und flexibel, reiß- und abriebfest sowie beständig gegenüber Fetten, Ölen und aggressiven Reinigungsmitteln – ideal für die Anforderungen der Lebensmittelverarbeitung. Das „Sneaker Fit“-Design sorgt auch während langer, anspruchsvoller Schichten für hohen Tragekomfort.

„Unser Ziel war es, Rutschhemmung von Grund auf neu zu denken“, erklärt Gerrit Zekveld, Innovation Engineer bei Dunlop Protective Footwear. „Durch die Kombination unseres Wissens über Rutschverhalten, Sohlengeometrie und Materialtechnologie entstand die ‚Sharp Edge Technology‘ – eine Sohle, die ihre Stärken genau dann ausspielt, wenn das Risiko des Ausrutschens am höchsten ist.“



Advertorial



NEUER NAME. BEWÄHRTE STÄRKE.

Die Poly-clip System Vertriebs- und Service GmbH heißt jetzt **Lanitech GmbH**.

Neben bewährter Cliptechnik und starken Marken der Lebensmittel-Prozesstechnologie bieten wir Ihnen künftig ein erweitertes Portfolio moderner Verpackungslösungen:

Mit dem Service und der Verlässlichkeit, auf die Sie seit Jahren vertrauen.



info@lanitech.de

LANITECH

by Poly-clip System

HALLE 9
STAND 9B21





Aufnahme läuft: Manuel Wecker zeigt seiner digitalen Fangemeinde, wie er Eier-Paprika-Aufschnitt herstellt.



Ein Leben zwischen Kutter und Kamera

Der Metzgermeister Manuel Wecker aus Ostwestfalen zeigt sein Handwerk auf Instagram – und erreicht damit tausende Menschen.

In der linken Hand hält Manuel Wecker eine gelbe Plastikwanne voller gepellter Bio-Eier, in der rechten sein Smartphone. Hinter ihm dröhnt der Fleischkutter. Das Brät zieht seine Kreise durch die Edelstahlschüssel. Wecker richtet die Kamera auf sich, tippt auf „Aufnehmen“ und lächelt in sein Smartphone.

„So, Freunde des guten Geschmacks, damit eurem Frühstück am Sonntag nichts mehr im Wege steht, bereiten wir frischen Paprika-Eier-Aufschnitt für euch vor“, sagt Wecker.

Während er spricht, kippt er die Eier in den laufenden Kutter. „Paprika ist schon drin im Brät. Die Eier mischen wir jetzt mit unter. Das kühlen wir gleich ab, damit ihr am Sonntag was Leckereres zum Frühstück habt. Und immer schön daran denken: Lecker vom Wecker.“

Für sein morgendliches Video braucht er keine zweite Aufnahme und keinen Schnitt. Eine Stunde nach dem Dreh in der Wurstküche ist der Clip bereits online. Die Reaktionen kommen schnell: Fast 1.000 Likes in kurzer Zeit. Für Manuel Wecker längst kein Ausreißer

mehr. Mehr als 67.000 Menschen folgen dem Metzgermeister aus dem westfälischen Hövelhof auf Instagram. „Es ist wichtig, auf der Plattform präsent zu sein“, sagt er.

Wecker betritt den Büroraum der Hausschlachtere. An der Wand hängt eine Luftaufnahme des alten Hofes: Felder, Ställe und ein Wohnhaus. Seit fünf Generationen lebt die Familie von der Landwirtschaft. 1988 kam ein weiteres Standbein hinzu. Vater Werner Wecker machte sich mit einer Hausschlachtere selbstständig – und mit dieser Entscheidung wuchs die Kundschaft. Dann kam das Jahr 2012. Werner Wecker starb nach kurzer, schwerer Krankheit. „Das hat uns den Boden unter den Füßen weggezogen“, sagt Manuel Wecker. Er war damals 19 Jahre alt, Fleischergehilfe – und plötzlich verantwortlich für einen Betrieb.

Während andere in seinem Alter noch ihren Weg suchten, stand Wecker früh im Betrieb und gleichzeitig im Meisterkurs in Münster. „Damals war ich täglich 18, 19 Stunden auf den Beinen“, sagt er. „Das habe ich alles meinem Vater zuliebe gemacht.“ Er schaffte die Belastung und setzte bald eigene Akzente im Betrieb.

Die Idee, den eigenen Arbeitsalltag zu filmen, kam erst viele Jahre später. 2023 begann Wecker damit, regelmäßige Inhalte auf Instagram zu veröffentlichen. „Wir haben fünfzig verschiedene Wurstsorten im Angebot, die stellen wir alle selbst her“, sagt der 33-Jährige. „Unsere Produkte wachsen nicht auf Bäumen. Ich wollte den Leuten deshalb einen Blick hinter die Kulissen liefern.“

Einen festen Drehplan hat er dabei nicht. „Ich möchte authentisch bleiben und lege einfach los“, sagt er. Fast 600 Beiträge sind inzwischen entstanden. Mal schneidet er eine Hausmacher-Leberwurst an, mal erklärt er die Herstellung im Kutter, mal zeigt er den Alltag zwischen Reiferaum und Produktion.



Im ostwestfälischen Hövelhof ist die Familie Wecker zuhause. Hier produziert der Chef mit seinem Team 50 Wurstsorten.

Fotos: Daniel Elke (5), Bild von svstudioart auf Magnific (1)





Die Verkäuferinnen (von links) Ramona Hane, Liana van Üüm und Michelle Schmidt laden an der Theke auch zum Würfeln ein.



Dabei macht er auch vor unbequemen Themen nicht halt. „Ich zeige in den Videos auch, wie ein Rind ausgenommen wird“, sagt Wecker. Während andere Betriebe eher Distanz zur Produktion halten, sucht er die Nähe. Der Westfale sieht diese Darstellung nicht als Inszenierung. „Ich möchte Einblick geben in einen Prozess, der sonst verborgen bleibt“, sagt er.

So viral die Videos auch gehen – der Erfolg des Betriebs liegt an den Produkten. Besonders die Rostbratwurst der Landfleischerei hat sich zu einem regionalen Klassiker entwickelt. „Gerade an heißen Tagen ist der Parkplatz voll, die Autos stehen die ganze Zufahrtstraße entlang“, sagt Wecker. „Die Leute wollen sich fürs Grillen bei uns eindecken.“

Der Betrieb liegt am Rand der 17.000-Einwohner-Gemeinde Hövelhof. Trotzdem fahren manche Kunden bis zu 40 Kilometer, um sich im Hofladen mit Fleisch und Wurst einzudecken. Das Rezept des Verkaufsschlagers bleibt Betriebsgeheimnis. „Eine gute Bratwurst muss bissfest sein und auch ohne Senf oder Ketchup schmecken“, erklärt Wecker.

Die Nähe zum Ursprung ist auf dem Hof nicht nur eine Erzählung, sondern sichtbar gebaut. Im Strohstall stehen Limousin- und Charolais-Rinder, robuste Fleischrassen mit ruhigem Blick. Und auf dem Weg in den Hofladen bleiben Kinder oft stehen: Eine große Glasscheibe ermöglicht den Blick in den Schweinestall. Während die Erwachsenen einkaufen, sehen die Jüngsten, wo die Tiere leben, deren Fleisch später verarbeitet wird.

Der Betrieb hat sich personell stark verändert. Zu Zeiten von Werner Wecker war die Hausschlachtereier noch ein Zwei-Mann-Betrieb. Heute gibt es 15 Mitarbeiter. Hinter der Theke stehen an diesem Vormittag Ramona Hane, Liana van Üüm und Michelle Schmidt. »

Fotos: Daniel Elke

23



Die Rostbratwurst ist in der Region sehr beliebt. Bevor sie in den Verkauf geht, muss das Produkt noch ins Dampfbad.



3

MODULARES KOCHCENTER

Flexibel, effizient und Platz sparend



Mehr Umsatz auf kleinem Raum

Kühltisch mit 600 mm oder 700 mm Tiefe

- ◆ Touch-Screen Steuerung
- ◆ Hochwertiger Edelstahl AISI 304
- ◆ Individuell kombinierbar mit Grillplatte, Fritteuse, Kochfläche, Nudelkocher und Bain-Marie

Aktion: Beim Kauf eines Kühltisch Snack und mindestens 3 Auf Tischgeräten erhalten Sie das passende Zubehör GRATIS dazu!



