

FM

FLEISCH

FLEISCH | WURST | VEGGIE | FEINKOST

MARKETING

ORIGINAL WELSH LAMB g.g.A.
walyssa®

GESCHÜTZTE GEOGRAFISCHE ANBEZEICHNUNG

WELSH LAMB
THE RED DRAGON

Lammfleisch aus Wales –
Im Einklang mit der Natur

R&S

www.rs-europa.com

JETZT
Angebot
anfordern!

12 Bio-Fleisch:
Warum die Bauern sauer sind

22 Spargel & Schinken:
Delikates(s) Duo

26 Mehrweg:
Mehr als eine Option

FM

FLEISCH

FLEISCH | WURST | VEGGIE | FEINKOST

MARKETING

JETZT IM MINI ABO!

3 Ausgaben für 13 €

Das Mini-Abo endet nach Erhalt der 3. Ausgabe automatisch.

089/37060-271
abo@blmedien.de
www.blmedien.de/fm/miniabo
Bestellname: Mini-Abo

Es besteht ein 14-tägiges Widerrufsrecht.

Foto: Lubovchijurko - stock.adobe.com

SONNTAGS: RUHE?



Michael Teodorescu
Chefredakteur

Am siebten Tag soll Gott ja geruht haben. Ein guter Grund natürlich, dass wir alle das auch tun. Das gilt selbstverständlich auch für Mitarbeiter im Einzelhandel. Wenn es denn Mitarbeiter gibt. Denn nun ist es was passiert, was in das altertümliche Weltbild der Kirche und der kirchenergebenen Politiker nicht rein passt: es gibt Märkte, die ohne Mitarbeiter auskommen. Aber weil Menschen, die mit der Kirche zu tun haben, nicht gerade die modernsten und flexibelsten sind, sagen sie: auch diese Geschäfte müssen zu bleiben, weil... Gründe.

So geschehen ist es in Fulda (ja, in Hessen, nicht in Bayern): die autonomen tegut... teo-Geschäfte mussten sonntags schließen. Der Hessische Verwaltungsgerichtshof gab der Stadt recht – weil die Sonntagsruhe gestört werde.

Der Trend ist jedoch unaufhaltsam: ob teo, Rewe ready, v-mini oder Tante Enso, die 24/7-Ladenkonzepte sind auf dem Vormarsch, in City wie auch in ländlichen Lagen. Die moderne Arbeitswelt macht es notwendig. Auch der Mitarbeitermangel im Handel macht solche Konzepte unabdingbar.

Eine Umfrage des Instituts für Demoskopie Allensbach (IfD) im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. zeigt: Bei den befragten 16-29-Jährigen möchte über die Hälfte (56 %) künftig öfter an Selbstbedienungskassen im Supermarkt einkaufen und knapp ein Drittel der 16-29-Jährigen (30 %) kann sich vorstellen, Supermärkte ohne Kassen vermehrt zu nutzen.

Die Technik dafür ist vorhanden: elektronische Zutrittskontrolle, Self-Checkout-Kassen, smarte Waagen, AI-basierte Video- und Audioanalyse etc. Ein paar Entwicklungen stellen wir auch in dieser Ausgabe vor – und werden es immer wieder tun, um dem Einzelhandel die Berührungsängste damit zu nehmen. Und um auf politischer Ebene für mehr Offenheit dafür zu sorgen.

Fairerweise sei erwähnt, dass die Fraktionen von CDU und SPD in Hessen noch im Mai einen Gesetzentwurf vorlegen wollen, der die Öffnung von automatisierten Mini-Supermärkten an Sonntagen regelt. Übrigens steht ein ähnliches, sinnbefreites, kircheninitiiertes Gesetz auf der Kippe, nämlich das Tanzverbot an kirchlichen Feiertagen.

Vielleicht ist es an der Zeit, sich einer 2.000 Jahre alten Institution, die ihre Relevanz verloren hat, nicht mehr zu unterwerfen, und sich den modernen Zeiten anzupassen.

Warum wir nicht gendern

Als eine sehr diverse Redaktion lehnen wir Benachteiligung aufgrund von Sexismus, Homophobie usw. strikt ab. Dennoch haben wir uns bewusst gegen das Gendern in unseren Texten entschieden. Wörter wie Kund/innen, Verbraucher*innen, Besucher_innen, Mitarbeiter:innen und die Formulierung Leser und Leserinnen behindern in erster Linie den Lesefluss, verlängern den Text unnötig und lenken von den Inhalten ab. Dazu kommt, dass die Zeichen den Unterschied zwischen den Geschlechtern eher betonen, als ihn – im Sinne einer Gleichberechtigung – auszugleichen. Darüber hinaus sollen die Zeichen angeblich nonbinäre Geschlechtsidentitäten einbeziehen; sie bewirken jedoch genau das Gegenteil, nämlich die Zweigeschlechtlichkeit hervorzuheben und die Geschlechter (optisch) zu trennen. Übrigens vertritt nur der Genderstern * das „dritte Geschlecht“. Und: Der weibliche Part rückt dadurch an zweite bzw. dritte Stelle – das ist sexistisch. Begriffe wie „Studierende“ sind annehmbar, aber nun mal nicht auf alle Personenbezeichnungen übertragbar. Da dieses substantivierte Partizip Präsens Handlungen beschreibt, die im angesprochenen Moment passieren, ist diese Lösung auch noch grammatikalisch falsch. Sobald eine tatsächlich diverse und inkludierende Schreibweise gefunden wird, nutzen wir diese gerne. Wir hoffen auf Ihr Verständnis für unseren Umgang damit, freuen uns aber über Ihre Rückmeldung dazu unter muc@blmedien.de.



12



20

16



Aktuelles

- 06 **Branchenblick**
- 09 **Bewerben Sie sich: Beste Fleischtheke**
- 10 **Walysa im Fokus**
- 11 **60 Jahre Kaufland Fleischwaren**

Bio-Fleisch

- 12 **Landwirtschaft:**
Warum die Bauern sauer sind

Fleischarten

- 16 **Serie von Michael Keller:**
Schweinefleisch
Was tun bei sinkendem Konsum?

Wurstsorten

- 20 **Kulinarische Portraits:**
Gelbwurst

Spargel & Schinken

- 22 **Kulinarisches:**
Delikates(s) Duo

Mehrweg

- 26 **Lösungen bei Edeka und Kaufland:**
Mehr als eine Option
- 30 **Lösung bei der Landmetzgerei Setzer:**
Edelstahl statt Folie

Supermarkt der Zukunft

- 34 **Digitalisierung und KI im LEH:**
Die Zukunft ist Smart

Rubriken

- 05 **Impressum**
- 34 **Markt & Trend**



22



26



Foto: R&S Vertriebs GmbH

GOGREEN Der Umwelt zuliebe auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. Der Versand dieses Heftes erfolgt CO₂-neutral mit dem Umweltschutzprogramm GoGreen der Deutschen Post.

Impressum

FM

FLEISCH MARKETING

13. Jahrgang 2024

Verlag: B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG

Verlagsniederlassung München

Postadresse: Postf. 21 03 46, 80673 München

Hausadresse: Garmischer Straße 7, 80339 München

Tel. (089) 370 60-0 Fax: (089) 370 60-111

Internet: www.blmedien.de, www.fleisch-marketing.de,

E-Mail: muc@blmedien.de

Verlagsleitung München:

Bernd Moeser

(089) 370 60-200

Basak Aktas (Stellvertretung)

-270

Chef vom Dienst:

Michael Teodorescu

-175

Chefredakteur (verantwortlich i.S.d.P.):

Michael Teodorescu

-175

Autoren:

Michael Keller, Verena Wagner

Mediaberatung:

Bernd Moeser (verantwortlich)

-200

Sebastian Lindner (Stellvertretung)

-215

Gerhild Burchardt

-205

Fritz Fischbacher

-230

Concetta Herion

-240

Rocco Mischok

-220

Kilian Roth

-246

Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 13 vom 1.1.2024

Anzeigenabwicklung:

Felix Hesse

-261

Layout:

Liane Rosch

-258

Rita Wildenauer

-254

Abonnentenbetreuung:

Basak Aktas (verantwortlich) (b.aktas@blmedien.de)

-270

Roland Ertl (r.ertl@blmedien.de)

-271

Bezugspreis:

Erscheint zweimonatlich (6 Ausgabe/Jahr).

Abonnementpreis: Inland jährlich 45 €, Ausland jährlich 55 €.

Einzelpreis: Inland 9 €, Ausland 11 € (alle Preise inkl. Versandkosten und MwSt.).

Kündigungsfrist: Schriftlich 4 Wochen vor Ablauf des Bezugsjahres.

Druck: Ortmaier Druck GmbH, Birnbachstraße 2, 84160 Frontenhausen

Bankverbindung:

Commerzbank AG, Hilden

IBAN: DE 58 3004 0000 0652 2007 00

BIC: COBADEFFXXX

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 auszugs-

weise, nur mit vorheriger Genehmigung des Verlages erfolgen. Im Falle von Herstel-

lungs- 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: 2193-6269



Gruner macht sich selbstständig

Im Februar wagte der ehemalige angestellte Marktleiter Mike Gruner den Schritt in die Selbstständigkeit. Er führte bisher einen zur Regionalgesellschaft Edeka Minden-Hannover gehörenden NP-Markt in Wilhelmshaven. Seine Karriere begann mit der Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann. 2015 wurde Mike Gruner stellvertretender Marktleiter bei Edeka Scheidemann in Carolinensiel. Parallel dazu absolvierte er Weiterbildungsprogramme, um Führungskompetenzen und Kenntnisse in der Unternehmensführung zu entwickeln. Nach sechs Jahren im Bereich der Warenwirtschaft in der Verwaltung der Edeka Minden-Hannover wurde er Marktleiter in Wilhelmshaven.

Keimverseuchtes Fleisch

Eine Stichprobenuntersuchung im Auftrag der Deutschen Umwelthilfe (DUH) zeigt, dass jedes dritte Hähnchenfleischprodukt aus Massentierhaltung mit antibiotikaresistenten Erregern belastet ist – das sind 11 von 35 Hähnchenfleischproben. Beim Bio-Hähnchenfleisch waren nur zwei von 30 Proben belastet. Die Keime entstehen durch den exzessiven Einsatz von Antibiotika in der Massentierhaltung. Bei der Schlachtung gelangen die Keime vom Darm der Tiere auf die Fleischoberfläche und in den Konsumenten. Die DUH fordert Ernährungs- und Landwirtschaftsminister Cem Özdemir auf, den Einsatz von Reserveantibiotika bei Nutztieren strenger zu regulieren.



Allianz für Biodiversität

Anlässlich des Welttags des Artenschutzes (3. März) gaben Food for Biodiversity und die Biodiversity in Good Company-Initiative ihre strategische Partnerschaft bekannt. Beide Initiativen setzen sich für den Erhalt der Biodiversität als Grundlage unseres Wirtschaftens ein und führen gemeinsame Aktivitäten durch. Für Unternehmen aus der Lebensmittelbranche ist ab sofort eine vergünstigte Doppelmitgliedschaft in beiden Organisationen möglich. Die Kooperation zielt darauf ab, die Zusammenarbeit und das Engagement der Mitglieder zu fördern und die Teilnahme an beiden Organisationen zugänglicher zu machen.

Pionier mit Plant based

Lebensmittel auf Pflanzenbasis nehmen für nachhaltigkeitsbewusste Käufer eine Schlüsselrolle ein – auch in Österreich. Seit mehr als 20 Jahren ist die Eigenmarke Vegavita von Billa ein fixer Bestandteil des Konzepts. Billa hat mit Pflanzilla, dem europaweit ersten Store eines klassischen Lebensmittelhändlers mit rein pflanzlichem Sortiment, einen Meilenstein gesetzt. Ein Highlight des Shops ist das Lachsfilet auf Pilzbasis von Revo Foods, das im 3D-Druckverfahren hergestellt wird und erstmals weltweit in einem Supermarkt erhältlich ist. Außerdem hat Billa die Preise von insgesamt 50 Vegavita-Produkten gesenkt und so den Absatz dieser Waren um ein Drittel gesteigert.



Bilder: nah & gut Gruner, Colourbox.de, MartinKaemper.de, Rewe Group / Billa

SO SPECKTAKULÄR WIE UNSERE NATUR

Im Land der Berge entsteht Speck von höchster Güte. Die Voraussetzung dafür schafft unsere einzigartige Natur: Sie bietet unseren Tieren saubere Luft, klares Wasser und bestes Futter. Mit viel Sorgfalt, Wissen und Erfahrung wird hier Speck von herausragender Qualität erzeugt. Für seine Veredelung sorgen die Trocknung in Bergluft und raffinierte Rezepturen aus Gewürzen, Kräutern und Salz, die oft gut gehütete Geheimnisse sind.



