

Delicarne

MAGAZIN

**Unterwegs mit dem
mobilen Metzger**

Matthias Kürten hat ein
rollendes Schlachthaus

**Rückblick auf
die Warenbörse**

Netzwerken beim
großen Dagema-Treff



Top-Seller-Angebote für Dezember auf den Seiten 14 bis 19

FISCH FRISCH PRÄSENTIEREN – NACHHALTIG VERPACKT.

DIE SMARTE LÖSUNG AUS rPET FÜR FISCHPLATTEN

VORTEILE AUF EINEN BLICK:

- Für Fisch wie Lachs & Co. – ideal für Ihre Produkte
- Nachhaltig – bis zu 100 % rPET, recyclingfähig & rußfrei
- Beste Präsentation – schwarz (-rußfrei) oder transparent highlighted jedes Produkt
- Hygienisch & innovativ – Rippendesign nimmt Flüssigkeit zuverlässig auf
- Effizient – mittige Auflagefläche erleichtert die Automatisierung
- Praktisch – stapelbar, entnestbar und damit platzsparend
- Robust & durchdacht – stabile Ränder mit spezieller Verrippung
- Natürlich inspiriert – Rippenstruktur angelehnt an Lachsmaserung
- in 210 x 145mm erhältlich - weitere Formate folgen

Mono-Verpackungen von silver plastics® - DESIGNED FOR RECYCLING

Lassen Sie uns gemeinsam nachhaltige Lösungen schaffen! Kontaktieren Sie uns jetzt!
www.silverplastics.de • tuchscherer@silverplastics.de • +49 (0) 2241 - 8808 0

Die Metzger werden gebraucht

Ein weiteres Jahr neigt sich dem Ende zu – ein Jahr, das unserer Branche manchmal viel abverlangt hat. Doch gerade in diesen herausfordernden Zeiten zeigt sich die wahre Stärke unseres Handwerks: Wir halten zusammen!

Die Metzger in Deutschland arbeiten mit Leidenschaft, mit Tradition und einem tiefen Verantwortungsgefühl gegenüber der Kundenschaft, den Mitarbeitenden sowie den Kolleginnen und Kollegen. Was die Menschen im Fleischer-Handwerk täglich leisten, geht weit über das bloße Produzieren von Lebensmitteln hinaus. Die Branche steht für Qualität, Regionalität, Nachhaltigkeit – und für echten Genuss.

Einer, der diesen Gedanken lebt, ist Matthias Kürten aus Wipperfürth. Mit seiner rollenden Fleischerei besucht er die Bauernhöfe im Bergischen Land. Er schlachtet und zerlegt direkt vor Ort – und die Menschen in der Region sind begeistert (unseren Bericht lesen Sie ab Seite 8).

Dagema-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 Fleischtechnik GmbH	05651 - 9214 0	37269	Eschwege	www.cassel-fleischtechnik.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
Gefleiga Bollig GmbH	02251 - 3104	53879	Euskirchen	www.gefleiga.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
Prechtl 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

Auch bei der „Warenbörse“, haben wir viele positive Signale empfangen. Die dort geführten Gespräche zeigten wieder einmal, mit wie viel Herzblut unsere Branche im Einsatz ist (ab Seite 26).

Die bevorstehenden Tage um den Jahreswechsel laden uns nun ein, innezuhalten. Nicht, um stehen zu bleiben, sondern um Kraft zu schöpfen. Denn die Metzger werden gebraucht – als Versorger, als Ausbilder, als Herzstück unserer Regionen. Das Handwerk hat Zukunft, wenn wir es gemeinsam gestalten. Die nächste Generation wartet bereits – sie muss gezeigt bekommen, dass es sich lohnt, Metzgerin oder Metzger zu sein.

Lassen Sie uns also mit Stolz auf das Erreichte blicken und mit Zuversicht ins neue Jahr starten. Wir wünschen Ihnen und Ihren Familien eine besinnliche Adventszeit, frohe Weihnachten und einen guten, kraftvollen Start ins neue Jahr!