KBS Gastrotechnik GmbH
Schoßbergstraße 26 | 65201 Wiesbaden
Tel. 0611 44787-150

www.kbs-gastrotechnik.de



57%

MEHR RUTSCHHEMMUNG

übertrifft den EN-Rutschhemmungsstandard

DUNLOP PUMPOFFET
FOODPRO+

DUNLOP
PROTECTION TECHNOLOGY



Gregor Greznik zieht die Wurstkette aus dem Dampfbad (oben), während sich sein Kollege Sebastian Kowol um die Fleischwürste kümmert. Die Rinder stammen vom eigenen Hof.



Ihr Umgang mit den Kunden ist persönlich, manchmal auch spielerisch. Ein Kunde kauft Schinken und Salami. Michelle Schmidt greift zum Würfelbecher: „Jetzt können Sie noch einmal ihr Glück versuchen.“ Ein Pasch bringt zehn Prozent Rabatt. Der Kunde würfelt – auf der Unterlage liegen eine Zwei und eine Fünf. „Beim nächsten Mal dann“, sagt er und lacht.

Den Würfelrabatt gibt es erst seit einigen Monaten. „Man muss sich auch für den Verkauf immer was Neues ausdenken“, sagt Wecker. Eine dieser Ideen ist die „Snacktime“ am Freitag. Dann wandern Brötchen mit Backschinken oder Pulled Pork über die Theke.

Das nötige Fleisch liefert das Team aus der Produktion. In der Wurstküche läuft Popmusik im Radio. Sebastian Kowol betritt den Raum und lässt eine Kette Rostbratwürste in das Dampfbad gleiten. „Die bleiben jetzt rund zwanzig Minuten im Kessel“, sagt der Geselle. Die Temperaturanzeige zeigt 80 Grad Celsius. Ein Signal ertönt, Kowol öffnet den Kessel, Dampf steigt auf. Routiniert holt er die Würste heraus und bringt sie in den Kühlraum.



Mittlerweile ist es 13 Uhr. „Gleich habe ich noch etwas im Büro zu tun“, sagt Wecker. Wenn sein Arbeitstag in der Metzgerei endet, legt er sich aber nicht auf die Couch. Er fährt oft noch hinaus auf die Felder. Dort wächst das Futter für die Tiere, die später wieder im Betrieb verarbeitet werden. „Andere treffen sich abends in der Kneipe, ich kann am besten abschalten, wenn ich auf meinem Trecker sitze“, sagt er.

Der 33-Jährige ist verheiratet. Seine Frau Vanessa unterstützt ihn bei der Büroarbeit. Gemeinsam hat das Paar drei Kinder. In den vergangenen Jahren lebte die Familie außerhalb, doch bald kehrt sie zurück nach Hövelhof. Der Bau des neuen Hauses auf dem Hof schreitet voran. Manuel Wecker spart sich dann den Weg zur Arbeit. „Dann bleibt mehr Zeit fürs Treckerfahren und für Social Media“, sagt er. „Und natürlich mehr Zeit für die Familie.“



Fotos: Daniel Elke (6), Bild von svstudioart auf Magnific (1)



hausschlachterei_wecker



BEREIT FÜR NEUE MASSSTÄBE

Unser Fibrox Kochmesser. Professionelle Schärfe. Easy-Grip Griff. Erhältlich in allen HACCP-Farben. Setzt neue Maßstäbe – für müheloses Schneiden.

Die erste Wahl für Profis: präzise, langlebig und komfortabel. Ergonomische, rutschfeste TPE-Griffe sorgen für sicheren Halt, während die in der Schweiz gefertigten Edelstahlklingen durch Schärfe und zuverlässige Schnithaltigkeit überzeugen – selbst unter anspruchsvollsten Bedingungen.



Die farbcodierten Griffe – etwa rot für Fleisch, grün für Gemüse – sorgen für klare Zuordnung, reduzieren Kreuzkontamination und erleichtern Organisation sowie schnelles Arbeiten.

FROM THE MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE™
ESTABLISHED 1884

Jetzt auch ohne Einlage!

100 % Geschmack, 0 % Kompromisse.

- ✓ Klare Bouillon ohne sichtbare Einlage
- ✓ Kräftiger Gemüsegeschmack
- ✓ Leicht löslich & schnell zubereitet

NEU



Genuss aus der westfälischen Küche



Die **gebratene Leberwurst** gehört zu den klassischen Spezialitäten aus der Region rund um Hövelhof. Anders als die streichfähige Variante wird sie nicht kalt aufs Brot gegeben, sondern in der Pfanne kräftig angebraten. Dabei bildet sich eine knusprige, leicht krosse Hülle, während das Innere weich bleibt und sein würziges Aroma entfaltet. „Das ist ein einfacher Genuss aus der westfälischen Küche“, sagt Fleischermeister Manuel Wecker.



Viele seiner Kunden haben die Spezialität längst fest in ihren Speiseplan aufgenommen. Sie steht für unkomplizierte Hausmannskost, die schnell zubereitet ist, aber dennoch satt und zufrieden macht. Gerade in der Alltagsküche hat sie deshalb ihren festen Platz gefunden.

Den besonderen Reiz sieht Wecker in genau dieser Schlichtheit. „Wer die gebratene Leberwurst mit Bratkartoffeln kombiniert, hat ein herzhaftes, leckeres Gericht auf dem Teller“, sagt er. Der Duft aus der Pfanne, die goldbraunen Kartoffeln dazu – mehr brauche es oft nicht.

Für ihn steht die Spezialität exemplarisch für das, was seinen Betrieb ausmacht: ehrliches Handwerk, regionale Verwurzelung und Produkte, die ohne Umwege in der Küche der Kunden landen. „Die gebratene Leberwurst drückt Bodenständigkeit aus“, betont Wecker.

Fotos: Daniel Elke

iHexagon® Höchste Speisenqualität in kürzester Zeit.

Der iHexagon ist das weltweit erste Kochsystem, das Dampf, Heißluft und Mikrowellenenergie intelligent über sechs Einschübe kombiniert. Damit ist er der Spezialist für beste Speisenqualität in kürzester Zeit. Auf ca. 1 m² können Sie mit dem iHexagon grillen, braten, schmoren, dämpfen, backen und in Rekordzeit Speisen aufwärmen.

RATIONAL



Speisenqualität.



Zeitersparnis.



Produktivität.



Flexibilität.



rational-online.com

Profis verlassen sich auf Henkelman

Lernen Sie unsere innovativen Vakuumiermaschinen kennen

Vakuumieren ist für jedes Unternehmen interessant, das kleine bis mittelgroße Food-Produkte verpacken möchte: Die umfangreiche Henkelman-Produktpalette an Ein- und Doppelkammer-Vakuumiermaschinen bietet eine Vielzahl von Verpackungslösungen. Unabhängig von der Branche, in der Sie tätig sind.



Marlin 50

Der Komfort eines Tischmodells mit der Kapazität eines Standmodells

- Plug-and-Play
- Pumpe läuft nur, wenn die Maschine in Betrieb ist
- Weniger Lärmbelastigung
- Pumpenkapazität: 40 m³/h
- Spannung: 230V-1-50Hz
- Sparen Sie bis zu 25 % Ihrer Energiekosten



Aura

Unser neuestes Tischmodell
Erzeugt mühelos perfekt
vakuumierte Produkte

- Das Henkelman Hi-Touch-Bedienfeld
- I-Vac: Intelligentes vakuumieren mit hochmoderner Software
- Elegantes Dutch Design



Polar 2-50



Henkelman
vacuum packaging

Topseller

Topseller

Topseller

Topseller

Topseller

Topseller

Erzberger

Regional, ehrlich, handwerklich

Wie Verpackung Werte sichtbar macht

Das Team von „Erzberger Verpackungssysteme“ unterstützt Metzgereien dabei, mit ihren Verpackungen beim Kunden zu punkten.