Moderner einkaufen

Die Anwohner von Harsum-Borsum können sich auf ein neues Einkaufserlebnis mit mehr Auswahl freuen: Aus dem ehemaligen NP-Markt ist mit umfassendem Umbau ein moderner nah & gut-Markt geworden. Im Zuge der Modernisierung wurde der Markt nun in die Hände des selbstständigen Kaufmanns Dario Proplesch übergeben. Jetzt legen der Inhaber und sein Team noch größeren Wert auf regionale Produkte, eine abwechslungsreiche Auswahl an frischem Obst und Gemüse sowie Fleisch, Wurst und Backwaren in Selbstbedienung. Der letzte Umbau des NP-Marktes war vor sieben Jahren – die Einrichtung entsprach nicht mehr den heutigen Ansprüchen.

Mehr Tierwohl für Puten

Die PHW-Gruppe zieht bereits seit über 20 Jahren Geflügel aus alternativen Haltungskonzepten auf. 2011 startete das Unternehmen mit dem Konzept Privathof-Geflügel, das der Haltungsstufe 3 entspricht. Heute ziehen bereits 63 Landwirte Privathof-Geflügel auf und der Anteil am Gesamtportfolio beträgt rund zehn Prozent. Bisher stand bei Privathof die Hähnchenaufzucht im Fokus. Im August vergangenen Jahres wurde das Konzept für mehr Tierwohl nun auch für Puten gestartet und sieben Landwirte hatten die ersten Puten in Haltungsstufe 3 eingestallt. Kontrolliert und zertifiziert wird durch externe Prüfgesellschaften.



Auf Zukunftswegen in Hannover

Der Marktkauf Hannover hat die Nachhaltigkeitsauszeichnung „Auf Zukunftswegen“ erhalten, die von WWF Deutschland vergeben wird. Marktleiter Tino Becker hat in Zusammenarbeit mit seinem Team die Maßnahmen erfolgreich umgesetzt, mit denen der Markt einen Beitrag zum Erhalt der Artenvielfalt leistet sowie Ressourcen und Emissionen einspart. Das Konzept hinter der Auszeichnung wurde von der Edeka Minden-Hannover gemeinsam mit dem WWF Deutschland entwickelt und besteht aus einem Leitfaden mit 47 Umwelt- und Ressourcenschutzmaßnahmen, die die Sortiments- und Marktgestaltung sowie Informationsvermittlung betreffen.

Prüfzeichen-Vergabe ausgeweitet

Ab sofort ist es möglich, auch Convenience-Produkte, die weniger als 50 Prozent QS- bzw. ITW-Fleisch und Fleischwaren enthalten, mit einem erweiterten QS-Prüfzeichen sowie dem erweiterten ITW-Siegel auszuloben. Zukünftig muss ein Convenience-Produkt mindestens zehn Prozent QS-Zutaten enthalten, um diese Ware mit dem QS-Prüfzeichen und dem Zusatz „Mit QS-Zutaten siehe Zutatenliste“ auszeichnen zu können. Einzige Ausnahme: Ist der namensgebende Anteil am Produkt vollständig QS oder ITW und beträgt mindestens fünf Prozent, kann auch hier das erweiterte QS-Prüfzeichen und das ITW-Siegel genutzt werden.

Service. Geschmack. Vielfalt.

Wenn's um die Würze geht:

Beck
Gewürze und Additive

Jetzt informieren:
Tel. + 49 9153 9229-0
info@beck-gewuerze.de

BESTE FLEISCHTHEKE

Bewerben Sie sich jetzt für den Kreativ Award Beste Fleischtheke 2024!



ONLINE

Eindrücke von der
Kreativ Award Gala
erhalten Sie hier im Video:



Aktionen an der Fleischtheke kurbeln den Umsatz an. So nutzt zum Beispiel jede Bedienungstheke Fleisch und Wurst die warmen Monate, um die Verbraucherwünsche nach bekannten und neuen Grill-Artikeln zu erfüllen. Dieses wichtige Saisongeschäft für den Lebensmittelhandel sorgt nicht nur für Umsatz und Kundenbindung, sondern zeigt auch, wie kreativ und engagiert sich eine Frischeabteilung präsentiert. Und deswegen zeichnet Fleisch-Marketing in diesem Jahr nicht nur die beste Grilltheke des Jahres, sondern auch andere Aktionen an der Fleischtheke aus.

Teilnehmen kann jede Bedienstungsabteilung im Lebensmittelhandel, die eine Aktion rund um Fleisch durchführt – vom Grillen über Länderaktionen bis zu plantbased Fleischalternativen. Zugelassen sind dabei alle Aktionen mit Fleisch und -Alternativen (beispielsweise Events, Sonderflächen, Showgrillen, Verkostungsaktionen, Kundenabende). Dabei ist nicht nur regionales Fleisch gefragt, sondern die gesamte internationale Vielfalt – angefangen von Südamerika über Neuseeland bis zu den unterschiedlichen europäischen

Provenienzen. Natürlich kann die Aktion mit anderen Warengruppen – von Saucen über Getränke bis Zubehör – unterstützt werden. Auch Tierwohl darf im Fokus stehen.

Wichtig ist, dass die Aktion im oder vor dem Markt kreativ und überzeugend umgesetzt wird. Dazu gehören auch eine gute Vorankündigung, das Erreichen des Umsatzzieles sowie Ideen, wie Nachkäufe angekurbelt werden.

Kreativ Award

Jede eingereichte Aktion wird von einer Fachjury ausführlich geprüft. Dann nominiert die Jury die Gewinnerteams. Sie bewertet die Kreativität der Aktionen und die Umsetzung im Markt. Mit guter Vorankündigung und Nachbereitung kann man ebenfalls punkten.

Die von einer neutralen Jury ermittelten Gewinner erhalten den Kreativ Award 2024 „Beste Fleischtheke“ und einen attraktiven Geldpreis für die Teamkasse. Sie sind nominiert für das Finale, das am 9. Oktober 2024 im Food-Hotel Neuwied stattfindet. Hier werden die erfolgreichen Aktionen vorgestellt und die Teams ausgezeichnet.

www.fleischnet.de/bestefleischtheke24

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



WALYSA IM FOKUS

Ob Edeka, Rewe, Globus oder viele mehr - alles was sich mit Fleisch, Wurst und Feinkost im Lebensmittelhandel beschäftigt, trifft sich auf den Hausmessen der R&S Vertriebs GmbH in Essen.



Eine attraktive Fleischtheke mit walisischem Lammfleisch



Es hat sich rumgesprochen, dass hier neue Produkte und aktuelle Sortimente für die aktuelle Saison besprochen werden. Wer in die aktuellen Orderlisten des Handels sieht, wird unter anderem das neue walisische Lammfleisch Walysa entdecken, ein Schwerpunkt auf der Frühjahrsmesse in Essen.

Die R&S Vertriebs GmbH ist führendes Lebensmittel- und Vertriebsunternehmen im Bereich Fleisch, Wurst und Feinkost in Deutschland. Das Sortiment umfasst rund 600 Wurst- und Schinkenprodukte sowie Markenfleischprogramme aus Europa, Übersee und Fernost. Auf den Hausmessen präsentiert das Unternehmen zweimal im Jahr Innovationen und Produkthighlights.

Ingmar Rauch, Mitglied der R&S Geschäftsleitung, signalisierte auf der Hausmesse, dass Walysa eine sehr gute Sortimentserweiterung für das Frischfleisch-Sortiment im deutschen Lebensmitteleinzelhandel sei. Der Verbraucher suche nach hochwertigen und neuen Frischfleischalternativen. Da sei Walysa ein interessantes neues Angebot.

Nachhaltiges Frischfleisch-Angebot

Das Markenfleischprogramm steht für hochwertiges Lammfleisch mit geschützter geografischer Angabe, das besonders nachhaltig produziert wird. Die Tiere leben ganzjährig in Freiland- und Weidehaltung und ernähren sich von Gras, Kräutern und Klee. Die Einhaltung höchster Tierwohl- und Qualitätsstandards garantiert den einzigartigen zart-milden Geschmack des walisischen Lammfleisches, das Kenner und Liebhaber so schätzen.

Verbraucher erkennen die neue Marke in den Bedientheken am Crowner mit dem einprägsamen Logo: Die grüne und weiße Farbgebung sowie der rote Drache sind an die walisische Flagge angelehnt. Der Schriftzug „Original Welsh Lamb g.g.A.“ weist Konsumenten unmittelbar am Point of Sale auf die Herkunft des Lammfleisches von Walysa hin.

Zu den Vorzügen des walisischen Lammfleisches gehört auch eine ganzheitliche Verwertung from nose to tail. In den Bedientheken deutscher Supermärkte finden Verbraucher ab sofort beliebte Klassiker wie Filet, Rücken oder Nacken, aber auch besondere Zuschnitte wie Keule, Hüfte oder Schulter. Dank des Aromas ist Lammfleisch vielseitig einsetzbar, zum Beispiel in Gerichten wie gegrilltes Pulled Lamb, Schulterbraten, Burger oder im Risotto. Leckere Rezeptinspirationen finden Konsumenten auf der Internetseite www.weshlambandbeef.com/de/de/Rezepte. Das Lammfleisch von Walysa ist ganzjährig verfügbar.

Michael Jakobi

60 JAHRE KAUF LAND FLEISCHWAREN



Die Kaufland Fleischwerke sind in den 60 Jahren ihres Bestehens stetig gewachsen. Aus der Großmetzgerei wurde bald ein industrielles Fleischwerk mit fünf Produktionsstätten.

Bei Kaufland Fleischwaren steht ein Jubiläum ins Haus. Die unternehmenseigenen Fleischwerke feiern ihr 60-jähriges Bestehen. Seit der Gründung 1964 als Handwerksbetrieb mit fünf Mitarbeitern beliefern mittlerweile vier Fleischwerke in Deutschland täglich die über 770 deutschen Kaufland-Filialen. Das Fleischwerk in Modletice (Tschechische Republik) beliefert zudem die Kaufland-Filialen in der Tschechischen Republik und der Slowakei.

Die Firmengeschichte im Überblick

- **1964:** Im Gründungsjahr zeigt sich, dass der Erfolg der Eigenproduktion durchschlagend ist.
- **1968:** Die Großmetzgerei wird auf 23 Mitarbeiter erweitert, die jährlich 600 Tonnen Fleisch verarbeiten. In den darauffolgenden Jahren wird die Nachfrage nach Fleischprodukten aus eigener Herstellung immer größer.
- **1972:** Die Produktion im ersten eigenen Fleischbetrieb in Neckarsulm startet mit 55 Mitarbeitern.
- **1980:** Das Sortiment wird erweitert, indem ein weiteres Fleischwerk in Offenburg gekauft wird.
- **1984:** In der Kaufland-Filiale in Neckarsulm wird die erste Purland-Schau-Metzgerei in Betrieb genommen. Dies markiert einen neuen Abschnitt in der Firmengeschichte: Erstmals wird ein Schwein vor den Augen der Kunden zerlegt und zum verpackten Schnitzel verarbeitet.
- **1994:** Die Fleischwerke und Frischelager in Osterfeld werden als dritte Produktionsstätte in Betrieb genommen. Kaufland Fleischwaren beschäftigt bereits 500 Mitarbeiter.
- **Beginn der 2000er Jahre:** Die Kaufland Fleischwaren wachsen weiter und wandeln sich zunehmend zur industriellen Fertigungsstätte.
- **2001/2002:** Neue Fleischwerke in Möckmühl und Modletice werden in Betrieb genommen.

■ **2005:** Die Fleischwerke Neckarsulm und Offenburg werden geschlossen. Die Belegschaft zieht um in das hochmoderne und spezialisierte Wurstwerk in Heilbronn.

■ **2013:** In Bad Heiligenstadt wird ein fünftes Fleischwerk in Betrieb genommen.

Von Eisbein bis Hackepeter

Heute verarbeiten rund 3.000 Mitarbeiter jeden Tag über 800 Tonnen Qualitätsfleisch von ausgewählten Lieferanten aus kontrollierter Herkunft. Aus Schweine-, Rind- und Geflügelfleisch entstehen so über 350 Fleisch- und Wurstspezialitäten für die Kaufland-Eigenmarken K-Purland, K-Classic, K-Wertschätze und Let's BBQ. In Möckmühl entstehen zusätzlich Produkte aus dem Fleisch des Tierwohlprogramms K-Respekt fürs Tier. Jedes der Fleischwerke ist, neben einigen Grundprodukten, für die Produktion verschiedener, auch regionaler Spezialitäten zuständig. www.kaufland.de

INFO

„Wir stehen für höchste Qualität bei Fleisch- und Wurstprodukten und haben uns im Laufe unseres Bestehens vom Handwerksbetrieb hin zu einem hochautomatisierten Unternehmen mit innovativen Produktionsmethoden entwickelt. Wichtig war uns dabei stets, die Metzgertradition zu bewahren und so unserem Grundsatz, aus Leidenschaft, aus Tradition, aus eigener Herstellung bis zum heutigen Tag treu zu bleiben. Auch heute noch stellen wir viele unserer beliebten Produkte nach traditionellen Rezepten her und schaffen mit neuen Rezepturen immer wieder einen spannenden Mix, mit dem wir unsere Kunden überraschen.“

Jürgen Absmeier, Geschäftsleitungsmitglied
Kaufland Fleischwaren International

WARUM DIE BAUERN SAUER SIND

Landwirte fühlen sich von der Politik mit ihren Problemen allein gelassen. Auch wenn längst nicht alle auf die Straße gehen, sehen viele Reformbedarf bei der Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) der EU.