Herzliche Grüße, Ihr DELICARNE-Team

- **5 SCHON GEWUSST?**
- MESSETERMINE, AUSBILDUNG, DAGEMA AKTIV UND GLÜCKWÜNSCHE

PORTRAIT 8

MATTHIAS KÜRTEN: UNTERWEGS MIT DEM ROLLENDEN SCHLACHTHAUS



- **20 NACHHALTIGKEIT & HYGIENE**
- NEUES VON TORK & COLGED
-
- **24 QUALITÄTSMANAGEMENT**
- DAGEMA-EXPERTIN INFORMIERT ÜBER NEUE GESETZE
-
- **26 WARENBÖRSE**
- NETZWERKEN BEIM BRANCHENTREFF IN DÜSSELDORF
-
- **33 BESTES VOM METZGER**
- BOCK AUF BOCKWURST
-
- **34 STEUERTIPP**
- AMLA UND FIU GEGEN GELDWÄSCHE

Delicarne Magazin 4 / 2025

21. 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.dagema.com

Redaktionsleitung:

Silvia Weidlich, Tel. +49 2154 4995-19
sweidlich@dagema.com

Redaktion:

Redaktionsbüro Ruhr
Appelt + de Haas GbR

Anzeigenverwaltung:

Mandy Schubert
Tel. +49 2154 4995-15
mschubert@dagema.com

Satz und Gestaltung:

Mandy Schubert

Druck:

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

Bildnachweis:

Titelbild: Daniel Elke
Andreas Brücklmair, Daniel Elke, Fehrman, Firma Walter Wiedemann, Freepik, Pixabay

Abonnementsbedingungen:

Jahresabonnement 22 Euro
Einzelpreis 5,50 Euro
Der Bezugspreis für Fachgroßhändler der Dagema eG ist im Beitrag enthalten.

NEU

Erscheinungstermine
für 2026:
März, Juni, September
und Dezember

Messetermine 2026



Foto: Fehrmann

3 junge Menschen starten eine **Karriere in der Welt des Genusses**: Roman Steuding, Benedikt Rützel und Louis Stern (vorne, v. li.) haben in diesem Jahr ihre Ausbildung bei unserem Partner **Fehrmann** begonnen. Das Familienunternehmen aus **Fulda** beliefert seit mehr als 85 Jahren Metzger, Gastronomen und Privatpersonen mit allem, was sie brauchen – von Gewürzen bis Maschinen. Mehr Informationen über eine Ausbildung bei Fehrmann im **Azubi-Podcast**: www.fehrmann.de.

Ein Klassiker in der Profiküche

Advertisorial

Die „HOMANN Salat Mayonnaise“ gehört in vielen Profiküchen einfach dazu. In diesem Jahr wurde das Flaggschiff der Traditionsmarke erneut von der DLG mit den „Preis für langjährige Produktqualität“ ausgezeichnet.

Besonders ergiebig, vielseitig einsetzbar

Die „HOMANN Salat Mayonnaise“ ist auf die Anforderungen in Gastronomie, Catering und Snack-Zubereitung zugeschnitten. Die „Nr. 1 im deutschen Mayonnaise-Markt“* eignet sich zur Herstellung und Verfeinerung von Salaten, Saucen oder Dressings. Und dank ihres ausgewogenen Geschmacks passt sie auch pur zu Pommes und Co.

Hitzestabil und bindefähig

„HOMANN Salat Mayonnaise“ punktet mit Hitzestabilität: In Speed-Öfen oder unter Wärmelampen behält sie ihre Konsistenz. Sogar wenn Flüssigkeit oder säurehaltige Zutaten wie Zitronensaft hinzugefügt werden, bleibt sie standfest. So sehen Salate, Dressings und Dips auch nach längerer Zeit noch appetitlich aus.

Praxisgerechte Gebinde

Erhältlich ist die „HOMANN Salat Mayonnaise“ in verschiedenen Gebindegrößen. Wer einen hohen Verbrauch hat, greift zum 10- oder 5-Kilogramm-Eimer. Für die Snack-Herstellung gibt es die 875-Milliliter-Profitube. Tuben und Portionsbeutel runden das Sortiment ab.