Die Verpackung ist Teil des Produkts – insbesondere auf der emotionalen, erlebbaren Ebene. Sie ist Teil des Genusses, den der Kunde aus dem Fleischerfachgeschäft mit nach Hause auf den Tisch, an den Grill oder in die Pfanne bringt. Und wieso? Weil man die Verpackung wahrnimmt, haptisch und optisch – weil man sie anfasst und betrachtet, noch während man die Leckereien herausnimmt. Deshalb ist die Serviceverpackung Teil der Kundenbindung und Werbeträger für die Botschaft des Metzgers an seine Kunden.

machen es möglich, nicht nur essbaren Inhalt, sondern auch Informationen zu transportieren – ob in Form des Firmenlogos, eines Leitsatzes, eines Qualitätsversprechens, aussagekräftigen Bildern oder einem freundlichen „Vielen Dank für Ihren Einkauf - Guten Appetit“, erklärt Inhaber Jens Kriegel. „Es gibt so vieles, worauf der Metzger für seine Kunden Wert legt, und was echtes Handwerk ausmacht: Herkunft, Regionalität, Geschmack und Vertrauen... Diese Werte können über die Verpackung kommuniziert werden. Denn das Fleischerhandwerk geht weit über das bloße Produzieren von Lebensmitteln hinaus, es lebt von Tradition, Erfahrung, Kompetenz und Transparenz – von echten Genießern für den echten Genuss – seit Generationen.“

„Unsere individualisierten Verpackungslösungen



Gern kümmern wir uns um individuelle Verpackungskonzepte vom Einwickelpapier, über den Faltenbeutel bis hin zur Tragetasche, die ein wahrer Werbebotschafter ist, wenn der Kunde sie durch die Stadt trägt.

Niklas Kriegel (links im Bild)



Fotos: Daniel Elke (6), Bild von Kuest auf Magnific (1)

Kommentar von Jens Kriegel:

Erzberger ist bereit für die neue EU-Verordnung PPWR

Ein paar Worte zum PPWR („Packaging and Packaging Waste Regulation“) – dem neuen EU-Rechtsrahmen, der die derzeitige Verpackungsrichtlinie ersetzt und ein einheitliches Regelwerk für alle Verpackungen in der Europäischen Union festlegt mit dem Ziel, Verpackungsabfälle zu reduzieren, Recyclingquoten zu verbessern, Transparenz zu erhöhen und sicherzustellen, dass Verpackungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette strenge Nachhaltigkeits- und Datenanforderungen erfüllen.

Es geht um die Umsetzung von Dokumentation, Kennzeichnung und Transparenz in Bezug auf Nachhaltigkeit und Recyclingfähigkeit.

Erzberger Verpackungen aus Papier, aus Monowerkstoffen (Cellpapierzuschnitte) oder unser leicht trennbares Frischpack (Papier + Folie) sind über die Abfalltrennsysteme entsorgbar und recyclingfähig. Sie können zur Energierückgewinnung genutzt und unter Verwendung von recycelten Rohstoffen reproduziert werden.



Wir von Erzberger passen unsere Produktions- und Kontrollprozesse kontinuierlich an, um den aktuellen und zukünftigen Anforderungen gerecht zu werden, so verwenden wir zum Beispiel standardmäßig fettdichte Papiere mit PFAS-free-Deklaration, Druckfarben auf Wasserbasis mit Lebensmitteldeklaration und prüfen unsere Produkte regelmäßig hinsichtlich unerwünschter Stoffe (Schwermetalle und Bisphenole) um sicherzustellen, dass unsere Verpackungen langfristig die Anforderungen unserer Kunden erfüllen und gleichzeitig den europäischen, gesetzlichen Vorgaben entsprechen.

Alle Produkte sind erhältlich bei Ihrem teilnehmenden Dagma-Fachgroßhändler.

Dein Genusshandwerk ehrlich verpackt ! Traditionell - innovativ - mit Respekt !

- Umweltfreundliche, biologisch abbau- und kompostierbare Einwickelpapiere für Lebensmittel
- Kraftpapiere mit / ohne Beschichtung
- Recyclingpapiere
- Wachspapiere
- Rollenpapiere
- Frischpack (Papier+Folie)
- Papierfaltenbeutel
- Sichtstreifenbeutel
- Snacktüten
- Papiertragetaschen
- Hemdchentrage-taschen aus Bio-Folie

Erhältlich beim
Großhändler
Ihres Vertrauens



Speicherstraße 1
08297 Zwönitz / Erzgebirge
Tel.: 03 72 96 - 93 28 93

E-Mail: info@erzberger-verpackungssysteme.de
www.erzberger-verpackungssysteme.de

erzberger
verpackungssysteme

Kalle Gruppe

Mehr als 160 Jahre Unternehmensgeschichte am Rhein



Tradition trifft Innovation: Die Kalle Group mit Sitz in Wiesbaden wurde im Jahre 1863 durch den Chemiker Dr. Wilhelm Kalle gegründet. Heute sorgen 1.500 Mitarbeitende an weltweit 14 Standorten für Perfektion im Wursthüllenmarkt.



Vom Pionierprodukt zum Weltstandard

Ein Meilenstein der Unternehmensgeschichte war die Einführung der „Nalo Wursthülle“ im Jahr 1929. Die nahtlose Cellulose-Hülle hat den Markt nachhaltig verändert und den bis dahin dominierenden Naturdarm um eine leistungsfähige Alternative ergänzt.

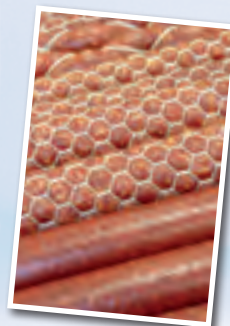
Dauerbrenner in Formen- und Farbvielfalt

Heute sind die Viskose-Hüllen von Kalle vor allem bei Herstellern traditioneller Wurstprodukte beliebt – aufgrund ihrer hohen Transparenz und guten Rauchdurchlässigkeit. Ob für geräucherte Roh-, Brüh- und Kochwürste oder Pökelwaren: Kalle bietet Cellulose-Hüllen in vielen Varianten an – als Kranz, als Blase oder in zylindrischer Form, als formstabile oder formgebende Hülle, dazu in vielen verschiedenen Farbnuancen.



Präzision für höchste Ansprüche

Der Kalle-Faserdarm hat sich als Standardhülle für schnittfeste Rohwurst etabliert. Wo exakte Kalibergenauigkeit und gleichbleibende Produktqualität gefragt sind, setzen Hersteller auf diese Technologie. Ein Beispiel: Ein Großteil der weltweit produzierten Pizza-Salami reift in Faserdärmen von Kalle. Im traditionsbewussten Handwerk hingegen liegen geschmackvolle Spezialitäten mit „NaloNet“-Wabennetz in den Auslagen.



Qualität sichtbar machen

In einem wettbewerbsintensiven Markt entscheidet nicht nur der Geschmack über den Erfolg eines Produkts. Verbraucher treffen Kaufentscheidungen innerhalb von Sekunden – und orientieren sich stark am äußeren Erscheinungsbild.

Die Frische-Serie von Nalo Top bietet insbesondere dem Fleischerhandwerk individuelle Gestaltungsmöglichkeiten. Auch die farbenfrohen Pumuckl-Motive als Lizenzprodukt sind ein Blickfang in jeder Theke.



Kalle Group | © Kautz/Johnson/Bagnall | www.pumuckl.de



Hochwertige, handvernähte Textilhüllen

Ursprünglich waren textile Wursthüllen aus Leinen eine Notlösung. Später wurden Textildärme aus Baumwolle oder Viskose genutzt, um Wurstwaren völlig individuell zu formen. Anlassbezogen zieren Weihnachtsmänner oder Osterhasen die Auslage. Bis heute ist Kalle weltweit einer der größten Anbieter.

Mehrwert durch Innovationkraft

Pfeffersalami in wenigen Produktionsschritten? Das ist möglich dank der „Value-Added“-Hüllen. Hierbei gehen Geschmackskomponenten oder Aromen direkt über die Hülle auf das Produkt über. Eine Innovation, die Produktsicherheit fördert und Kosten einspart.



Polymerhüllen mit herausragenden Produkteigenschaften

Dank jahrzehntelanger Kunststoff-Erfahrung lassen sich mit mehrschichtigen Hüllen hochleistungsfähige Produkte herstellen. Für Koch- und Reifeprozesse sind Polymerhüllen geeignet und verschlanken Prozesse in der Herstellung.

Zwei Hidden Champions

Schon gewusst, was Wursthüllen mit Schwammtüchern verbindet? Bei der Herstellung beider Produkte wird Viskose als nachhaltiger Rohstoff verarbeitet. Seit 1955 produziert Kalle daher auch wiederverwendbare Schwammtücher. Sie kommen weltweit in jedem vierten Haushalt zum Einsatz.



kallegroup.com

Alle Produkte sind erhältlich bei Ihrem teilnehmenden Dagma-Fachgroßhändler.