Foto: Helmut

Landwirte sind zunehmend mit ihrer Situation in der Gesellschaft unzufrieden und wünschen sich mehr Verständnis für ihre Arbeit. In der Kommunikation zwischen Landwirt, Verbraucher und Politik sehen viele Nachholbedarf. Mit Kundgebungen, Trecker-Konvois, Straßenblockaden, Plakat- und Social-Media-Kampagnen machen Landwirte seit Dezember auf zu niedrige Preise für Lebensmittel und das Höfesterben durch zu hohe Auflagen aufmerksam. Es geht nicht nur um den Agrardiesel, steuerliche Entlastungen, Steuerbefreiung für den Einsatz von nicht fossilen Kraftstoffen in der Landwirtschaft und ein Programm zur Wiederherstellung der Wettbewerbsfähigkeit in Europa. Auch gegen den Lebensmitteleinzelhandel (LEH) führten Landwirte schon Demos und blockierten etwa Auslieferungslager, um die Preispolitik des LEH zu kritisieren.

Auf europäischer Ebene koordiniert die European Coordination Via Campesina (ECVC) die Bauernproteste. Die ECVC fordert ein generelles Ende von Freihandelsverträgen und „unfairen Wettbewerb“ sowie ein Stopp der Verhandlungen über ein Mercosur-Handelsabkommen. Zudem fordern sie kostendeckende Erzeugerpreise sowie eine fairere Verteilung der GAP-Zahlungen, hin zu mehr Agrarökologie und Nachhaltigkeit.

Anreize zu Umweltschutz

Darüber hinaus fordern Bauern einen Bürokratieabbau in der Landwirtschaft, darin sind sich alle Akteure einig. Langwierige bürokratische Prozesse verzögern die betriebliche Weiterentwicklung in Richtung Bio, etwa bei Bauanträgen für Tierwohlställe.

„Es ist dringend erforderlich, den Verwaltungsaufwand der EU-Agrarpolitik sowohl für Betriebe als auch nationale Behörden zu verringern und gleich-

FÖRDERPROGRAMM KLIMASCHUTZ

Neu ist das zur Grünen Woche 2024 vorgestellte „Förderprogramm Klimaschutz“ von Rewe und Penny, das unter dem Dach des Kompetenzzentrums Landwirtschaft mit einem millionenschweren Budget Projekte von Eigenmarken-Lieferanten, die Treibhausgas-Emissionen in ihrer Lieferkette reduzieren, teilfinanzieren. „Die Bandbreite der Förderprojekte reicht von regenerativer Landwirtschaft wie das Pflanzen von Blühstreifen bis hin zu Maßnahmen, die zur Reduktion von Lebensmittelverlusten beitragen. Voraussetzung für eine Förderung ist, dass die Maßnahmen zu einer anrechenbaren, zusätzlichen und permanenten Emissionsreduktion führen“, sagt Hans-Jürgen Moog, im Rewe Group-Vorstand für Ware und Einkauf verantwortlich.

zeitig die Umweltwirkung der GAP zu erhöhen. Dafür muss eine attraktive, einkommenswirksame Honorierung ökologischer Leistungen im Fokus stehen. Nur so wird eine sozial-ökologische Transformation gelingen, die unsere Lebensgrundlagen erhält“, betont Jan Plagge, Präsident von Bioland. Er fordert Vereinfachungen für Betriebe, die sich freiwillig höchsten gesetzlichen Standards verpflichten und jährlich staatlichen Kontrollen unterwerfen: „Die Wirksamkeit dieser gesamtbetrieblichen Leistungen von Bio-Bauern für den Umweltschutz und den Erhalt der Artenvielfalt sind wissenschaftlich erwiesen. Daher muss es wieder einfacher werden, ökologisch zu wirtschaften, wie es unter der bis-



herigen GAP schon mal möglich war.“ Dies würde eine Umstellung auf Biolandbau wieder attraktiver machen und sowohl das EU-Ziel von 25 % als auch das nationale Ziel von 30 % Biofläche bis 2030 vorantreiben.

2022 stellten 784 Betriebe auf Ökologische Landwirtschaft um – in Summe sind es jetzt über 37.091 Bio-Höfe in Deutschland, jeder siebte Betrieb. Die Bio-Fläche hatte 2022 einen Anteil von 11,26 % (2021: 10,8 %) an der gesamten landwirtschaftlichen Nutzfläche: 1.869.227 Hektar. Um die Zielvorgabe bis 2030 zu erreichen, sind staatliche Förderungen notwendig.

Genehmigungsverfahren für Bio-Ställe müssten deutlich vereinfacht und gefördert werden – sowohl auf Bundes- aber vor allem auf Landesebene.

Nur durch den schrittweisen Ausbau des Ökolandbaus gelangen mehr Bio-Lebensmittel in den LEH. Hier lasse sich das Ziel 30 % Ökolandbau, keinesfalls 1:1 in 30 % Bio-Produkte im Verkaufsregal übersetzen, macht der Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels (BVLH) klar. Weiter warnt der Verband vor einem politisch getriebenen Überangebot im Markt: Bei stagnierender Kundennachfrage führe dies zu sinkenden Erzeugerpreisen. Deshalb plädiert der BVLH für eine staatliche Informations-Kampagne und genügend Anreize für den Ökolandbau, etwa durch niedrigere Umstellungskosten.

Klimagerechte Kompensationen

Anstatt der immer noch größtenteils an landwirtschaftliche Fläche gebundenen EU-Förderungen sollten diese an Leistungen für den Klimaschutz gekoppelt sein. Dadurch würden mehr Landwirte auf Bio umstellen. Diese Meinung teilen der Dachverband der Ökobauern, die Landesvereinigung für die ökologische Landwirtschaft in Bayern (LVÖ) und die Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft e. V. (AbL).

„Für die nationale Umsetzung der GAP fordern wir Bund und Länder auf, die Umweltwirkung der Agrarförderung in der laufenden GAP-Förderperiode zu erhöhen und begrüßen die Einführung eines neuen Eco-Schemes (Öko-Regelung) zur Förderung



„Wenn sich die Landwirte in ihrer Existenz bedroht fühlen, sollte die Gesellschaft dies sehr ernst nehmen. Die Bauern sind Garant für die so wichtige autonome Versorgungssicherheit in jedem Land. Wenn die Rahmenbedingungen sich so verschlechtern, dass immer mehr Landwirte das Handtuch werfen, geraten wir zwangsweise in die Abhängigkeit von internationalen Lebensmittelkonzernen - und das kann ja wohl keiner wollen. Für ihren verstärkten Aufwand hinsichtlich Qualität und Tierwohl müssen die Bauern fair entschädigt werden.“

Anton Juffinger, Landwirt, Metzgermeister und diplomierter Fleischsommelier

der Weidehaltung. Wir benötigen hier dringend ein bundesweites Förderangebot. So ließe sich der Erhalt und Schutz von Grünlandbiotopen mit einer artgerechten Tierhaltung ideal kombinieren. Die Finanzierung der Weidehaltung über die ersten Säule der GAP würde zudem Finanzmittel für weitere Agrarumwelt- und Klimamaßnahmen der Länder in der zweiten Säule freisetzen“, führt Jan Plagge aus.

Die GAP muss sich grundlegend ändern, um Gemeinwohl-Leistungen wie Umweltschutz und Landschaftspflege finanziell zu honorieren. „Eine zukunftsfeste Landwirtschaft ist nur mit vielen und vielfältigen landwirtschaftlichen Betrieben umsetzbar“, betont Georg Janßen, AbL-Bundesgeschäftsführer.

Die Liste der Unterzeichnenden auf der Verbände-Plattform der AbL und dem Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e. V. (BUND) ist lang. In deren Stellungnahme finden sich detaillierte Vorschläge zur GAP-Reform nach 2027 und den



VON ZERTIFIZIERTEN BAUERNHÖFEN

Bei den Bavier-Bio-Produkten handelt es sich um Wurst- und Schinkenspezialitäten, hergestellt nach traditionellen bayerischen Rezepturen und mit modernen ökologisch nachhaltigen Methoden. Das Fleisch stammt ausschließlich von nach strengen Bio-Kriterien zertifizierten Bauernhöfen in der Alpenregion. Bei der Herstellung wird auf den Einsatz von Nitritpökelsalz, Glutamate oder Phosphate verzichtet. Dies alles garantiert für Verbraucher einen regionalen und ehrlichen Genuss.



notwendigen Schritten zum Übergang. Oft seien es einfache Maßnahmen, die viel verbessern würden, etwa die aus Mehrfachanträgen bekannten Betriebsdaten automatisch zu erfassen. „Bisher ist es nicht gelungen, die GAP zu einem wirklichen Motor für den Umbau der Landwirtschaft zu machen. Wir wollen mehr ökologische Wirksamkeit ab 2028, die sich auch für die Betriebe lohnt, indem Fördermittel nur gezahlt werden, wenn sie Umwelt-, Natur-, Klima- und Tierschutz belohnen und die Zahlungen für Bäuerinnen und Bauern einkommenswirksam werden“, erklärt BUND Vorsitzender Olaf Bandt.

Die LVÖ schlägt ein Stufenmodell vor, das Regeln für Pflanzenschutz, Viehbesatz und Fruchtfolgen vorgibt. Mit jeder erreichten Stufe steigen die Förderungen. „Den Rotstift auf diese pauschale Art bei den landwirtschaftlichen Betrieben anzusetzen, ist mit Sicherheit der falsche Weg. Wir müssen die Landwirtschaft stärken, nicht schwächen, um sie in die Lage zu versetzen, ihren nötigen Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz zu leisten“, findet Thomas Lang, Vorsitzender der LVÖ, die u.a. kritisiert, warum bei der „Streichung von klimaschädlichen Subventionen“ nicht an anderen Schrauben, wie etwa dem Dienstwagenprivileg gedreht wird. Bauern hätten aktuell keine Alternative zu Diesel-Traktoren. Das Geld, das am Ende des Jahres in der Kasse fehlt, schafft weitere Hürden auf dem Weg zu einer ökologischeren Landwirtschaft.

„Die Bundesregierung muss sich baldmöglichst Gedanken machen, wie sie den Landwirtinnen und Landwirten eine klimagerechte Kompensation zu den geplanten Streichungen anbietet. Ein denkbarer Weg wäre hier eine erweiterte Nutzbarkeit des Klima- und Transformationsfonds für Landwirtinnen und Landwirte“, so Thomas Lang.

WAHRE KOSTEN VON LEBENSMITTELN

Wirtschaftsingenieurin Dr. Amelie Michalke und Ressourcenökonom Prof. Dr. Tobias Gaugler forschen zum Themengebiet „Wahre Kosten von Lebensmitteln“ und weisen auf die Zusammenhänge von Lebensmittelpreisen, Klimaschutz und Subventionen hin: „Was wir brauchen, ist eine aufgeklärte gesellschaftspolitische Debatte darüber, was unsere Ernährung für unser Klima bedeutet. Darüber, dass bereits heute Folgekosten an anderer Stelle anfallen, die von allen getragen werden müssen. Die „wahren Kosten“, also die Bepreisung der ökologischen Folgekosten machen das Ganze nachvollziehbarer und schaffen Transparenz.“ Um das Thema der Öffentlichkeit greifbarer zu machen, gab es im Sommer 2023 in Penny-Märkten eine Aktionswoche, bei der die „wahren Kosten“ von neun Artikeln, u.a. Molkerei und Frische, darunter biologisch wie konventionell produzierte Lebensmittel, ausgewiesen und an der Kasse in Rechnung gestellt wurden. Die Mehreinnahmen flossen in das Projekt „Zukunftsbauer“, bei dem die Supermarktkette gemeinsam mit der Molkerei Berchtesgadener Land Landwirte unterstützt, ihre Höfe klimaschonender zu gestalten. Wie sich die Aktion auf das tatsächliche Kaufverhalten ausgewirkt hat? Die Verkaufszahlen der entsprechenden Produkte sind zwar zurückgegangen - aber weniger stark als erwartet.