Inspiration für Profis

Auf www.homann-foodservice.de stehen Rezepte zur Verfügung. Außerdem gibt es dort den „Mayonizer“. Das Tool zeigt, wie sich „HOMANN Mayonnaise“ kreativ verwandeln, verfeinern und veredeln lässt.

Schon gewusst?



Spannende Einblicke in die Salzproduktion bei Saline Austria

Bestehende Partnerschaften stärken und Impulse für eine gemeinsame Zukunft setzen – das ist die Idee von „Dagema Aktiv“. In diesem Jahr ging es nach Ebensee in Österreich. Dort befindet sich der Hauptstandort von Saline Austria, einem führenden Unternehmen in der Salzproduktion und -verarbeitung.

Rohstoff für die Metzgereien

Zu Beginn der zweitägigen Reise ins Salzkammergut bekamen die Gäste aus Deutschland einen umfassenden Überblick der Geschäftstätigkeiten des Unternehmens und Informationen zur Bedeutung von Salz



als Rohstoff für die Industrie, insbesondere für die Metzgereien. Im Anschluss daran besichtigten sie die Produktionsstätten und die riesigen Lagerhallen. Ebenfalls auf dem Programm der „Dagema Aktiv“-Teilnehmer: eine „Unter Tage“-Tour ins älteste Salzbergwerk der Welt. Bei einer Führung durch die „Salzwelten“ in Hallstatt erfuhren sie eine Menge über die jahrtausendealte Tradition der Salzgewinnung.

Stärkere Partnerschaft

„Unser Besuch hat die Grundlage für eine noch stärkere Partnerschaft gelegt, die von gegenseitigem Respekt, Wissenstransfer und Innovation geprägt sein wird“, sagte Dagema-Vorstand Oguz Dokuzlar. „Wir haben nicht nur Einblicke in die Salzproduktion bekommen, sondern auch in die Potenziale für zukünftige Kooperationen.“

Viele Eindrücke: Stollen voller Wasser und Pyramiden aus Salz (re.) sowie ausgestellte Salzkristalle (li.).



Beeindruckende Kulisse: Die Teilnehmer der „Dagema Aktiv“-Tour vor einem gigantischen Salzberg (oben).



iCombi Pro. iVario Pro.

Und plötzlich ist viel mehr möglich.



Jetzt anmelden und mehr erleben.
rational-online.com

RATIONAL

WIR GRATULIEREN



Familientradition in fünfter Generation

FIRMA WALTER WIEDEMANN FEIERT 125-JÄHRIGES BESTEHEN

125 Jahre ist es her, dass sich Johann Wiedemann (1870-1930) in Augsburg als „Darm- und Saitlinghändler“ selbstständig gemacht hat. Er legte damit den Grundstein für einen Familienbetrieb, der mittlerweile in fünfter Generation geführt wird und mehr als 60 Mitarbeiter beschäftigt.

Die Firma Walter Wiedemann steht für Fachwissen, Erfahrung und Kundenorientierung. Im historischen Schlachthof-Quartier in Augsburg unterhält das Unternehmen eine moderne Kundendienstwerkstatt sowie große Verkaufs-, Lager- und Logistikflächen mit rund 7000 Paletten-Stellplätzen. Dort lagern zehntausende Artikel. Die Mitgliedschaft bei der Dagemat sichert eine vielfältige Produktpalette, hohe Verfügbarkeiten und kurze Lieferzeiten.

„Wir konnten in den vergangenen Jahrzehnten unseren Umsatz stetig steigern – auch in einem sich wandelnden Marktumfeld“, teilt die Familie Wiedemann im Jubiläumsjahr mit. „Kontinuität, Innovationsfreude und unternehmerisches Gespür haben uns zu einem verlässlichen Partner für Metzgereien, Gastronomiebetriebe und lebensmittelverarbeitende Unternehmen gemacht.“



Foto: Andreas Brücklmair



Foto: Firma Walter Wiedemann



Foto: Andreas Brücklmair

Attraktiver Arbeitgeber: Die Firma Wiedemann beschäftigt mehr als 60 Mitarbeiter.