IHR LOGO. IHRE MARKE. IHR PRODUKT.



Für herzhaften Geschmack mit Wiedererkennungswert

- ✓ Individuelle Gestaltungsmöglichkeiten
- ✓ Abschnitte und Raupen erhältlich
- ✓ Mindestbestellmenge 2 x 1.000 Stück oder 2 x 600 m

AUCH GERAFFT
erhältlich!



kallegroup.com



Kalle
KALLE GROUP

Giesser

Tradition, Präzision und starke Partnerschaften

Eine 250 Jahre währende Unternehmensgeschichte – das gibt es nur selten. Die Johannes Giesser Messerfabrik im baden-württembergischen Winnenden steht seit 1776 für hochwertige Schneidwerkzeuge, handwerkliche Kompetenz und den Anspruch, Qualität immer wieder neu zu definieren.



Im Wandel der Zeit: Aus einer kleinen Messerschmiede entwickelte sich ein modernes Unternehmen, in dem High-Tech zum Einsatz kommt.

Was einst mit einer kleinen Messerschmiede von Johannes Giesser begann, hat sich über sechs Generationen hinweg zu einem international erfolgreichen Familienunternehmen entwickelt. Heute vertrauen Fleischer, Metzger, Gastronomen und Lebensmittelprofis auf der ganzen Welt auf die Qualität von Giesser-Messern. Dabei ist das Unternehmen seinen Wurzeln stets treu geblieben: der Verbindung von traditionellem Handwerk, innovativer Fertigung und einem tiefen Verständnis für die Anforderungen der Praxis.

Besonders im Fleischerhandwerk genießt der schwäbische Messer-Spezialist seit Jahrzehnten einen hervorragenden Ruf. Schärfe, Langlebigkeit und Ergonomie sind Eigenschaften, auf die sich Profis Tag für Tag verlassen. Dieser hohe Qualitätsanspruch ist

bis heute die Grundlage des Unternehmenserfolgs und prägt jede Produktentwicklung.

Ein wichtiger Teil dieser Erfolgsgeschichte sind die Menschen und Partner, die das Unternehmen über viele Jahre begleitet haben. Dazu zählt auch die langjährige Zusammenarbeit mit der Dagma. Beide Unternehmen verbindet nicht nur die Leidenschaft für hochwertige Produkte, sondern auch die enge Verbundenheit zum Fleischerhandwerk sowie das gemeinsame Ziel, Kunden mit praxisgerechten Lösungen und erstklassiger Qualität zu unterstützen.

„Unsere Messer sind solide, ehrliche und hochfunktionale Arbeitswerkzeuge für den täglichen Gebrauch.“

Hermann Giesser

Das 250-jährige Jubiläum ist für die Johannes Giesser Messerfabrik Anlass, mit Stolz auf die eigene Geschichte zurückzublicken. Gleichzeitig richtet sich der Blick nach vorn. Die Anforderungen der Branche verändern sich stetig, doch die Werte, die das Unterneh-



Messerklingen sind hier allgegenwärtig: Diese Rohlinge bilden die Grundlage für das fertige Produkt.

men seit 1776 prägen, bleiben bestehen: Qualität, Verlässlichkeit, Innovationskraft und die Leidenschaft für das perfekte Messer.

250 Jahre Giesser stehen damit nicht nur für eine außergewöhnliche Unternehmensgeschichte, sondern auch für Beständigkeit, Vertrauen und die enge Partnerschaft mit Kunden und Fachhändlern weltweit. Werte, die das Unternehmen seit einem Vierteljahrtausend erfolgreich begleiten – und auch in Zukunft den Weg weisen werden.

Alle Produkte sind erhältlich bei Ihrem teilnehmenden Dagma-Fachgroßhändler.



„Wir waren schon als kleine Buben oft in der Fertigungshalle. Messer haben uns immer und überall umgeben. Bei uns lautete der Spruch „Gabel, Schere, Licht sind für kleine Kinder nicht“ – Messer waren ausgenommen!“

Hermann Giesser, Geschäftsführer

GIESSER | Funky Pink

„FUNKY PINK“ – MESSER, DIE FARBE IN DEN ALLTAG BRINGEN!

Diese Messer sind nicht nur Hochleistungs-Werkzeuge, sie sind echte Hingucker. Sie sind Teil unserer PrimeLine-Serie, die für höchste Ergonomie und rutschfesten Halt bekannt ist. Funktionalität trifft hier auf ein stylisches Design – für Profis, die Wert auf Qualität und Optik legen.

Entdecken Sie unsere PrimeLine Funky Pink Messerserie unter www.giesser.de. Schauen Sie jetzt vorbei!



KBS Gastrotechnik

MEHR UMSATZ AUF KLEINEM RAUM

Flexibel, kompakt und sofort einsatzbereit: Mit dem modularen Kochcenter können Metzgereien ihren Kunden warme Speisen, Snacks und einfache Mittagsgerichte anbieten.

Viele Metzgereien stehen vor der gleichen Herausforderung: Der Verkaufsraum ist begrenzt, doch die Nachfrage nach warmen Speisen, Snacks und einfachen Mittagsgerichten nimmt zu. Gefragt sind also Lösungen, die sich problemlos in bestehende Abläufe einfügen – ohne aufwendige Umbauten oder hohe Investitionen.

Ein modular aufgebautes Kochcenter von KBS Gastrotechnik ist für Metzgereien eine Möglichkeit, ihre Angebotspalette sinnvoll zu erweitern und zusätzliche Umsätze zu generieren. Es verbindet Kühlung und Zubereitung auf engem Raum und schafft somit eine praktische Grundlage für ein erfolgreiches Außer-Haus-Geschäft im eigenen Betrieb.

Ein leistungsstarker Unterbaukühltisch dient als Basis für die gesamte Snackstation. In Verbindung mit mehreren Auf Tischgeräten entsteht eine kompakte Einheit, die auf kleinem Raum alle wichtigen

Arbeitsschritte vereint. Fritteuse, Grillplatte, Kochfeld oder Nudelkocher lassen sich je nach Bedarf auswählen und flexibel kombinieren. Ein großer Vorteil liegt in der unkomplizierten Umsetzung.

Das Kochcenter ist steckerfertig (230 V) vorbereitet und kann ohne umfangreiche Montage direkt eingesetzt werden. Durch die platzsparende Bauweise und die überschaubare Investition entsteht eine Lösung, die schnell wirtschaftlich eingesetzt werden kann und neue Zielgruppen anspricht.

Technisch ist die Lösung konsequent auf den Arbeitsalltag ausgerichtet. Der Kühltisch hält Temperaturen von minus zwei bis plus acht Grad Celsius zuverlässig ein und sorgt damit für sichere Lagerbedingungen frischer Zutaten. Eine Umluftkühlung gewährleistet gleichmäßige Temperaturen im gesamten Innenraum. Funktionen wie automatische Abtauung und energiesparende Verdunstung von Tauwasser erleichtern den Betrieb zusätzlich.

Flexibel und zukunftssicher

Robuste Materialien aus Edelstahl, leicht zu reinigende Flächen und eine übersichtliche Steuerung tragen dazu bei, dass Arbeitsabläufe einfach und hygienisch bleiben. Zudem sorgt der modulare Aufbau dafür, dass die Theke jederzeit erweitert werden kann.

So wächst die Anlage mit den Anforderungen des Betriebs. Selbst zusätzliche Lüftungs-lösungen sind problemlos integrierbar.

Hier finden Sie einen
Youtube-Film zum neuen
modularen Kochcenter:



1



2



3



4



5



6

1. Robustes Material: Hochwertiger Edelstahl sorgt für lange Haltbarkeit. 2. Intuitive Touch-Steuerung vereinfacht die Bedienung. 3. Einzelne Komponenten sind abnehmbar. Das erleichtert die Reinigung. 4. Ein gesicherter Schieber verhindert versehentliches Entleeren von Fritteuse und Nudelkocher. 5. Der Ablasshahn wird bei Fritteuse und Nudelkocher nur zum Auslassen eingeklickt und stört nicht im Betrieb. 6. Die Fettschublade der Grillplatte kann in der Spülmaschine gereinigt werden.

Alle Produkte sind erhältlich bei Ihrem teilnehmenden Dagma-Fachgroßhändler.



HOMANN

HAND DRAUF

DAS MAYO-VERSPRECHEN

Die Rezeptur bleibt gleich. Das Design ist neu.