Anreize zum Klimaschutz

An großen Projekten hat die Anpel-Koalition bisher das Tierwohllabel angestoßen, erstmal nur für Schweine (siehe auch Beitrag S. 16-19). Die Regierung will eine Milliarde Euro zur Verfügung stellen, um Landwirte zu fördern, die für mehr Tierwohl in ihren Schweineställen sorgen.

Dringend notwendig sind Anreize zur Umstellung auf Ökolandbau, die mit vielfältigen Herausforderungen verbunden ist. So dürfen Produkte, die bereits unter ökologischen Vorgaben erzeugt werden, nicht sofort als Bio vermarktet werden. Von Handelsseite gibt es bereits Unterstützungsprogramme zur Vermarktung von Umstellungsware, die sich zwischen konventioneller und Bio-Ware einordnet. Ein einheitliches Logo – in enger Anlehnung an das Bio-Logo gestaltet, z. B. schraffiert mit Hinweis „in Umstellung“ würde die Kundenkommunikation erleichtern. Das würde die Wertschätzung für Umstellungsware steigern und mehr Landwirte von diesem Schritt überzeugen. Australien geht diesen Weg bereits.

Verena Wagner

WAS TUN BEI SINKENDEM KONSUM?

Eines steht fest: Die Deutschen essen weniger Schweinefleisch. Der Verzehr pro Kopf ist zwischen 2012 und 2022 eingebrochen: Er sank um gut 25 Prozent von 38,7 Kilogramm auf 29 Kilogramm pro Person im Jahr (Quelle: Bundesministerium für Landwirtschaft und Ernährung). Noch aktuellere Zahlen veröffentlicht die Agrarmarkt Informationsgesellschaft (AMI): Im Jahr 2023 ist der Konsum um weitere fünf Prozent auf 27,6 Kilogramm gesunken. Bemerkenswert ist das Verhältnis der Preise zum Konsum: Während die Menschen 2023 weniger Schweinefleisch aßen, stiegen die Preise für das Produkt um 8,6 Prozent. Wie hängt das zusammen?

Die Deutschen essen immer weniger Schweinefleisch. Experte Michael Keller erklärt, wie man den Umsatz mit steigender Qualität aufrechterhält.



Wertiger werden

Aktuell hat sich in der deutschen Schweinehaltung etwas verändert: Man hält weniger Sauen und zieht folglich weniger Ferkel und Mastschweine auf. Die Produktionszahlen gingen dadurch zurück. In älteren Ausgaben dieser Serie habe ich darauf hingewiesen, dass man damit rechnen muss, Marktanteile in einigen Bereichen des Fleischmarktes zu verlieren. Dieser Tatsache muss man Rechnung tragen indem man sich das Ziel setzt, Fleisch wertiger zu verkaufen. Das wiederum geht nur, wenn man seinen Kunden etwas Besonderes anbietet. Denn viele Kunden beschäftigen sich mit der Frage des Tierwohls und kaufen nach dem Motto ein: „Lieber weniger Fleisch, dafür aber aus guter Haltung“.

Der Handel setzt auf Tierwohl

Was die Bereitschaft zur Kooperation betrifft, hat sich auf Seiten von Lebensmittelhändlern und Landwirten einiges getan. Neben Händlern wie Rewe und Edeka haben auch Discounter öffentlich erklärt, bis 2030 nur noch Fleisch der Haltungsformen 3 und 4 anbieten zu wollen. Dazu kommt, dass diese Unternehmen sich auf deutsches Schweinefleisch be-

„Wenn weniger Fleisch verkauft wird, dann sollte das Produkt wertiger werden. Das rechtfertigt höhere Preise und hält den Umsatz stabil.“

Michael Keller

schränken wollen. Die Absichtserklärung hat einen Haken: Bisher sind wir in Deutschland gar nicht in der Lage, Schweinefleisch dieser Qualität in ausreichender Menge zu produzieren. Wo also soll es herkommen?

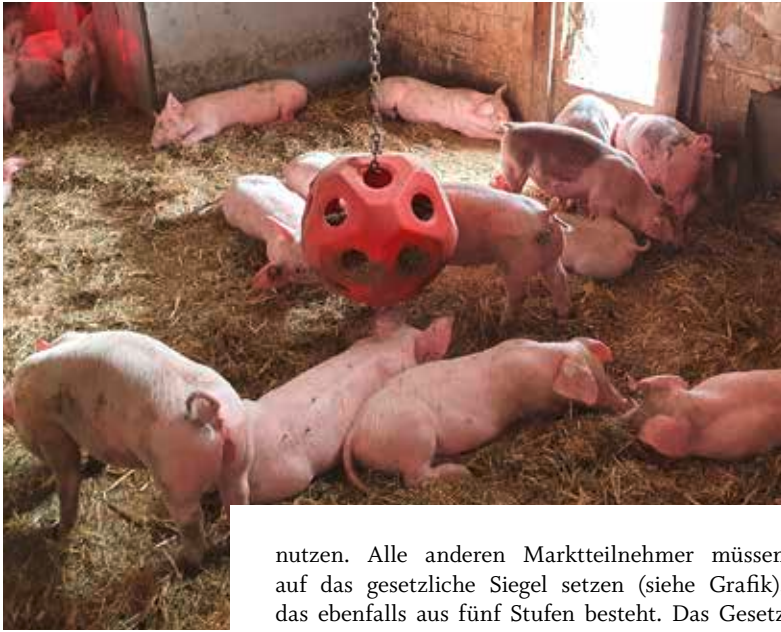
Tierwohlabel: Aus vier mach fünf

Hier kommt die Gesellschaft Initiative Tierwohl (ITW) als Dachstruktur ins Spiel. Sie wurde 2015 mit dem Ziel gegründet, dass Landwirtschaft, Fleischwirtschaft und LEH gemeinsam Verantwortung übernehmen für Tiergesundheit und Schutz in der Nutztierhaltung. Alle Marktteilnehmer treffen sich, um nach Lösungen zu suchen, mit denen sie das Ziel einer ausreichenden Produktion deutschen Schweinefleisches aus den Haltungsstufen 3 und 4 erreichen können. Die ITW hat es mit ihren Partnern und Gesellschaftern geschafft, die neue gesetzliche Regelung ab 2024 in ihre Haltungs-kennzeichnung zu integrieren. Dafür wird die Haltungsform 4 geteilt in Auslauf bzw. Weide und Bio. Während die Haltungsform mit Auslauf oder auf einer Weide weiterhin als „Haltungsform 4“ deklariert wird, wird die Haltung nach Bio-Richtlinien herausgelöst und künftig als „Haltungsform 5“ übergeordnet (siehe Seite 19).

Schwarz-weiß oder in Farbe?

Doch damit sind die Neuerungen noch nicht überstanden: Ergänzend kommt ein gesetzliches Label in schwarz-weiß hinzu. Denn das farbige Tierwohlabel dürfen nur Systemteilnehmer der ITW





Der Aktivstall auf dem Hof von Gabriele Mörxmann ermöglicht die Einstufung in Haltungsform 4.

nutzen. Alle anderen Marktteilnehmer müssen auf das gesetzliche Siegel setzen (siehe Grafik), das ebenfalls aus fünf Stufen besteht. Das Gesetz zur Kennzeichnungspflicht trat im August 2023 in Kraft. Seitdem gilt eine Übergangsfrist von zwei Jahren, bis jedes verkaufte Stück Schweinefleisch gekennzeichnet sein muss. In der Zwischenzeit kann die staatliche Tierhaltungskennzeichnung bereits freiwillig genutzt werden. Übrigens gilt das für alle Handels- und Angebotsformen.

Haltungsform 4 in der Praxis

Jetzt zu einigen Schweinefleisch-Programmen, die bereits im Markt etabliert und nach Haltungsform 4 zertifiziert sind. Die Schweine aus dieser Haltung sind fast gänzlich nach den Richtlinien des deutschen Tierschutzbundes zertifiziert. Initiativen zu artgerechter Haltung gibt es seit mehreren Jahren, meistens mit alten Schweinerassen. Darunter sind etwa die Strohschwein-Initiativen, zu denen auch der Aktivstall für Schweine von Gabriele Mörxmann gehört. Sie produziert für Kalieber. Ihre Tiere haben doppelt so viel Platz im Stall wie üblich, sie bekommen frischen Strohein-

streu, Spielzeug und Auslauf ins Freie. Hier werden die Tiere etwas älter als andere Mastschweine und auch sonst profitieren sie gesundheitlich: Die Schwänze der Ferkel werden nicht kupiert, während der Kastration werden die Tiere betäubt und es kommt kaum zum Einsatz von Antibiotika. Stattdessen haben die Schweine eine „Wohlfühlase“: Dort finden sie eine Infrarotkammer, in der sie sich aufwärmen können. Anstatt Nippeltränken stehen den „Schlürfsäufern“ im Aktivstall Schlürfwanen mit Frischwasserzufuhr zur Verfügung. Viele Bauern interessieren sich für diese Haltungsform, auch wenn sie kein Mitglied einer entsprechenden Initiative sind.

Sichere Abnahme

Den Schweinen geht es also prächtig – wie sieht es für Bäuerin Gabriele Mörxmann aus? Für sie ist es wichtig, dass ihr Absatz gesichert ist. Als Landwirtin ist sie die Kooperation mit Kalieber eingegangen, die das Schweinefleisch vermarktet. Dass alle Teile des Schweins verwertet werden, organisiert Kalieber über die Wurstproduktion bei der Muttergesellschaft Schulte Lastruper Wurstwaren mit der Marke „Glücksatt“ – sie steht für ein glückliches Schwein mit besserem Geschmack. Da die tierfreundliche Haltung auch mehr Geld kostet, kauft Kalieber das Fleisch von Gabriele Mörxmann teurer ein, was auch den Ladenpreis steigen lässt. Denn: Wenn der Verzehr generell abnimmt, muss die Ware an der Theke wertiger und hochpreisiger vermarktet werden – nur so bleibt der Umsatz stabil.

Mehr Stroh, bessere Aufschläge

Der LEH hat das erkannt und passt seine Strategie

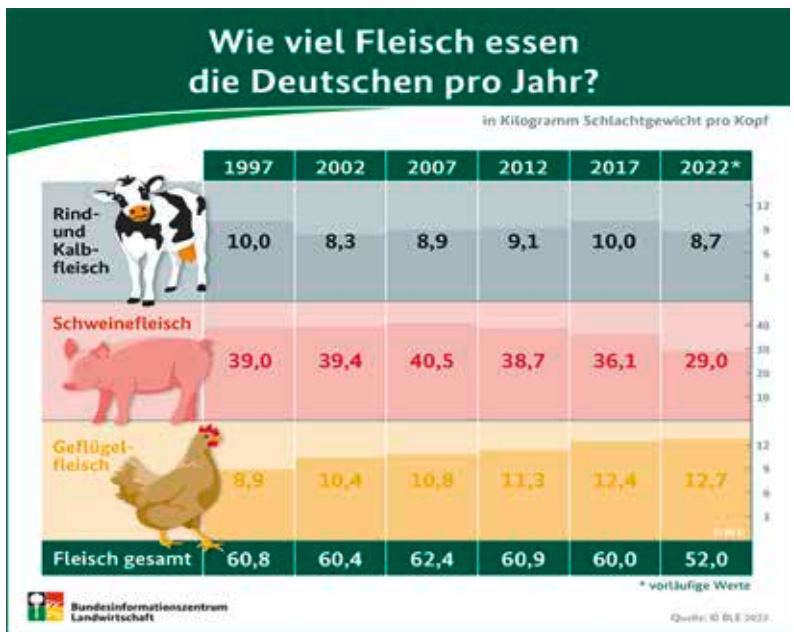
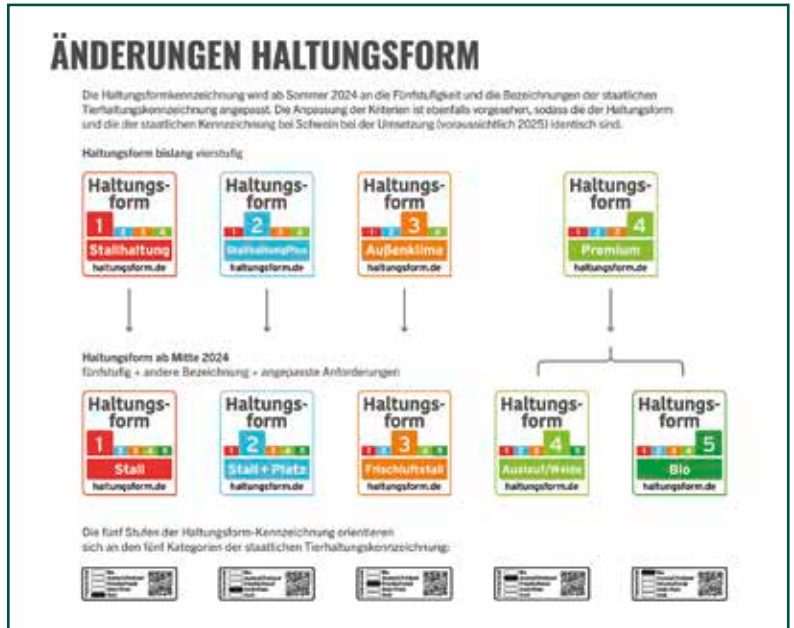