Für Fleisch,
Fisch & Gemüse.
Für jeden
Küchentyp.
**Auf Lukull ist
immer Verlass.**

Erfahre mehr auf
ufs.com/lukull



Blick in die mobile Metzgerei: Matthias Kürten hat auf 15 Quadratmetern alles untergebracht, was er für seine Arbeit braucht.

Unterwegs mit dem rollenden Schlachthaus

Matthias Kürten hat das Thema Hausschlachtung zur Perfektion getrieben. Er arbeitet als mobiler Metzger in Nordrhein-Westfalen. Seit fast einem Vierteljahrhundert tingelt er mit Lkw und Anhänger über die Dörfer, besucht die Bauern – und schlachtet direkt bei ihnen auf den Höfen.



Tapp, tapp, tapp. Drei schnelle Schritte die Alu-Leiter rauf, dann ein kurzer Halt. Mit seiner linken Hand schiebt Matthias Kürten die weiße Plane des Anhängers beiseite – und schon steht er an seinem Arbeitsplatz: Auf 15 Quadratmetern hat der 47-Jährige alles untergebracht, was er für seine Arbeit braucht. „Willkommen in meiner mobilen Metzgerei!“

Der Tag begann für Matthias Kürten im nordrhein-westfälischen Wipperfürth. Um 6.30 Uhr ist der Metzger in seinen dunkelgrauen Pick-up-Truck gestiegen, hat die Adresse von Bauer Lucke ins Navi getippt und den Motor gestartet. Es folgte eine 30-minütige Fahrt über die Landstraßen nach Bergisch-Gladbach. „Ich bin meist in einem Umkreis von 125 Kilometern unterwegs“, sagt Matthias Kürten, „und ich arbeite ausschließlich für Endverbraucher und kleine landwirtschaftliche Betriebe.“

Seit 2004 als Schlachtbetrieb registriert

Der Fleischermeister hat sich den Namen „Mobiler Metzger“ gegeben. Es gab Zeiten, da war das in Deutschland ein Alleinstellungsmerkmal. Inzwischen haben auch andere diese Form des Arbeitens für sich entdeckt. Wohl aber darf der Mann aus dem Bergischen Land noch von sich behaupten, einst Deutschlands erster mobiler Metzger gewesen zu sein. Schon seit 2004 ist er als Schlachtbetrieb registriert, 2008 kam seine EU-Zulassung hinzu.

Groß geworden ist Matthias Kürten auf einem Bauernhof mit eigenem Hofladen. Seine Eltern haben ihm die Leidenschaft für die Landwirtschaft in die Wiege gelegt. Schon als Kind hat er miterlebt, wie die Tiere, die er tags zuvor noch gefüttert hatte, geschlachtet wurden.

„Wenn man so aufwächst, ist es naheliegend, eine Ausbildung zum Metzger zu machen“, sagt Matthias Kürten.

Weil er einst als Berufsanfänger in den großen Schlachthöfen gesehen habe, wie die Tiere im Sekundentakt nach langer, qualvoller Fahrt getötet wurden, sei ihm klargeworden, dass er selbst einen anderen Weg gehen wollte. Damals wie heute war das Wohl der Tiere sein Antrieb. „Klar, ich muss auch Geld verdienen. Aber das war für mich nie das Wichtigste.“

In den ersten Jahren seines Metzger-Daseins fuhr der junge Matthias Kürten noch mit dem alten Renault seines Opas über die Dörfer, um auf den Bauernhöfen klassische Hausschlachtungen vorzunehmen. „Zerlegt haben wir die Tiere damals in der Garage oder im Heuschober. Da hab‘ ich dann ‘nen Tisch aufgebaut, und ‘nen Fleischwolf draufgestellt. Hygienemäßig war das nicht immer ganz so toll – da hab‘ ich mir gedacht: Das geht doch besser!“

Dann sah Kürten einen Anhänger bei Ebay. Die Auktion sollte am Heiligen Abend des Jahres 2001 enden. „Da saßen natürlich alle unterm Weihnachtsbaum. Keiner war mehr online – und ich hab' das Ding für 800 Mark bekommen“, erzählt Kürten. „So fing alles an.“

Die Startphase war gar nicht so einfach. Kürtens Metzgerkollegen schüttelten mit dem Kopf, als er sagte, er werde von nun an mit einem mobilen Mini-Schlachthof die Klein-Bauernhöfe der Region abklappern. Der Steuerberater, der ihm dafür einen Businessplan schreiben sollte, sagte: „Matthias, Du hast doch einen Knall!“ Und der Sachbearbeiter von der Fleischer-Innung dachte, Kürten wolle ihn auf den Arm nehmen: „Rufen Sie mich nie wieder wegen dieser komischen Idee an!“ Doch Kürten ließ sich nicht entmutigen.