- ✓ Design: **neu**
- ✓ Rezeptur: **unverändert**
- ✓ Geschmack: **unverändert**
- ✓ Verarbeitung: **unverändert**



Hand drauf

www.homann-foodservice.de

„Ohne uns wäre jede Metzgerei aufgeschmissen“



2025 ist Michelle Böhm Deutsche Meisterin im Fleischereifachverkauf geworden. Im Interview spricht sie über ihre Begeisterung für den Beruf.

Frau Böhm, merken Ihre Kunden an der Fleischtheke eigentlich, dass sie es mit der Deutschen Meisterin zu tun haben?

Michelle Böhm: Ja, mittlerweile schon. Es hat sich schnell rumgesprochen – vor allem durch einen Zeitungsartikel hatten viele Menschen in unserer Region davon erfahren. Das hat hier wirklich einen großen Effekt gehabt.

Ihr Weg in den Beruf war nicht ganz klassisch, oder?

Ja, tatsächlich nicht. Ich habe ursprünglich Sport- und Fitnesskauffrau gelernt. Durch Corona durfte dann aber nichts mehr stattfinden.

Ich wollte etwas Systemrelevantes machen, aber den Kontakt zu Menschen behalten – und bin so ins Handwerk gekommen.

Warum ausgerechnet die Fleischerei?

Der Einzelhandel allein hätte mir nicht gereicht. Ich wollte mehr machen, auch handwerklich arbeiten. In der Fleischerei habe ich genau diese Mischung gefunden – und das hat dann auch direkt gepasst.

Was macht den Reiz Ihres Berufs für Sie aus?

Ganz klar der Kontakt zu den Menschen. Aber eben auch das Handwerkliche. Viele denken, wir stehen nur vorne an der Theke und verkaufen. Dabei passiert im Hintergrund ganz viel. Das macht den Beruf auch so spannend.



Handwerk und Kreativität: Das Auge isst mit.



Wie wichtig ist Ihre Rolle im Betrieb?

Ich mache mittlerweile ziemlich viel: Vorbereitung, Grillwaren, Platten legen, Fleisch bearbeiten und schriftliche Dokumentationen in der Filiale. Zugespitzt gesagt: Ohne uns Fleischereifachverkäuferinnen und -verkäufer wäre jede Metzgerei aufgeschmissen.

Und dabei fehlt es in der Branche an Nachwuchs. Wie erleben Sie das?

Bei uns im Betrieb sind wir zum Glück gut aufgestellt. Aber man merkt es schon deutlich. Gelerntes Personal ist schwer zu finden, viele Betriebe stellen Quereinsteiger ein. In der Berufsschule sieht man auch, dass einfach weniger nachkommen.

Was würden Sie jungen Menschen sagen, um sie für den Beruf zu begeistern?

Dass sie keine Scheu haben sollen! Der Beruf ist viel vielfältiger, als man denkt, und macht wirklich Spaß.

Sie sind Deutsche Meisterin geworden – wie kam es dazu?

Ich habe meine Abschlussprüfung sehr gut bestanden und bin dann über die verschiedenen Ebenen direkt zur Deutschen Meisterschaft gekommen.

Wie läuft so ein Wettbewerb ab?

Man kann sich kaum vorbereiten. Es gibt Aufgaben, die man vorher nicht kennt, und man hat nur wenig Zeit, um sie umzusetzen. Da ist viel Improvisation gefragt.

Fotos: Böhm

Können Sie ein Beispiel nennen?

Wir mussten zum Beispiel eine Brunch-Platte gestalten – mit vorgegebenen Zutaten wie Schweinefilet und Hackfleisch. Ich habe daraus kleine Hackspieße und Minischnitzel gemacht und das Ganze kreativ angerichtet.

Und dann standen Sie am Ende ganz oben auf dem Siegereppchen. Was hat das mit Ihnen gemacht?

Sehr viel. Ehrlich gesagt bin ich ohne große Erwartungen hingefahren, deshalb war ich total überwältigt. Der Titel gibt einem unglaublich viel Selbstbewusstsein, auch im Arbeitsalltag.

Kurz danach kam dann Ihre Berufung in die Nationalmannschaft.

Ja, das war ein ganz besonderer Moment. Ich habe einen großen Umschlag aus dem Briefkasten gezogen. Darin war meine Berufung! Diesen Moment werde ich nie vergessen.

Wie geht es für Sie dort weiter?

Ich bin zunächst vor allem auf Messen und Veranstaltungen unterwegs, um den Beruf zu präsentieren und Nachwuchs zu gewinnen. Wettbewerbe stehen für mich aktuell eher nicht im Fokus.



Zur Person: Michelle Böhm (27) lebt im hessischen Gladenbach und arbeitet bei der Fleischerei Schorge. Im November 2025 wurde sie in Friedberg (Hessen) bei den „German Craft Skills“ zur Deutschen Meisterin im Fleischereifachverkauf gekürt. Im Anschluss wurde sie in die Nationalmannschaft des deutschen Fleischerhandwerks berufen.

Für mehr Effizienz in der Profiküche

Advertorial

Im hektischen Küchenalltag zählt jede Minute. Genau dafür wurden die Knorr Professional Gemüse Kraftbouillons entwickelt: Sie liefern intensiven Geschmack, sind schnell einsetzbar und sorgen für maximale Effizienz in der Profi-Küche.

Die **NEUE Knorr Professional Gemüse Kraftbouillon ohne Einlage** überzeugt überall dort, wo feine Texturen und klare Ergebnisse gefragt sind. Sie bietet kräftigen, ausgewogenen Gemüsegeschmack mit feiner Petersiliennote – ganz ohne sichtbare Kräuter- oder Gemüsestückchen. Ideal für glatte Saucen und Jus, klare Suppen, cremige Anwendungen, Dressings oder Marinaden. Dank ihrer streufähigen Konsistenz lässt sie sich individuell dosieren, schnell einsetzen und sicher kalkulieren. Zudem ist sie vegan, palmölfrei und aus natürlichen Zutaten hergestellt.

Wenn es um rustikale, authentische Gerichte mit Struktur geht, bleibt die klassische **Knorr Professional Gemüse Kraftbouillon** der bewährte Allrounder für jede Profi-Küche. Mit ihrem vollen Gemüsegeschmack, natürlicher Optik und sichtbaren Gemüsestücken eignet sie sich perfekt für Suppen, Fonds, Saucen oder Gemüse-

gerichte. Sofort löslich, ohne Aufkochen und ohne Würznester, spart sie wertvolle Zeit im Küchenalltag.

Ob zum Verfeinern von Suppen und Saucen, zum Aromatisieren von Pasta und Getreide oder für kreative vegane Gerichte: Knorr Professional macht jede Anwendung effizienter und geschmackvoller – kompromisslos effizient und voller Geschmack.



Weitere Infos unter unlvr.co/KnorrBouillons



SIKA
CLOUD

– für alle, die eine einfache Wahl haben wollen, wenn es um zertifizierte Sicherheit geht.

Zertifiziert nach
neuer Norm
EN ISO 20345:2022



SIKA
Created to work

60202 / CLOUD MICROFIBER BOA®

Sauerbraten per Post

Mit seinem Online-Shop erhält Pferdemetzger Franz Stamm Bestellungen aus ganz Deutschland. Zugleich betont er: Internethandel ist nicht für jeden Metzger geeignet.



Der Internethandel in Deutschland ist in den vergangenen Jahren rasant gewachsen. Insbesondere Corona wirkte dabei wie ein Turbo. Lock-downs und geschlossene Geschäfte trieben die Umsätze in die Höhe. In jener Zeit startete auch Franz Stamm seinen Online-Shop. Es brauchte nur einen Maus-

klick – und augenblicklich war das Einzugsgebiet seiner traditionsreichen Metzgerei um ein Vielfaches gewachsen.

In vierter Generation führt Franz Stamm die „Pferdemetzgerei Stamm“ in der Altstadt von Speyer. Veranstaltungen waren

für den 65-Jährigen immer ein wichtiges Geschäftsfeld. Doch als Bauernmärkte und Co. in der Pandemie nicht mehr stattfinden durften, suchte er nach neuen Wegen, seine Fleisch- und Wurstspezialitäten an die Kundschaft zu bringen.