Etwa Bunte Bentheimer gehören zu den Rassen, die sich gut für die Freilandhaltung eignen.

an. Rewe baut national das Strohwohl-Programm aus. Die Initiative stammt vom Category Management der Rewe West. Die Marke Strohwohl steht für regionales Premiumfleisch aus artgerechter Aufzucht unter natürlichen Haltungsbedingungen. Dazu kommen Auslauf im Freien und kurze Transportwege. Kunden erhalten unter dieser Marke regionales Fleisch von Schweinen, die ausschließlich auf Stroh gehalten werden. Schweineaufzucht- und Mastbetrieb liegen nur drei Kilometer voneinander entfernt, zum Schlachtbetrieb sind es 22 Kilometer. Eine tiergerechte Verladung, kurze Fahrtzeiten sowie ausreichend Platz und Einstreu auf den Fahrzeugen sorgen für einen stressfreieren Transport der Schweine. Die hierfür eingesetzte Rasse ist in den meisten Fällen eine Einkreuzung vom deutschen Landschwein mit Duroc. Geschlachtet werden die Schweine im Durchschnitt mit einem Lebendgewicht von 150 Kilogramm und in einem Schlachtalter von siebeneinhalb Monaten. Die Klassifizierung spielt keine Rolle, der Landwirt bekommt festgelegte Aufschläge auf die aktuelle Notierung – und die können schon mal bis zu 40 Prozent mehr betragen. Rewe plant, den Thekenbereich in einer Vertriebsregion noch dieses Jahr komplett auf das Strohwohl-Programm umzustellen.

Zwei Sterne für Hofglück

Auch Edeka Südwest hat seit vielen Jahren ein vergleichbares Programm. Seit 2013 spielt das Hofglück-Schwein eine wichtige Rolle bei der Vermarktung. Die Marke Hofglück steht für Premium Schweinefleisch aus der Haltung auf Stroh und mit Auslauf. Die Marke ist mit zwei von zwei möglichen Sternen des Tierschutzlabels ausgezeichnet. Für die



ÜBER MICHAEL KELLER



Unser Experte ist Fleischermeister, Jäger und selbstständiger Fachberater für französischen Käse, Rindfleisch, Geflügel und Wein. Der Fachdozent für Geflügel und Wild, der sich seit 2017 zertifizierter Fleisch- und neuerdings auch Wildsommelier nennen darf, ist überdies Teambetreuer der Metzger-WM-Teams des Fleischsommelier Deutschland e.V. „Butcher Wolfpack“ und Jury-Präsident beim Kreativ-Award-Wettbewerb von Fleisch Marketing.

Bilder: BLE, Michael Keller

Tiere bedeutet das, dass sie kein gentechnisch verändertes Futter bekommen. Die Lieferantenbetriebe stammen alle aus dem Südwesten Deutschlands. In jedem Betrieb gibt es regelmäßige Kontrollen einer neutralen Zertifizierungsgesellschaft, die überprüft, ob der Betrieb noch mit den Hofglück-Richtlinien konform ist.

Es werden immer mehr Rassen in natürlicher Produktionsform mit Freiland angeboten, etwa das Schwäbisch Hallische Landschwein, das Duke of Berkshire, das Bunte Bentheimer, das Angler Sattelschwein oder Duroc. Je mehr Programme und Rassen es gibt, desto besser werden die Qualitäten – und die Händler können den sinkenden Pro-Kopf-Verzehr über höhere Einzelumsätze ausgleichen. Denn manchmal ist weniger mehr – und besser.

Die Statistik zeigt, dass der Fleischkonsum der Deutschen sinkt. Vor allem Schwein wird seltener gegessen.



GELBWURST

Im zweiten Teil unserer Wurst-Portrait-Serie stellen wir die Gelbwurst vor.



Wiederentdeckung traditioneller regionaler Wurstsorten an Bedeutung.

Was gehört hinein?

Gelbwurst wird aus Schweinefleisch, Speck und magerem Kalb- oder Jungrindfleisch hergestellt. Hinzu kommen Kochsalz, Eisschnee und Zitrone. Eine wichtige Komponente ist zudem die Gewürzmischung, die oft ein gut gehütetes Betriebsgeheimnis ist. Pfeffer, Ingwer, Kardamom und Macis sind in der Regel für den feinen Geschmack der Gelbwurst verantwortlich. Vor allem in Bayern gehört auch Petersilie dazu, die dem Brät die typischen grünen Einsprengsel verleiht.

Wie wird sie „verpackt“?

Wird Gelbwurst nach alter handwerklicher Tradition hergestellt, kommt sie in Naturdärme vom Schwein. Ursprünglich wurden diese mit Safran gelb gefärbt, heute verwendet man meist Kurkuma oder andere natürliche Farbstoffe. Der Naturdarm nimmt die Farbe besonders gut an und verleiht der Gelbwurst ein appetitliches, mattes Aussehen. Außerdem lässt die Edelhülle die Wurst „atmen“ und bringt so das feine Aroma optimal zur Geltung.

Wie wird sie hergestellt?

Die Gelbwurst gehört zu den Brühwürsten. Zuerst wird das fettarme Fleisch mit Kochsalz mehrmals langsam gekuttert, dann kommen bei höherer Geschwindigkeit nacheinander der Eisschnee und die Gewürze hinzu. Danach füllt man das Brät sofort in Naturdärme und gart die Würste etwa eine Stunde lang bei ca. 75 Grad Celsius.

Woran erkenne ich gute Qualität?

Eine handwerklich hergestellte Gelbwurst überzeugt durch ihren zarten Biss und ihr feines Aroma. Typisch ist die helle, weiße Farbe. Gelbwurst wird üblicherweise klassisch im Ring oder in Därme mit einem Kaliber von bis zu sechzig Millimetern und einem Gewicht von etwa einem Kilogramm abgefüllt.

Wie schmeckt sie am besten?

Gelbwurst eignet sich hervorragend als Belag für Brot oder Semmeln bzw. Brötchen. Sehr gut macht sich die Wurstsorte auch als Zutat in einem frischen Wurstsalat, beispielsweise kombiniert mit Radieschen, Zwiebeln und Äpfeln in einem frischen Senf-Dressing. Gelbwurst-Fans genießen ihre Lieblingswurst aber gern auch ganz pur „auf die Faust“.

Fun Fact:

Die Gelbwurst hat sogar das Zeug zum Filmstar: In einer populären Krimiserie aus München ist sie die Leibspeise des ermittelnden Kommissars und spielt damit in jeder Folge eine kleine, aber wichtige Rolle.

Mehr Infos gibt es unter www.naturdarm.de.

Wer hat sie erfunden?

Die Gelbwurst hat ihren Ursprung im 19. Jahrhundert in Bayern und wurde erstmals 1905 im Standardwerk „Anfertigung zarter Fleisch- und Wurstwaren“ beschrieben. Bis heute ist die Gelbwurst in Bayern und Baden-Württemberg fester Bestandteil der regionalen Küche und wird häufig zum Frühstück und Abendessen gegessen. Aber auch in anderen Bundesländern gewinnt sie im Zuge der



DELIKATES(S) DUO

Von Mitte April bis zum Johannistag (24. Juni) heißt es wieder: Spargel satt. Der Klassiker ist die Kombination mit rohem oder gekochtem Schinken. Dazu passen regionale Sorten ebenso wie internationale Schinkenspezialitäten.

Kirschen rot, Spargel tot“, so lautet eine Bauernregel zum Ende der Spargelzeit. Doch bis dahin landen auch in diesem Jahr tausende Stangen des einst königlichen Gemüses auf dem Teller. Ob weißer, grüner oder violetter Spargel – gekocht, gedünstet, gegrillt oder gebraten – mit der passenden Sauce, Fleisch oder Fisch ist das Gemüse ein Gaumenschmaus. Ob traditionell oder modern interpretiert, hier lässt sich mit einfachen Abwandlungen kulinarisch eine große Wirkung erzielen. Erfahrungsgemäß steigern Spargelgerichte die Attraktivität jeder Speisekarte.

Regionalität ist Trumpf

Auch Fleischereien können vom lukrativen Spargelgeschäft profitieren und die Kombination mit eigenen Schinkenspezialitäten preisgerecht anbieten – ob zum Mittagstisch, beim Partyservice oder Catering. Der beste und frischeste Spargel stammt fast immer aus der benachbarten Spargelregion, zum Beispiel Beelitzer Spargel in Brandenburg oder Schrobenshausener oder fränkischer Spargel in Bayern. Dass Spargel überhaupt in Deutschland professionell angebaut werden kann, geht auf den Zuzug und das Wissen von Hugenottenfamilien zurück. Die Regionalität spielt beim Spargel auch aus sensorischen Gründen eine entscheidende Rolle. Denn: je frischer desto besser. Stangen, die in den frühen Morgenstunden gestochen wurden, gehören im Idealfall mittags auf den Teller. Daher schwört nicht nur jede Region auf die Besonderheit ihres Spargels, sondern bietet auch individuelle Vorlieben hinsichtlich der Kombination mit weiteren Komponenten, etwa Schinken, Fleisch oder Fisch. Auf einer westfälischen Spargelplatte darf westfälischer Knochenschinken nicht fehlen, während entlang der Badischen Spargelstraße von Schwetzingen bis Scherzheim das Pendant aus dem Schwarzwald auf den Teller kommt. Gekochter Schinken wird in und um Beelitz bevorzugt, der Schrobenshausener Spargel von Weißbier, deftigem Schinken oder Nürnberger Würstchen begleitet. In Niedersachsen genießt man Nienburger Spargel mit Kräuterrührei. Neue Kartoffeln, zerlassene Butter sowie Sauce Hollan-

daise sind die klassischen Begleiter, die sich aber auch kreativ abwandeln lassen.

Für die Spargelzeit

Zwei edle Schinkenspezialitäten präsentiert die Wurst- und Schinkenmanufaktur Bedford zur Spargelzeit. Der Rindersaftschinken aus mageren Keulen junger Rinder wird in ein Netz eingezogen, dunkel geräuchert und gegart. „Alter Fritz“ heißt der luftgetrocknete Schinken aus der Oberschale, Unterschale und Schinkennuss, der ausschließlich mit Ursalz gewürzt und nach einem italienischen, arbeitsintensiven Naturreifungsverfahren zwölf Monate reift. Da er ohne Knochen geliefert wird, gibt es kaum Anschnittverluste. Doch nicht nur Schinken passt zum „königlichen Gemüse“. Für die Salami-Kugel Saltufo hier eine kreative Rezeptidee: Basilikum und Petersilie mit Knoblauch, Parmesan, Pinienkernen, Olivenöl, Zitronensaft und -abrieb sowie Gewürzen zu einem Pesto verarbeiten und gekochte, weiße Spargelstangen darin marinieren. Dazu die aufgeschnittenen Saltufo-Scheiben und als Beilage frisches Brot oder Röstkartoffeln. Den Klassiker gibt es auch im praktischen Becher von Bedford.

Ein vielfältiges Angebot an Schinken in verschiedenen Stückgrößen und Zuschnitten bietet Landler Schinken aus Peißenberg. „Unser Schinken wird aus frischem Fleisch von kleinen, streng



LAUWARMER SPARGEL Salat MIT PARMASCHINKEN



Zutaten: (für 2 Personen)

Für den Salat

100 g weißer und grüner Spargel,
25 g Butter, 30 g Pinienkerne,
50 g Rucola, 250 g Erdbeeren,
50 g Parmesan (gehobelt),
10 dünne Scheiben Parmaschinken, Salz,
Pfeffer, eine Prise Zucker

Für das Dressing

100 ml Olivenöl, 70 ml Balsamico bianco,
1 TL Honig, 1 TL mittelscharfer Senf,
Salz, Pfeffer

Zubereitung:

Für das Dressing Olivenöl, Balsamico, Honig und Senf miteinander vermischen und mit Salz und Pfeffer abschmecken.