Bei der Technik immer weiter aufgerüstet

Heute beschäftigt der 47-Jährige fünf Vollzeitkräfte. Im Laufe seines Berufslebens hat er mehr als zwei Millionen Euro in seine Firma investiert. In Wipperfürth hat er eine große Betriebshalle gebaut, und auch bei der Technik hat er immer weiter aufgerüstet. Schlachten, Zerlegen, Verarbeiten – inzwischen gibt's bei der mobilen Metzgerei alle Leistungen aus einer Hand, von der Weide bis zur Wurst.



Schlachten, Zerlegen, Verarbeiten:
Matthias Kürten legt Wert auf
Komplett-Service.



„Die Arbeit hat mir sofort großen Spaß gemacht!“



Fleischergeselle Bernhard Haarmann (26) arbeitet seit Anfang des Jahres in der mobilen Metzgerei von Matthias Kürten. Im Interview spricht er darüber, warum er sich dafür entschieden hat.



Herr Haarmann, wie kam es, dass Sie Metzger geworden sind?

Ursprünglich wollte ich Forstwirt werden. Aber da gibt es nicht so viele Stellen. Also habe ich mir einen neuen Plan überlegt. Mein Onkel ist Jäger – und von ihm hatte ich bereits einiges über das Zerlegen von Tieren gelernt. Das hatte damals mein Interesse am Metzgerberuf geweckt.

Und warum haben Sie sich dann für die Arbeit in der mobilen Metzgerei entschieden?

Vor allem wegen der Abwechslung. Hier bin ich bei jedem Arbeitsschritt mit eingebunden – vom Feld bis zur Verarbeitung. Außerdem mag ich es, dass wir viel in der Region herumkommen. Wir sind ja jeden Tag woanders im Einsatz. Die Arbeit in der mobilen Metzgerei hat mir vom ersten Tag an großen Spaß gemacht. Wir sind ein tolles Team!

Könnten Sie sich denn vorstellen, in einem großen Schlachthof zu arbeiten?

Mein erstes Lehrjahr hatte ich tatsächlich in einem großen Unternehmen der Fleischbranche absolviert. Dann bin ich aber in einen kleinen Betrieb gewechselt. Das familiäre Umfeld hat mir besser gefallen, und die Arbeit war nicht so eintönig. Wieder im Schlachthof arbeiten? Das ist eher unwahrscheinlich. Ich habe so viel Gefallen am mobilen Arbeiten gefunden, dass ich nicht mehr zurück möchte.

Portrait

Das Flaggschiff von Kürtens Fuhrpark ist ein 30 Jahre alter Mercedes-Lkw, Typ 1117. Mit ihm bringt er seine mobile Schlachtstätte an Ort und Stelle. Der Anhänger ist mit einem Kran ausgerüstet. Er hebt 2,5 Tonnen, und sein Ausleger reicht fünf Meter weit. Hinzu kommen zehn Kühlwagen in verschiedenen Größen.

Einer davon steht nun auf dem Hof in Bergisch-Gladbach. Seit dem Schlacht-Termin vor zwölf Tagen reiften darin vier Rinderhälften. Bauer Lucke hatte seine Tiere bis zu ihrem letzten Atemzug begleitet. Er hatte sie zu Fuß in den Stall geführt, ihnen ein letztes Mal Futter angereicht und dabei zugeschaut, wie Matthias Kürten das Bolzenschussgerät angesetzt hat. „Für die Tiere lief das absolut stressfrei ab“, sagt der Metzger, „das ist natürlich auch gut für die Fleischqualität.“