Ein Bekannter, der sein Geld als Berater für Start-ups verdient, riet zum Schritt ins Netz: „Warum versucht Ihr es nicht mit Online-Handel?“, fragte er – und bot seine Unterstützung an. Es galt, einen Webshop zu programmieren und Fotos von den Produkten der Metzgerei zu machen. Auch die Google-Optimierung spielte eine große Rolle. „In dieser Zeit habe ich viel gelernt“, blickt Franz Stamm zurück.

Für den Metzgermeister aus Speyer hat sich der Aufbau seines eigenen Online-Shops gelohnt. Bestellungen erhält er mittlerweile aus ganz Deutschland. „Ich habe mir im Netz einen guten Kundenstamm aufgebaut. Viele, die einmal bei mir bestellt haben, sind zu Stammkäufern geworden“, sagt Franz Stamm.

Fotos von rawpixel.com und mirsiaphol auf Magnific

Dennoch sieht er den Internet-Handel nicht als Allheilmittel für seine Branche. „Bei uns funktioniert das nur so gut, weil unser Pferdefleisch gewissermaßen ein Alleinstellungsmerkmal ist“, sagt Franz Stamm. „Es gibt ja nicht mehr viele Betriebe in Deutschland, die sich auf Pferde spezialisiert haben.“

Franz Stamm legt Wert auf Qualität. Und auf Regionalität. Selbstverständlich schlachtet er selbst. Jede Woche fährt er rund 1000 Kilometer, um seine Pferde abzuholen. „Was wir bieten, ist richtiges Handwerk“, sagt er. „Das kommt gut an bei den Kunden.“

Die größte Herausforderung beim Online-Handel sei der Versand der Waren. Franz Stamm verwendet mit Kühl-Pads ausgestattete Spezialkartons. Trotzdem muss der Metzgermeister aus Rheinland-Pfalz an heißen Sommertagen eine Versand-Pause einlegen. „Fleisch zu verschicken, ist nun mal anspruchsvoller, als ein Paket mit Schuhen in die Post zu geben“, sagt Franz Stamm. „Aber in den allermeisten Fällen klappt alles reibungslos.“

Foto von Magnific

Doch auch Franz Stamm musste anfangs Lehrgeld bezahlen. Manche Kunden behaupteten, sie hätten verdorbene Ware erhalten, weil die Lieferung zu lange gedauert habe. Andere gaben an, sie hätten ihr Paket nie erhalten. Der Blick auf die Sendungsverfolgung habe

erkennen lassen, dass die Kunden sich nur davor drücken wollten, die Rechnung zu bezahlen. „Schmarotzer gibt es immer“, sagt Franz Stamm. „Zum Glück sind sie die absolute Ausnahme und nicht die Regel.“

Auf sein Ladengeschäft zu verzichten und nur noch im Netz aktiv zu sein, kam für Franz Stamm jedoch nicht infrage. „Unser Einzugsgebiet beträgt etwa 50 Kilometer“, sagt er, „wer zu uns in die Metzgerei kommt, legt Wert auf ein persönliches Gespräch. Für die Kunden ist das ein Erlebnis, das sie nicht missen möchten – und das bekommen sie im Netz nicht geboten.“

Ende des Jahres wird Franz Stamm aber zum letzten Mal seine Pakete mit Sauerbraten, Gulasch und Rouladen zur Post bringen. Dann geht der Metzgermeister in den Ruhestand und verlagert seinen Lebensmittelpunkt an die Ostseeküste. Im Schaufenster seiner Metzgerei in Speyer wird dann ein „Geschlossen“-Schild hängen, den Online-Shop nimmt er per Mausklick vom Netz. „Ich blicke zurück auf ein erfülltes Berufsleben, es gab Höhen und Tiefen, aber ich war immer mit Herzblut dabei. Und weil wir immer mit der Zeit gegangen sind, konnten wir in dieser Branche so lange bestehen.“



www.pferdemetzgerei-stamm.de

Advertorial

SMARTES FILTERMANAGEMENT FÜR DIE GASTRONOMIE

„iQ Technologie“ von BRITA zeigt wichtige Daten auf einen Blick.

Damit ein Kombidämpfer läuft, wie er laufen soll, muss er vor Ablagerungen und Korrosion geschützt werden. Professionelle Wasserfilter wie die der „PURITY“-Serie von BRITA erledigen diese Aufgabe mit Bravour. Feine Düsen werden geschützt und funktionieren zuverlässig. Doch wann ist der richtige Zeitpunkt für einen Filterwechsel? Oder ist er schon verpasst? Welcher Mitarbeiter hat das im Blick?

Entlastung bei der Filterüberwachung verspricht die „iQ Technologie“ von BRITA. Die smarte Lösung ermöglicht ein einfaches und intuitives Monitoring nahezu aller Professional-Filter des Herstellers. Sie besteht aus dem cloudbasierten „iQ Portal“, dem intelligenten Filterkopf „PURITY C iQ“ sowie dem Durchfluss-Sensor „iQ Meter“. Letztere senden die wichtigsten Daten zu Wasserqualität und Nutzung der installierten Filter an das „iQ Portal“ – für eine bessere Planbarkeit von Wartungsterminen und Filterwechseln. Der „iQ Meter“ verbindet dabei erstmals auch die „PURITY“-Großsysteme mit der „iQ Technologie“ – eine Nachrüstung schon installierter Filter ist möglich.

www.brita.de



Mit der „iQ Technologie“ möchte BRITA der Gastronomie neue Chancen eröffnen: Das digitale Filtermanagement kann den Service entlasten und die Betriebsabläufe verbessern.

CONTITAL®
ALUMINIUMBEHÄLTER

100 % recycelbar
Heißsiegelfähig
Vielseitige Anwendung



„Wir sind der Hingucker bei jedem Volksfest“

Mit seiner „Ochsenbraterei“ steuert Karl Mader aus Waldstetten pro Saison viele Veranstaltungen an. Wenn sein XXL-Grill im Einsatz ist, bekommen die Gäste sofort Appetit. Er sagt: „Die Leute lieben die Show.“



Metzgermeister Karl Mader: „Qualität aus Tradition“, lautet sein Firmenmotto.

Die „Ochsenbraterei“ von Karl Mader ist ein Hingucker auf jedem Volksfest. Seit 35 Jahren ist der Metzgermeister aus dem bayrischen Waldstetten mit seinem XXL-Grill unterwegs. „Die Leute lieben die Show“, sagt der 55-Jährige, „wenn der Ochse am Spieß hängt und sich dreht, bleiben sie alle stehen, gucken zu – und machen große Augen.“

1991 war es, als Karl Maders Vater, ebenfalls Metzgermeister, in der Zeitung eine Annonce entdeckte: „Ochsengrill, ein Jahr alt, abzugeben“, las er. Sein Interesse war geweckt – und zusammen mit seinem Sohn, einem befreundeten Viehhändler und einem Koch erwarb er das Gerät. „Das war damals eine

gute Gruppe“, blickt Karl Mader zurück. „Mein Vater und ich hatten das Metzger-Know-how, der Händler brachte die Ochsen ran, und der Koch war unser Mann für die Zubereitung von Beilagen und Saucen. Außerdem konnten wir die Anschaffungskosten unter uns aufteilen.“

Seinen ersten Standort fand das Unternehmer-Quartett damals auf dem Parkplatz eines großen Möbelhauses in Ulm. „Für uns war das eine super Bühne“, erzählt Karl Mader. „Früher gab es ja noch den ‚Langen Samstag‘ – da waren wir mit unserem Ochsengrill ein Besuchermagnet. Die Leute kamen in Scharen, von Anfang an lief das



Einen ganzen Ochsen zu grillen, erfordert einige Erfahrung.

Geschäft gut.“ Werbung musste Mader nie machen. Der knusprig-krosse Ochse, der sich langsam am Spieß dreht, war Werbemittel genug.

Inzwischen ist Karl Mader allein für die „Ochsenbraterei“ verantwortlich. Er hat seinen Fuhrpark um einen zweiten Ochsengrill-Wagen erweitert und ist mit seinen Mitarbeitern von April bis Oktober Dutzende Male im Einsatz. Ob Stadtfest, Kirchweihe,

Fotos: Karl Mader

Firmenjubiläum, Ritterfest, Weihnachtsfeier oder runder Geburtstag – bei Karl Mader werden die Leute satt. Je nach Größe der Veranstaltung kann er zwischen 400 und 1.200 Portionen zubereiten.