Spargel waschen, den weißen Spargel zusätzlich schälen. Von beiden Sorten die holzigen Enden abschneiden und die Stangen schräg in ca. 2-3 cm lange Stücke schneiden. Butter erhitzen, den weißen Spargel zugeben und 3 bis 4 Min. leicht anbraten. Den grünen Spargel dazugeben und weitere 5 Min. leicht anbraten. Mit einer Prise Zucker, Salz und Pfeffer abschmecken, weitere 2 Min. leicht braten, vom Herd nehmen und anschließend 10 Min. mit 10 EL des Dressings marinieren.

In der Zwischenzeit Pinienkerne in einer Pfanne ohne Fett goldbraun rösten. Rucola und Erdbeeren waschen, die Erdbeeren je nach Größe halbieren oder vierteln und beides vorsichtig unter den Spargel heben. Mit Salz und Pfeffer abschmecken.

Anrichten: Den Spargelsalat auf den Teller verteilen, mit Parmesan und Pinienkernen bestreuen, mit dem restlichen Dressing beträufeln und je 5 Scheiben Parmaschinken daran drapieren.

kontrollierten Betrieben hergestellt. Handgewürzt mit Meersalz und natürlichen Gewürzen, frei von Geschmacksverstärkern und Phosphat“, sagt die Geschäftsführerin Franziska Hollandt-Schalk. Die Schinkenspezialitäten werden über Buchenholz geräuchert und in frischer Alpenluft langzeitgereift. „Qualität, die man schmeckt – handgemacht nach traditionellen Rezepten“, das ist die Devise. Die Firmenphilosophie lautet: traditionelles Handwerk, natürliche Zutaten, fernab von Massenproduktion. Seit 1993 ist die Schinkenmanufaktur im Pfaffenwinkel verwurzelt, mit überlieferten Familienrezepten aus Tirol, die von Geschäftsführer Franz Petreggers Opa stammen. Alle Schinken eignen sich als perfekte Begleitung zu Spargelgerichten.

Für viele ein perfekter Begleiter zu Spargel ist ein saftiger Schinken. Ob als klassische Röllchen, im Omelett oder als Gratin – Schinken mit Spargel schmeckt in der Regel der ganzen Familie. Der Kaminrauch-Schinken von Tannenhof wird schonend im eigenen Saft gegart und anschließend im Schwarzwälder Kaminrauch über Nadelhölzern dunkel geräuchert. Lorbeer, Koriander und Wacholder verleihen ihm dazu den herzhaft-würzigen Geschmack und sein unvergleichliches Aroma. Dieser und weitere Roh- und Kochschinkenspezialitäten aus dem Schwarzwald werden in der Spargelsaison als attraktive Aktionspakete angeboten.

Doch welcher Schinken – ob aus eigener Herstellung oder nicht – an der Fleischtheke am besten ankommt, entscheiden die Geschmacksvorlieben der jeweiligen Kundschaft vor Ort – der Kunde ist schließlich König.

Marco Theimer

DEUTSCHE SPARGELANBAUGEBIETE (AUSWAHL)

- **Baden-Württemberg:**
Rhein-Neckar-Kreis bei Schwetzingen, Oftersheim, Reilingen; Nordbaden: Spargelmarkt in Bruchsal, Hügelsheim (Landkreis Rastatt)
- **Bayern:**
Niederbayern: Altbayern: Schrobenuhausen; Franken: zwischen Erlangen und Nürnberg, Bamberger Umland, fränkisches Maindreieck
- **Brandenburg:** die Zauche rund um Beelitz; Beetz/Sommerfeld
- **Hessen:**
Kreis Groß-Gerau; südhessische Sandbodenregion westlich von Darmstadt
- **Niedersachsen:**
Landkreis Nienburg/Weser; südliches Osnabrücker Land
- **Nordrhein-Westfalen:**
die Senne bei Paderborn; Münsterland; Niederrhein: Spargeldorf Kessel
- **Sachsen-Anhalt:**
Altmark rund um Osterburg; Hohenseesen und Parchen (Jerichower Land)
- **Thüringen:**
gesamtes Thüringer Becken



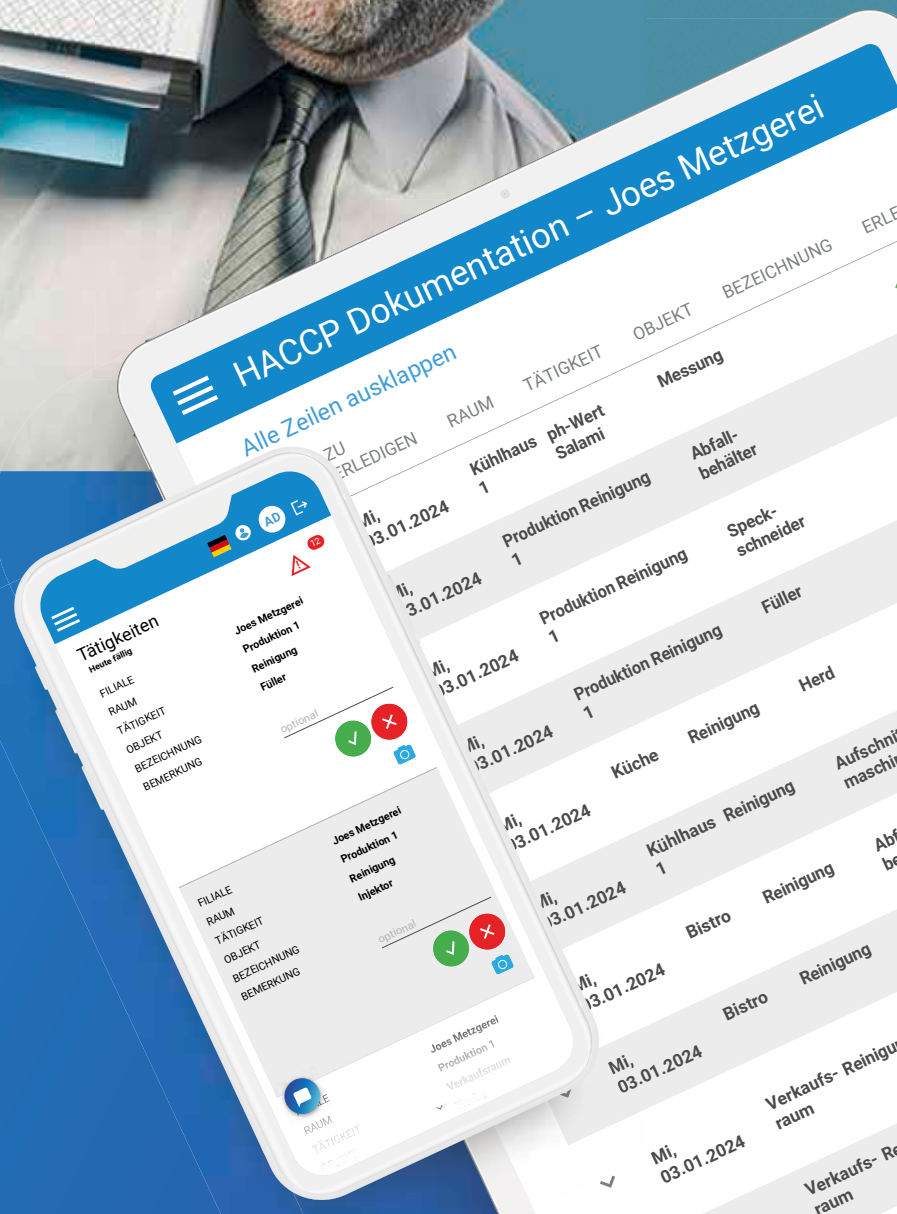


Erschlägt Sie die tägliche HACCP-Dokumentation?

Mit der HACCP APP erledigt sie sich fast wie von selbst.



**Jetzt
kostenfrei
testen!**





MEHR ALS EINE OPTION

Zwei große
Lebensmitteleinzelhändler
erklären, welche
Mehrweglösungen sie für
ihre Kunden bereithalten -
verpflichtend und
darüber hinaus.



Seit fast eineinhalb Jahren gilt das Mehrweggebot für To-Go-Gerichte in Restaurants. Pizzen, Pasta und Bowls werden ressourcenschonend verpackt. Was manchmal aus dem Blick gerät: Nicht nur Restaurants, auch der Lebensmitteleinzelhandel gibt Speisen zum Mitnehmen aus. Ergo ist er verpflichtet, eine Mehrweg-Alternative bereitzuhalten. Ein kleiner Skandal in der jüngsten Vergangenheit erinnerte die großen Händler daran: Die Deutsche Umwelthilfe verklagte u. a. einen Edeka-Markt, weil er kein Mehrwegsystem anbot. Eine Unternehmenssprecherin von Edeka erklärt, dass es sich dabei „[...] um einen bedauerlichen Einzelfall während der Einführungsphase des Regood-Mehrweg-Systems“ handelte.



Die Märkte der Edeka Minden-Hannover verwenden Behälter der Marke Regood, die mit dem Blauen Engel zertifiziert ist.

Negativen Berichten wie diesen wirkt die Edeka Minden-Hannover entgegen, indem sie das Thema Nachhaltigkeit anpackt. So kam etwa das Projekt „Auf ZukunftsWegen“ zustande. Dafür erarbeitete die Edeka Minden-Hannover zusammen mit dem WWF Deutschland 47 Umwelt- und Ressourcenschutzmaßnahmen, die von der Sortiments- und Marktgestaltung bis zur Informationsvermittlung reichen. Erst kürzlich erhielt der Marktkauf Bad Salzfluren die auf zwei Jahre befristete Auszeichnung, die auch ein optionales Mehrweg-Konzept einschließt. Um herauszufinden, mittels welcher Maßnahmen große Lebensmitteleinzelhändler das Mehrweggebot (über)erfüllen, haben wir bei der Edeka Minden-Hannover und Kaufland erfragt, wie ihre Mehrweglösungen aussehen. Nur soviel vorweg: Sowohl die Edeka Minden-Hannover als auch Kaufland werden den gesetzlichen Vorgaben gerecht und bieten ein Mehrweg-Pfandsystem für To-Go-Gerichte und Getränke sowie Lebensmittel für den Direktverzehr an.

Edeka Minden-Hannover nutzt Regood

Die Märkte der Edeka Minden-Hannover verwenden Behälter der Marke Regood, die mit dem Blauen Engel zertifiziert ist. Der Pfandwert liegt bei einem Euro für einen Becher und fünf Euro für eine Bowl. Nach dem Gebrauch gibt der Kunde den Regood-Artikel im Markt zurück, der ihn unter strengen Hygienevorgaben reinigt und an den nächsten Kunden ausgibt. Alternativ können Märkte für Speisen auch Einwegbehälter aus Pappe anbieten. Für Getränke besteht die Pflicht zum Mehrwegangebot.

Günstige FairCups bei Kaufland

Auch Kaufland kooperiert mit einem Hersteller von Mehrwegbehältern. Das Unternehmen hat sich für die Marke FairCup entschieden. Julia Herrmann ist

Leiterin des Warengeschäfts bei Kaufland und erklärt das System: „An unseren Beidientheken füllen wir den Kunden auf Wunsch Antipasti, Cremes, Mett oder Frischkäse in die FairCups. Dafür zahlen sie 1,50 Euro Pfand pro Behälter mit Deckel.“ Am Leergutautomaten geben die Kunden ihre Behälter zurück. Anders als bei der Edeka Minden-Hannover reinigt Kaufland die Boxen nicht selbst. Julia Herrmann sagt: „Die Behälter gehen zurück in den Mehrwegkreislauf von FairCup. Dort werden die Becher bis zu tausendmal gespült und anschließend recycelt.“ Da die Becher nicht bedruckt sind, werden sie vollständig in Granulat zurückgeführt und komplett recycelt.

Option 2: Das Tablett

Beide Unternehmen berichten von einer zweiten Möglichkeit, auf Einwegverpackungen zu verzichten – quasi der Alternative zur Alternative. Sie besteht schlicht darin, dass Kunden ihre eigenen Behälter von zuhause mitbringen. Da diese von den Mitarbeitern im Servicebereich nicht berührt werden dürfen, stellen die Einzelhändler Tablettts bereit, auf denen sich Kunde und Mitarbeiter die Boxen reichen. „Mit dem Frischetablett haben wir eine praktikable Möglichkeit gefunden, Fleisch, Wurst und Käse nicht in Folie zu verpacken, sondern direkt in die Mehrwegboxen der Kunden zu legen“, erklärt Julia Herrmann. Dazu stellt der Kunde seinen geöffneten Behälter auf das Frischetablett und reicht es über die Theke. Das Tablett mit dem Behälter wird direkt auf der Waage befüllt. So wird nur das Nettogewicht der Speise berechnet und der Mitarbeiter kommt nicht in Kontakt mit dem privaten Behälter des Kunden.