Am Grill hantiert Karl Mader natürlich nicht allein. Um dieses Pensum zu meistern, braucht er an jedem Wochenende mehrere Helfer. „Wenn das erste Team nachts zurückkommt, steht schon der Ochse für den nächsten Tag bereit. Team zwei startet dann früh am nächsten Morgen wieder durch.“

Einen ganzen Ochsen am Stück zu grillen, ist schon eine Herausforderung. Das schwere Tier auf den Spieß zu bekommen, erfordert die Kraft von zwei Leuten. Und um den Ochsen in den Wagen zu hieven, benötigt das Team einen Flaschenzug.

„Wenn wir dann vor Ort angekommen sind, brauchen wir rund sechs Stunden Vorlauf,

bis die Gäste etwas zu Essen bekommen“, sagt Karl Mader. Um ihnen mittags einen lecker gegrillten Ochsen servieren zu können, steigt er mit seinem Team also meist schon gegen vier Uhr morgens in den Truck. „Das sind für uns dann zwar lange Tage“, sagt er, „aber ich mache das mit Herz und Seele. Für mich ist die ‚Ochsenbraterei‘ nicht nur Beruf – sondern Berufung.“

Als Metzger klar im Vorteil: Die Arbeit am Drehspieß ist nichts für Laien.



Frank Hoffmann Konserven GmbH Köln

Partner für Qualitätskonserven

Als Import- und Lebensmittelagentur **vor fast 60 Jahren gegründet**, startete Frank Hoffmann im Jahr 1973 eine eigene Fabrik für Spargelkonserven in der nordspanischen Region Navarra. Begünstigt von der Produktion im Nicht-EWG-Land Spanien, war dies der erste große Erfolg, qualitativ hochwertige Spargelkonserven nach Deutschland zu liefern.

1981 folgte die Gründung der Frank Hoffmann Konserven GmbH, die neben der Agentur Hoffmann KG ab sofort die Im- und Exporte tätigte. Parallel dazu wurde in jener Zeit mit dem bundesweiten Exklusiv-Vertrieb einer niederländischen Champignonkonserven-Fabrik ein bis heute sehr wichtiges

Geschäftsfeld besetzt. Frank Hoffmann Konserven bedient praktisch alle verarbeiteten Champignons, egal ob in Industrieverpackung, Plastikeimern, Poly-Bags, Alu-Beuteln, Dosen oder Gläsern. Champignonkonserven sind auch nach Jahrzehnten stark nachgefragt und insbesondere im Convenience-Bereich nicht wegzudenken.

Die **stetige Erweiterung des Sortiments** in allen Bereichen führte zur Bildung eines weiteren Kernbereichs: Tomatenkonserven. Auch hier sind alle Verarbeitungsvariationen vom Kleingebinde bis zur Fassware verfügbar.

Bio-Produkte durften in dieser Entwicklung natürlich auch nicht fehlen. Um die stetigen Anforderungen eines zeitgemäßen Qualitätsmanagements zu erfüllen, sind die Produkte der Frank Hoffmann Konserven GmbH seit 2014 kontinuierlich **IFS-** und seit 2018 auch **BIO-zertifiziert**.



www.victor-konserven.com

Advertorial

WP Riehle

Durchlauffritteuse DLA 300 SC-1

Benefits:

- 40% kürzere Frittierzeit
- Bekömmlichere Produkte durch reduzierte Fettaufnahme
- Gleichmäßiges und knuspriges Frittierergebnis
- Stufenlose Durchlaufgeschwindigkeit
- Leichte Reinigung

Hardfacts:

- 50l-Durchlauffritteuse mit 40cm Einlaufband
- Glasdisplaysteuerung mit 7 speicherbaren Programmen
- Getaktete Aufheizung für längere Fettstandzeit
- Digitale Heizungssteuerung für konstante Temperatur
- Fahrbares Untergestell
- Optional: Produktablage



WP Lebensmitteltechnik RIEHLE GmbH | www.wp-riehle.de | info@riehle.de | Tel.: +49 7363 95390-0

Der unangefochtene König der schnellen Küche

Der Burger macht die Hände schmutzig, die Waage nervös und Millionen Menschen glücklich. Vom Imbissklassiker zur Gourmet-Spezialität hat er eine beeindruckende Karriere hingelegt. Hier präsentieren wir ein paar Fakten zum Reinbeißen.



Die genaue Entstehung des Wortes „Hamburger“ ist nicht überliefert. Eine Theorie besagt, der Name gehe auf deutsche Auswanderer zurück, die das „Hamburg Steak“ im 19. Jahrhundert in die USA brachten. Die moderne Variante im Brötchen gilt jedoch als amerikanische Erfindung. Historiker diskutieren bis heute, wer den ersten echten Burger serviert hat.



WELTREKORD

Der größte Hamburger der Welt ist 2017 in Niederbayern entstanden: Initiator Rudi Dietl und sein Team brachten es fertig, einen **1.164,2 Kilogramm** schweren Burger zu braten. 3.500 Besucher kamen an jenem Tag nach Pilsting (Landkreis Dingolfing-Landau), um den Brocken zu verspeisen.

„Big Mac“-Rekordjäger – Der US-Amerikaner Donald Gorske gilt als wohl treuester Burger-Fan der Welt. Seit den 1970er-Jahren hat er bei „Mc Donald's“ mehr als **35.000 Big Macs** gegessen – und zählt bis heute gewissenhaft mit. Im März 2025 hat er es mit seiner Leidenschaft ins Guinness-Buch geschafft.



5.000 Euro kostet laut Guinness Buch der teuerste Burger der Welt. Serviert wird er im Restaurant „De Daltons“ im niederländischen Voorthuizen. Hergestellt wird der „Golden Boy“ mit Wagyu-Beef, Kaviar, Trüffel und Königskrabbe. Der Brötchenteig wird mit Champagner verfeinert und mit Blattgold überzogen.



Fotos: freepik auf Magnific (2), juicy_fish auf Magnific, rawpixel auf Magnific, stokking auf Magnific, storyset auf Magnific

Unox Professionelle Kombi-Dämpfer für die Metzgerei.

Perfektion in jeder Zubereitung

Maximale Vielseitigkeit für höchste Ansprüche! Unsere hochmodernen Kombi-Dämpfer bringen Ihre Küche auf das nächste Level. Egal ob Rösten, Braten, Schmoren, Grillen, Frittieren, Räuchern oder Dämpfen – mit unserer innovativen Technologie gelingt jede Zubereitung perfekt. Unschlagbare Leistung & Effizienz. Perfektes Aroma & ideale Textur. Entwickelt für Profis – optimiert für Ihre Gäste. Jetzt entdecken und Ihre Küche revolutionieren!



Inspiration, Innovation und wertvoller Austausch

Die Teilnehmer der „Dagama Aktivtage 2026“ waren zu Gast bei Arcoplast und Heifo. Bei den Unternehmensbesuchen bekamen sie praxisnahe Einblicke und führten interessante Gespräche.

Erfolgreiche Unternehmen kennenlernen, Ideen austauschen und Impulse für den eigenen Betrieb mitnehmen: Ende Juni waren die Teilnehmer der „Dagama Aktivtage 2026“ zwei Tage lang unterwegs in Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen.



Besuch bei Arcoplast in Vreden.

Zunächst ging es zur Arcoplast Service GmbH in Vreden. Arcoplast zählt zu den führenden Spezialisten für hochwertige Kunststofflösungen im Lebensmittelbereich und entwickelt seit drei Jahrzehnten innovative Produkte für Metzgereien, Fleischereien und die Lebensmittelindustrie. Bei der Betriebsbesichtigung erhielten die Teilnehmer spannende Einblicke in die Herstellung und das umfangreiche Sortiment – von Schneidunterlagen und Arbeitsplatten bis hin zu Hygienelösungen und individuellen Kunststoffanfertigungen.

Im Fokus stand dabei der praxisnahe Austausch über die vielseitigen Einsatzmöglichkeiten der Produkte. Dabei wurde deutlich: Moderne Kunststofflösungen leisten einen wichtigen Beitrag zu Hygiene, Arbeitssicherheit und effizienten Arbeitsabläufen in Metzgereien. Gleichzeitig zeigte sich, wie individuelle Lösungen dazu beitragen, Produktionsprozesse zu optimieren und den hohen Anforderungen an Lebensmittelsicherheit gerecht zu werden.