Mehrweg als Zukunftsweg

Im Rahmen des Konzepts „Auf ZukunftsWegen“ gibt auch Edeka Minden-Hannover Kunden die Möglichkeit, ihre eigenen Behälter mitzubringen und im Markt befüllen zu lassen. Verantwortet wird die Umsetzung von einem Nachhaltigkeitsbeauftragten, den ein Markt verpflichtend einstellen muss, wenn er sich um die Auszeichnung bemüht. Eine Unternehmenssprecherin erklärt: „Durch den Einsatz von Tablettts kommen die Mitarbeitenden und auch die Bereiche hinter der Theke nicht mit den Kundenbehältnissen in Berührung.“ Weitere Vorteile für die Kunden: Der Pfandbetrag und die Rückgabe im Markt entfallen. Für Neueinsteiger empfiehlt die Edeka Minden-Hannover seine Mehrweg-Dosen der Eigenmarken Gut & günstig oder Edeka zuhause.

Ob und welches Mehrwegkonzept ein Markt anbietet, ist bei Edeka zum Großteil den selbstständigen Kaufleuten überlassen. Pflicht ist ein entsprechendes Konzept dann, wenn ein Markt Lebensmittel zum Direktverzehr ausgibt.

Denise Kelm



WIR SUCHEN DEUTSCHLANDS BESTE FLEISCHTHEKE

JETZT BEWERBEN!



Um die Bewerbungsunterlagen herunterzuladen gehen Sie auf www.fleischnet.de/bestefleischtheke24 oder scannen Sie den QR-Code!
Um sie in gedruckter Form zu erhalten, schreiben Sie an nebenstehende Adresse!

TEILNAHMESCHLUSS: 02.08.2024



Förderer des
Kreativ-Awards:

BORD BIA
IRISH FOOD BOARD



Weitere Infos zum
Wettbewerb



Redaktion Fleisch Marketing
Kreativ Award 2023
B&L MedienGesellschaft
Garmischer Straße 7
80339 München
Tel.: 089 370 60 0
E-Mail: muc@blmedien.de

EDELSTAHL STATT FOLIE



Nachhaltigkeit, Komfort und Effizienz können Hand in Hand gehen - das zeigt der Einsatz des Mehrwegsystems in der Landmetzgerei Setzer.

Nachhaltigkeit und ein hohes Maß an Tierwohl durch geeignete Haltungsformen – dafür steht die Landmetzgerei Setzer aus dem Hohenlohekreis in Baden-Württemberg. Deshalb praktiziert das Familienunternehmen die From-nose-to-tail-Philosophie und demonstriert so die ethische Verantwortung gegenüber den Tieren im Metzgeralltag. Als QS-zertifizierter Betrieb bezieht Metzgermeister und Diplom-Fleisch-Sommelier Volker Setzer seine Tiere regional aus Hohenlohe und legt bei der Verarbeitung großen Wert auf eine moderne Produktion und traditionelle Fertigung.

Konsequent nachhaltig

In drei der Filialen, die frisch zubereitete Mittagstischspeisen anbieten, sowie beim unternehmens-eigenen Partyservice und Seniorencatering verwendet Setzer die ressourcensparende Mehrweg-Verpackungen aus lebensmittelunbedenklichem Edelstahl, der keine Mikroplastikpartikel an die Speisen abgibt: Hierfür hat die Landmetzgerei das eatTainable Mehrwegsystem von Rieber – Hersteller von modernen und digitalen Küchentechnologien – eingeführt. Es ermöglicht den Kunden ohne zusätzliche Kosten einzukaufen. Denn die insgesamt über 200 Edelstahl-Mehrwegboxen werden pfandfrei ausgegeben und können anschließend jederzeit an den vorgesehenen Automaten zurückgegeben werden, die außerhalb der Filialen installiert wurden und damit unabhängig von den Öffnungszeiten sind.

„Uns liegt die Nachhaltigkeit genauso am Herzen wie unsere Produktqualität. Deshalb haben wir uns für eatTainable von Rieber entschieden“, erklärt Volker Setzer seine Beweggründe für die digitale Mehrwegorganisation. Die digitale Verwaltung ver-

Die Boxen werden pfandfrei an die Kunden ausgegeben. Diese bringen sie später über die Rückgabeautomaten zurück, über die App und einen QR-Code wird die Rückgabe digital erfasst und quittiert (Bild unten).



einfach dabei die Rückgabe und Reinigung der wiederverwendbaren und in der Mikrowelle erheizbaren Edelstahlboxen, was den Prozess sowohl für Kunden als auch für den Metzgereibetrieb effizient und benutzerfreundlich macht. Ein weiterer Vorteil der digitalen Mehrweglösung ist die Rückverfolgbarkeit der Edelstahlbehälter – das beugt verschwundenen Behältern und Kosten für den Ersatz vor. Dies wird von den Kunden sehr gut angenommen.

Nachverfolgung per App

Um eatTainable nutzen zu können ist lediglich eine einmalige Registrierung der Kunden in der App notwendig. Dabei erhalten sie ihren individuellen QR-Code für die Teilnahme am Mehrwegsystem.

In der Metzgerei wird bei der Mitnahme der QR-Code des Behälters dem QR-Code des Kunden zugeordnet, der Kunde sieht in der App eine Auflistung all seiner geliehenen Behälter sowie den letztmöglichen Rückgabetermin. Bei der Behälterrückgabe über den Rücknahme-Automaten wird der Behälter zurückgebucht und das Behälter-Saldo des Kunden in der App wieder ausgeglichen. Nach einer professionellen Reinigung werden die Mehrweg-Behälter wieder an der Theke der Landmetzgerei Setzer ausgegeben. Benachrichtigungen per E-Mail sind ebenfalls möglich. Sollten Behälter ausnahmsweise ihren Weg nicht zurückfinden, können Sie dem jeweiligen Kundenkonto dann ebenfalls automatisiert nachbelastet werden.



Wählen Sie die INNOVATION DES JAHRES 2023!

Entscheiden Sie, welche
Innovationen aus den Angeboten
der Fleischwaren- und
Feinkostindustrie herausragen!

Füllen Sie dafür spätestens
bis zum 19. April 2024
den Online-Fragebogen aus:
www.fleischnet.de/idj23

Foto: Rogatnev_stock.adobe.com



**TEILNAHMESCHLUSS:
19.04.2024**

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Alle eingehenden Stimmen
nehmen an einer Verlosung teil.
Den Gewinnern erwarten
eine von diesen Prämien:



Smeg Küchenmaschine



The Illusionst Gin

DIE ZUKUNFT IST SMART



Nicht nur für die Kunden, auch für Verantwortliche im Einzelhandel kann Künstliche Intelligenz nützlich sein.

Die Digitalisierung macht auch vor dem Handel nicht halt. Die Verschmelzung von On- und Offline-Business wird sich in den kommenden Jahren ungebremst fortsetzen. Dabei werden Prozesse zunehmend automatisiert und Systeme immer stärker vernetzt. Innovative und mutige Retailer haben jetzt die Chance, sich einen Vorsprung am Markt und gegenüber der Konkurrenz zu sichern. Voraussetzung ist jedoch, dass sie sich mit neuesten Technologien ausstatten, um auf die gestiegenen

Bedürfnisse ihrer Kunden reagieren zu können.

Händler sind zunehmend mit sich rasch ändernden Anforderungsprofilen der Endkonsumenten konfrontiert. Ein neuartiges Einkaufserlebnis ist noch immer von großer Wichtigkeit, um sich auf Dauer von der Konkurrenz zu differenzieren und Kunden zu binden. Künstliche Intelligenz ist der neueste und stärkste Faktor, den es zu berücksichtigen gilt, denn das Potenzial der Technologie geht weit über das hinaus, was ChatGPT und grafische Tools seit dem vergangenen Jahr popularisiert haben.

Doch ist es nicht damit getan, nur einzelne Aspekte des Retail-Geschäfts KI-Algorithmen zu überlassen und ansonsten alles beim Alten zu belassen. Der größtmögliche Mehrwert entsteht, wenn das gesamte Ladenkonzept rund um KI strukturiert wird – doch wie kann dies aussehen?

Besser: Rundumpakete

In den letzten Jahren war ein deutlicher Trend hin zu neuen Checkout-Systemen zu verzeichnen. Sie dienen nicht nur dazu, Prozesse und Abläufe in Ausnahmesituationen zu optimieren, sondern ermöglichen auch im normalen Geschäftsbetrieb einen kundenorientierten Service und ein schnelles Einkaufserlebnis – natürlich nicht zuletzt aufgrund von Self-Checkout-Konzepten.

Doch es ist noch viel mehr möglich – beispielsweise im Verbund mit einer mobilen App sowie einer dazugehörigen Validierungseinheit. Per App könnten Endverbraucher auf ihrem Smartphone Barcodes von gewünschten Produkten scannen, bevor sie diese in den Einkaufskorb legen. Anschließend lassen sich die Einkäufe am Checkout verifizieren. Eine auf Künstlicher Intelligenz basierende Plattform kann dann den Einkauf dort validieren – dank mehrerer Gewichtssensoren und Computer Vision, also die Möglichkeit aussagefähige Informationen aus Bildern zu gewinnen, in wenigen Sekunden.

Das ermöglicht es auch, dass an einer Checkout-Station im gleichen Zeitraum wesentlich mehr Kunden bedient werden können als an einer konventionellen Kasse. Dazu kommen wirtschaftliche Vorteile durch die Optimierung des Einkaufsprozesses, die Reduktion von Warenverlusten und Inventurdifferenzen sowie zuverlässige Fraud Detection. Kunden empfinden Kontrollen als störend und teils übergriffig, doch durch intelligente Systeme lassen sich alle Einkäufe unauffällig scannen, ohne dass sich die Kunden unnötig kontrolliert fühlen. Im Fall, dass et-

was nicht stimmen sollte, ließen sich Käufer über die App dezent darauf hinweisen, welches Produkt möglicherweise fehlt und noch gescannt werden muss.

Neue Konzepte denken

Soweit lässt sich der reine Checkout-Prozess neu gestalten, doch mit KI kann das gesamte Konzept des Ladeneinkaufs neu gedacht werden – und zwar auch aus Sicht der Betreiber. Beispielsweise die Bestandsaufnahme: Noch immer ziehen Mitarbeiter täglich durch die Gänge und überprüfen den Füllstand der Regale. Das Personal entscheidet dabei selbst über eine eventuelle Nachbestellung oder Nachproduktion. Dies geschieht vor allem auf Basis von subjektivem Empfinden und individueller Erfahrung.

Ins Regal integrierte Wägesensoren und ein intelligenter Schwerpunkt-Algorithmus können hier helfen. Damit wird jede Warenentnahme gramm- und zentimetergenau erfasst und analysiert. Bei der Einteilung in einzelne Fächer bietet das System idealerweise maximale Flexibilität – ganz gleich, ob zwei, sechs oder zehn Fächer pro Etage benötigt werden. Droht ein leeres Regal, lassen sich entsprechende Maßnahmen einleiten, die die Wiederbefüllung in Gang bringen – etwa das automatische Vorheizen von Backöfen sowie Push-Benachrichtigungen an die verantwortlichen Mitarbeiter über Smartphone, Headset, E-Mail, etc.

Noch weiter gedacht: Hat ein intelligentes Regalsystem genügend Daten gesammelt, so ließe sich die Gebäckproduktion an Wochentage, Uhrzeiten und sogar an das jeweilige Wetter anpassen, denn die Nachfrage nach frischen Brötchen variiert je nach Tagesverlauf und Wetterlage. Idealerweise verfügt eine solche Lösung obendrein über eine dynamische, automatisierte Preisanpassungsfunktion. Sollte kurz vor Schließung des Geschäfts etwa noch eine große Menge einer Gebäcksorte übrig sein, reduziert das System automatisch den Preis und ermöglicht eine gezielte Abverkaufspromotion. Sowohl die bedarfsgerechte, datengestützte Nachproduktion als auch die dynamische Preisanpassung mit gezielten Werbeaktionen tragen obendrein erheblich zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung bei.

Verschmelzung von On- und Offline

Mit intelligenten Systemen können Händler eine zu jeder Zeit sichergestellte Verfügbarkeit ihrer Waren gewährleisten und erzeugen auf diese Weise im Shop ein ähnliches Einkaufsumfeld, wie die Verbraucher es von großen E-Commerce-Plattformen gewohnt sind. Noch weiter verschmelzen lassen sich Online- und Offline-Szenarien mit intuitiven Retail-Apps.

Der Mitarbeiter kann so eine Bestellung direkt an der Waage im Laden oder via Tablet veranlassen, bevor sie dann in einer zentralen Datenbank verwaltet wird, die über eine Schnittstelle an die Waagensoftware angedockt ist. Darüber hinaus bietet eine Retail-App maximale Transparenz über die bestellten Produkte, da Informationen wie Herkunftsdaten, Allergene, andere Inhaltsstoffe oder Rezepte einfach in den Bestellprozess eingebaut werden können.