Am zweiten Tag reisten die Teilnehmer weiter nach Niedersachsen. Auf dem Programm stand ein Besuch des Dagama-Partners HEIFO. Das Unternehmen aus Osnabrück ist seit Jahrzehnten ein kompetenter Partner für das Fleischerhandwerk und bietet ein breites Sortiment an Gewürzen, Würzungen, Marinaden, Zusatzstoffen sowie modernen Lösungen für die Lebensmittelproduktion. Während des Besuchs erfuhren die Teilnehmer mehr über die Entwicklung neuer Produkte, die Qualitätssicherung und die enge Zusammenarbeit mit handwerklichen Fleischereien.



Blicke hinter die Kulissen von HEIFO.

Anschließend gab es einen Workshop zur Mitarbeiterbindung in Unternehmen. Das Thema stieß auf großes Interesse, denn gerade in Zeiten des Fachkräftemangels sind motivierte und qualifizierte Mitarbeitende einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren für Metzgereibetriebe. Gemeinsam wurden praxisnahe Ansätze diskutiert, wie Unternehmen ihre Mitarbeitenden langfristig binden, als attraktive Arbeitgeber auftreten und ein positives Betriebsklima schaffen können.

„Die ‚Dagama Aktivtage‘ zeigen, wie wertvoll der Austausch innerhalb der Branche ist“, sagte Dagama-Vorstandsmitglied Oguz Dokuzlar. „Innovative Lieferanten, praxisorientierte Workshops und der offene Dialog unter Kolleginnen und Kollegen lieferten erneut wichtige Anregungen für die Zukunft des Fleischerhandwerks.“



Kühl- / Tiefkühlschränke



Getränke-Theken



Kühl- / Tiefkühltische



Abfallkühler



Schnellkühler / Schockfroster

Made in Germany

coolcompact

Cool Compact Kühlgeräte GmbH
Telefon 0 74 76 / 94 56 0

coolcompact.de



Der digitale Euro Finanzielle Souveränität?

Mit Karte oder Handy zu bezahlen gehört mittlerweile fest zu unserem Alltag. Möglich machen das oft Visa, Mastercard und PayPal – allesamt US-amerikanische Unternehmen. Echte europäische Alternativen gibt es bisher keine.

Der digitale Euro hat das Potenzial, vieles besser zu machen. Diese kritische Infrastruktur soll durch den digitalen Euro wieder unter europäische Kontrolle gebracht werden. Er soll die Unabhängigkeit der EU auch von neuen Finanzakteuren wie Big-Tech-Konzernen stärken (Hier sind z.B. eigene digitale Währungen von Amazon oder Google gemeint). Es geht um nichts weniger als die Fragen, was Geld in Zukunft sein wird – und wer es kontrolliert.

Der digitale Euro soll bis 2028 fertig vorbereitet werden. Doch um wirklich erfolgreich zu sein, sollte er im Interesse der Bürger gestaltet werden. Bargeld wird direkt von der Europäischen Zentralbank (EZB) ausgegeben und durch sie garantiert. Bargeld ist damit ungleich sicherer als Geschäftsbankengeld, aber leider nicht digital verfügbar. Der digitale Euro soll das ändern und Bürger über eine digitale Geldbörse Zugang zu digitalem Zentralbankgeld geben, das unabhängig von Geschäftsbanken und anderen privaten Interessen für digitale Zahlungen genutzt werden kann.

Bargeld ist anonym, sicher und unabhängig – diese Vorteile dürfen nicht verloren gehen.

Bargeld ist in der EU ein gesetzlich anerkanntes Zahlungsmittel, was in der Praxis jedoch immer seltener akzeptiert wird – jedes zehnte Unternehmen nimmt es nicht mehr an. Trotz sinkender Nachfrage muss der Zugang zu Bargeld erhalten bleiben.

Es ermöglicht sicheres, anonymes Bezahlen, ohne private Interessen. Zentralbanken und Regierungen müssen klare Regeln schaffen, um Bargeld zu schützen und es ins digitale Zeitalter zu integrieren.

Für den digitalen Euro ist eine gesetzliche Annahmepflicht geplant. Diese Annahmepflicht sollte dringend auch für Bargeld eingeführt werden.

Der digitale Euro muss die Privatsphäre schützen und sollte genau wie Bargeld anonyme Zahlungen ermöglichen. Gleichzeitig müssen Regeln gegen Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung eingehalten werden.

Vollständige Anonymität wird es nach heutigem Stand nicht geben. Allerdings soll eine Offline-Variante einen Datenschutz bieten, der ähnlich hoch wie bei Bargeld ist und auch gegenüber der EZB gilt. In diesem Kontext betont die EZB wiederholt, dass sie darüber hinaus keinerlei Interesse an einer Nutzung der Nutzerdaten hat.

Eine europäische Alternative ist WERO. Wero ist ein europäisches Echtzeit-Bezahlverfahren der European Payment Initiative (EPI), mit dem Sie Geld in Sekundenschnelle direkt von Konto zu Konto senden und empfangen können – ohne Zwischenschritte und weitere Drittanbieter.

Quellen: www.finanzwende.de, www.wero-wallet.eu

Wie immer gilt:
Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Ihren Steuerberater.

Steuerkanzlei Schumacher
Blumentalstr. 141, 47798 Krefeld
Tel. +49 2151 6466-0, Fax +49 2151 6466-40

Foto: sdecoret - stock.adobe.com

Cryovac® Schrumpfbeutel: Weniger Material. Mehr Leistung. Maximaler Schutz.

Entwickelt für Hochgeschwindigkeitslinien, senken Sie den Kunststoffverbrauch im Vergleich zum Thermoformen – bei gleichzeitig zuverlässigem Schutz Ihrer Produkte entlang der gesamten Wertschöpfungskette.



Interesse? Direkt zum Expertenteam

sealedair.com/de

CRYOVAC®

Hygiene, die Vertrauen schafft und Effizienz, die sich rechnet.



Sichern Sie höchste Hygienestandards und reibungslose Abläufe in Ihrem Betrieb – zuverlässig, wirtschaftlich und jederzeit einsatzbereit.

Tork exelCLEAN® Extra-Starke Reinigungstücher • W4



- Reißfeste, saugfähige Mehrzwecktücher
- Praktische Einzeltuchentnahme
- Vliesstoff, blau
- 4 Packungen à 105 Tücher pro VE

Art.Nr. 530279

Tork Langlebige Reinigungstücher • W4



- Langlebige, saugfähige Reinigungstücher
- Mehrfach wiederverwendbar, fusselfarm
- Praktische Einzeltuchentnahme
- Vliesstoff, weiß, 100 % biobasiert
- 4 Packungen à 90 Tücher pro VE

Art.Nr. 90479



Tork Küchen-Reinigungstücher • W4



- Dickes Tuch auf Baumwollbasis
- Weich und besonders saugfähig
- Hitzebeständig, 100 % biobasiert
- Vliesstoff, weiß
- 4 Packungen à 75 Tücher pro VE

Art.Nr. 473179



Für Ihren Theken- und Imbissbereich bieten Tork Xpressnap Servietten eine smarte, hygienische Spenderlösung, die Verbrauch reduziert und gleichzeitig Ihren professionellen Auftritt stärkt.

Tork Xpressnap® Thekenspender • N4



- Einzelausgabe der Servietten verbessert die Hygiene und reduziert den Verbrauch gleichzeitig um bis zu 43 % gegenüber herkömmlichen Spenderservietten
- Signature Designlinie, Kunststoff, schwarz
- Spendermaß in mm: H 145 x B 191 x T 307

Art.Nr. 272511

Tork Xpressnap® Extra-Weiche Spenderservietten • N4



- Premium Qualität, 2-lagig, weiß
- Mit attraktiver Lorbeerblattprägung
- 8 Polybeutel x 5 Bündel x 200 Tücher pro VE

Art.Nr. 15850



Tork Xpressnap® Spenderservietten • N4



- Universal Qualität, 1-lagig, weiß
- 8 Polybeutel x 5 Bündel x 225 Tücher pro VE

Art.Nr. 10840

TORK®

Think ahead.

SICHERHEIT ON TOP!

**STOPPT UNTER 5 MS! DIE NEUE OPS-BANDSÄGE:
BEDIENERSICHERHEIT LIEGT UNS AM HERZEN.**

WWW.KOLBE-FOODTEC.COM/OPS



Paul KOLBE GmbH
Gewerbestraße 5
89275 Elchingen

www.kolbe-foodtec.com

 **KOLBE**
FOODTEC