Das Bizerba SmartShelf (Bild oben) ist ein Tool für das Bestandsmanagement. Das Loss Prevention System SuperSmart aus dem Hause Bizerba (Bild unten) ist eine Scan-&-Go-Lösung und kann Kunden unaufdringlich darauf hinweisen, wenn ein Artikel noch nicht gescannt sein sollte.

Individualisierbare Leistungspakete

Für Retailer stellt sich die Frage, wie sie solche Projekte ohne hohe Investitionskosten umsetzen können und dabei von Anfang an Aspekte wie Life Cycle Cost (LCC) und Overall Equipment Effectiveness (OEE) im Blick behalten. Wer die richtigen Partner findet, kann wirtschaftlich enorme Vorteile für sich herauschlagen – Stichwort Smart Contracts.

Mit solchen Verträgen können Kunden Produkte passend zu ihrem Bedarf mit Serviceleistungen kombinieren – vom Grundbedarf bis hin zum Full Service, bei komplett planbaren Kosten. So lassen sich etwa individuell die Laufzeit auswählen oder weitere Services wie Schulungen oder Finanzierung hinzubuchen. Auf diese Weise profitieren Nutzer von der Qualität eines führenden Lösungsanbieters aus einer Hand, sind dem Wettbewerb einen entscheidenden Schritt voraus und schützen ihre Investition von Beginn an.

Die Kunden bezahlen nur die All-inclusive-Leistung und wählen individuell den Zeitraum und Bezahlmodus. Die Experten liefern und installieren die Neugeräte professionell, deinstallieren sie nach Ablauf der Vertragslaufzeit und tauschen sie je nach Wunsch durch die neueste Produktgeneration aus. Durch die optimierten Prozesse und Abläufe steigt die OEE und die Position im Wettbewerb, auch bei neuen Marktanforderungen, wird gestärkt.

Bilder: B&L MedienGesellschaft, Bizerba

Dreierlei Green Filets

Green Legend verstärkt im kommenden Jahr mit weiteren pflanzlichen Highlights das Veggie-Team. Die neue Dreierkette an Veganen Hähnchen Filets ist vielseitig – egal ob in der Pfanne, auf dem Grill oder pur als Snack zwischendurch. Und mit den drei Geschmackssorten Classic, raffinierter Sweet Pepper und würzige Spicy Herbs ist für alle etwas mit dabei. Alle Sorten werden ohne Soja, ohne Palmfett und ohne Geschmacksverstärker hergestellt. Das kommt gut an, wie auch die Zahlen beweisen: Denn der Absatz von Green-Legend-Produkten ist im 1. Halbjahr 2023 gegenüber dem 1. Halbjahr des Jahres 2022 um 26,5% gestiegen.

www.green-legend.com



Chicken für Fußballfans

TV-Koch Timo Hinkelmann hat erneut mit neuen Hähnchen-Kreationen der besonderen Art das Sortiment der Chicken

Schmiede gerockt. Es wurde wieder an außergewöhnlichen Geflügel-Produkten geschraubt und an deren Geschmacksrichtungen gefeilt. Der Aktionsartikel Hatrick Schwarz-Rot-Gold ist die ideale Grillplatte für die Genuss-Momente vor, während oder nach den spannenden EM-Spielen. Die saftigen Hähnchen-Medaillons gibt es in den drei Geschmacksrichtungen mit Pfeffer-, Paprika- und Curry-Marinade – ganz im nationalen Flaggen-Design des Ausrichters der bevorstehenden Fußball-Europameisterschaft.

www.wiesenhof.de



Kreislauffähiges PET

Mit dem Mono APET Floatfilm Peel bietet die Prepacgroup (ppg >) eine interessante Weiterentwicklung für den Verschluss von Aufschnittverpackungen. Das Konzept zielt darauf ab, die Anforderungen aus dem LEH zu erfüllen und gleichzeitig als Basis für kreislauffähige Verpackungen zu dienen. Das

Herzstück der schwimmfähigen Oberfolie ist die zertifizierte Recyclingkompatibilität ihrer Peelstruktur. Diese wurde vom Institut Cyclos HTP zertifiziert und erfüllt damit Best-Case-Design Kriterien im Lebensmitteleinzelhandel. Durch die

Verwendung von PET sollen auch flexible Verpackungen ihren Nutzen für die Circular Economy festigen.

www.prepacgroup.de



Vegan für Raubtiere

Das Unternehmen Löwenanteil stellt Fitnessgerichte für sportliche und gesundheitsbewusste Menschen her. Die Speisen sind proteinhaltig und sättigend. Jetzt gibt es zwei neue Produkte: das Erdnuss Curry und das Linsen Dal. Beide sind Bio-zertifiziert und vegan. Die fertigen Gerichte sind im Glas erhältlich und müssen vor dem Essen nur erhitzt werden. Das Erdnuss Curry enthält neben Erdnussbutter auch Kokoscreme und Sojaschnetzel. Die

Würzung mit Ingwer ist fruchtig-scharf. Das orientalisch gewürzte Linsen Dal enthält Rote Linsen und Hack aus Erbsenprotein. Beide Mahlzeiten sind über den Onlineshop von Löwenanteil verfügbar. www.loewenanteil.com



Pflanzlich für Kinder

Die Rügenwalder Mühle holt jetzt wirklich alle an einen Tisch:

Das Familienunternehmen launcht die ersten Produkte seiner neuen Range „Abenteuer Spaß“ für Kinder. Das sind pflanzliche Produkte, die den Nährwertempfehlungen der WHO für Kinder entsprechen. Von

einem womöglich bevorstehenden Werbeverbot sind sie daher nicht betroffen. Zuerst kommen zwei Klassiker auf den Markt: Die Vegane Abenteuer Mortadella mit Sonnenblumenprotein und der Vegane Abenteuer Streich mit Erbsenprotein, eine kindergerechte Version der Veganen Pommerschen der Rügenwalder Mühle. Eine Aktivierung relevanter Kanäle ist geplant, so sollen bis zu 350 Millionen Kontakte entstehen. www.ruegenwalder.de



Party-Mix zur Grillfete

Das Highlight im Würstel-Sortiment von Wiesbauer ist auch in der diesjährigen Saison der Party Mini Mix mit 14 Mini-Würstel in der 300 Gramm-Packung: Enthalten sind vier Mini Käsekrainer sowie je fünf Mini Bratwürstel und Mini Frankfurter. Großer Beliebtheit erfreuen sich außerdem die Wiesbauer Käse Griller. Sie werden wie die klassischen Wiesbauer Käsekrainer mit österreichischem Emmentaler hergestellt, sind aber dünner im Kaliber und deshalb noch zarter und feiner im Geschmack. Wer es scharf mag, wird die Chili Käse Griller mögen, bei denen der Käse zusammen mit Chili-Stückchen in die Grillwürste

eingearbeitet wird. www.wiesbauer.at



Veganer Nudelsalat

Inzwischen landen immer mehr pflanzliche Alternativen auf dem Grillrost. Entsprechend ergänzt Popp kontinuierlich sein Angebot. Da beim Grillen Nudelsalat nicht fehlen darf, führt Popp jetzt zum 1. April einen neuen Veganen Nudelsalat ein. Er wird mit veganer Wurst nach Art einer Fleischwurst auf Basis von Rapsöl und Sonnenblumenmehl sowie mit Gemüse hergestellt. Die Packung mit 220 Gramm Inhalt ist wiederverschließbar. Dass vegan gut schmeckt, beweisen auch hier die Verkaufszahlen: 2023 stieg der Absatz veganer Walter Popp Feinkostsalate um 15 Prozent von knapp 5 Mio. auf rund 5,7 Mio. verkaufte Packungen. www.popp-feinkost.de



Schnitzel mit Gewinnchance

Die Fixen Schnitzel in der Geschmacksrichtung Senf-Kräuter sind neu bei Wiesenhof. Senf und Kräuter sind laut der achten Wiesenhof Grillstudie besonders beliebt bei den Deutschen und ergeben somit eine perfekte Mischung: Kräuter-würzig liegt auf Platz eins und der Senf-Geschmack auf Platz fünf der beliebtesten Gewürze und Marinaden. Die Hähnchenschnitzel sind so dünn geschnitten, dass sie fix in der Halbzeit-Pause gegrillt werden. Mit etwas Glück können Grill-Fans Stadion-Karten für die Fußball EM ergattern. Wiesenhof verlost im Aktionszeitraum bis 31. Mai 2024 täglich zwei VIP-Tickets. www.wiesenhof.de



Grillen, Bier und Fußball

Pünktlich zur Fußball-Europameisterschaft 2024 in Deutschland bringt Wiesenhof neue Bruzzler in den Handel. Die Limited Edition Bruzzler Hopfen & Malz kombiniert die drei Leidenschaften Grillen, Bier und Fußball. Die Neuheit zeichnet sich durch leckere Gewürze wie Ingwer, Koriander, Piment, Zwiebeln und Kräuter aus, die mit einer Note Hopfen und Gerstenmalz verfeinert wurden. Natürlich ist die Geflügelbratwurst ohne Alkohol. Der Bruzzler Hopfen & Malz sticht insbesondere durch seine aufmerksamkeitsstarke Packung hervor. Ein echter Hingucker in jedem Kühlregal und ideal für die bevorstehende Fußball-EM. www.wiesenhof.de



Leidenschaften Grillen, Bier und Fußball. Die Neuheit zeichnet sich durch leckere Gewürze wie Ingwer, Koriander, Piment, Zwiebeln und Kräuter aus, die mit einer Note Hopfen und Gerstenmalz verfeinert wurden. Natürlich ist die Geflügelbratwurst ohne Alkohol. Der Bruzzler Hopfen & Malz sticht insbesondere durch seine aufmerksamkeitsstarke Packung hervor. Ein echter Hingucker in jedem Kühlregal und ideal für die bevorstehende Fußball-EM. www.wiesenhof.de

Nachhaltiger Einkauf



Unter dem Motto „Mein engagierter Metzger“ stärkt nun Aoste die Bedienteheke, die Abwechslung, Beratung und die Möglichkeit der Verkostung bietet. Verbraucher können sich vor Ort von der

Geschichte und dem Geschmack der Produkte überzeugen – die besten Argumente für den Kauf der Spezialitäten. Der Einkauf an der Frischetheke gestaltet sich einerseits besonders nachhaltig, weil die Plastikverpackung eingespart werden kann. Andererseits wählen Verbraucher hier erfahrungsgemäß genau die Menge an Aufschnitt, die sie benötigen. So kann der Thekenbesuch auch der Lebensmittelverschwendung entgegenwirken. www.aoste.de

Pflanzliche Bratwürste

Tindle Foods führt die neue Produktlinie Tindle Bratwurst auf dem deutschen Markt ein. Diese wird die drei Varianten Bratwurst Hähnchen Art, Käse-Bratwurst und Chili-Bratwurst enthalten. Die Tindle Bratwurst ist zunächst in einigen Regionen bei Edeka erhältlich sein und ist ab sofort für alle Einzelhändler bestellbar. Alle neuen Tindle Bratwürste zeichnen sich durch einen Darm auf Algenbasis aus, der für einen knackigen Biss und besten Geschmack sorgt. Hergestellt aus einfachen, hochwertigen, nicht gentechnisch veränderten Zutaten wie Sojaprotein, Kokosnussöl und Haferfasern, sind die Bratwürste von Tindle auch eine gute Quelle für Proteine und Ballaststoffe. www.tindle.com



Grillgaudi

Almdudler lädt auch in diesem Jahr zur erfrischend Grillgaudi ein. Partner der landesweit im deutschen LEH, GAM und C&C stattfindenden und reichweitenstarken Promotion ist erneut die Premiumgrillmarke Napoleon. Jeder, der Almdudler (unabhängig von Sorte und Gebinde) kauft, hat die Chance einen von 200 Napoleon Griller zu gewinnen. Dazu lädt man den Einkaufsbeleg auf grillgaudi.de hoch. Zum Griller gibt es zusätzlich ein Erfrischungspaket mit Almdudler Original und Almdudler Zuckerfrei. Für eine impulsstarke Aktivierung sorgen feurige POS-Aufbauten, eine Grillgaudi-Display-Hütte sowie Zweit- und Kistenplatzierungen. www.almdudler.com



Nachhaltigkeit ist erst der Anfang.

Wir haben schon viel geschafft in der Schweineproduktion.
Das gibt uns Energie für mehr.

Unser Benchmark: Ab 2025 nur noch nachhaltig produziertes Soja.
Und neue Proteinquellen, z. B. aus Algen oder Gras aus Dänemark.



Dänischer Fachverband der Land- & Ernährungswirtschaft
fachinfo-schwein.de