Heute werden die abgehängten Rinderhälften von Matthias Kürten und seinen Mitarbeitern verarbeitet und luftdicht verpackt. Im Zerlegeanhänger des mobilen Metzgers surrt die Knochensäge. Dazu schallt Calvin Harris' Stimme aus dem Baustellenradio: „When I met You in the Summer...“. Der Refrain des Dance-Pop-Songs lässt die kühle Außentemperatur vergessen. Ein Heizlüfter tut sein Übriges. „Wir können hier im Hänger ganzjährig arbeiten“, sagt Matthias Kürten, während er mit einem Messer Rouladen zurechtschneidet. Zu seiner Linken bedient Fleischergeselle Bernhard Haarmann den Fleischwolf, neben ihm packt Ioan Tomuta Hackfleischrationen in die Vakuumiermaschine. „Es ist eng, ja, und irgendwer steht immer im Weg“, sagt Bernhard Haarmann, „aber unterm Strich kommen wir hier auf der kleinen Fläche sehr gut zurecht.“



Alles im Griff auf dem Bauernhof: Matthias Kürten und sein Team bei der Arbeit.

Gelingenes Teamwork: Ioan Tomuta (u.) kümmert sich um das Hackfleisch.



 **DICK**
Traditionsmarke der Profis



DIE NEUE SM-130 NASSBAND- SCHLEIFMASCHINE

QUALITY
**MADE IN
GERMANY**
SINCE 1778

Messer . Werkzeuge
Wetzstähle . Schleifmaschinen
www.dick.de

Dass man sich auf den mobilen Metzger und sein eingespieltes Team verlassen kann, hat sich herumgesprochen. Die Auftragsbücher sind voll. Bis zu 300 Mal im Jahr ist Kürten mit seinem Team bei Kleinbauern oder Hobby-Züchtern im Einsatz, um Rinder, Schweine, Schafe, Ziegen, Wild oder Geflügel zu schlachten. „Wir haben so gut zu tun, dass wir sogar Anfragen ablehnen können“, erzählt Kürten. „Ich lege stets ein besonderes Augenmerk auf die Haltung der Tiere. Und ich habe das Glück, dass ich mir meine Kunden selbst aussuchen kann. Wenn die Zustände auf einem Hof

wirte kalkulieren aber trotzdem sehr Spitz auf Knopf“, beobachtet Matthias Kürten.

Nicht viel teurer als im Supermarkt

Bauer Lucke denkt da anders. Was er produziert, soll in seinem Dorf bleiben. Wenn bei ihm geschlachtet wird, hängt er vorab eine Liste an seinem Eier-Automaten auf. Und wer sich dort einträgt, bekommt später eine Zehn-Kilo-Tüte mit Fleisch. Die Nachfrage ist groß, regelmäßig gibt es Wartelisten. Wert legt Lucke auch auf eine faire Preisgestaltung. „Wenn man das mal durchrechnet, merkt man, dass das Top-Fleisch vom Bauernhof gar nicht so viel mehr kostet als im Supermarkt“, sagt Matthias Kürten.



nicht in Ordnung sind, arbeite ich da eben nicht. Am Ende steht schließlich mein Name auf dem Etikett.“

Diese Haltung hat zur Folge, dass ihm manchmal Arroganz unterstellt wird. Kürten ist aber Profi genug, dass er sich solche Kritik nicht zu Herzen nimmt. Vielmehr wünscht er sich, dass seine Kritiker ihre Einstellung überdenken. „Dass die Leute immer weniger Fleisch essen und es so viele Veganer gibt, sind ja nicht die Metzger schuld, sondern die Landwirte. Solange die von der Gier nach Profit angetrieben werden, wird sich der Wunsch nach mehr Tierwohl weiter mit dem Portemonnaie streiten.“

30 Prozent höhere Kosten als im Schlachthof

Lässt ein Bauer die mobile Metzgerei auf seinen Hof kommen, zahlt er unter dem Strich etwa 30 Prozent mehr als in einem klassischen Schlachthof. Nicht allzu viel, könnte man meinen – zumal die Erfahrung zeigt, dass die Verbraucher bereit sind, höhere Preise zu bezahlen, wenn sie wissen, dass ihr Fleisch aus der Region stammt und der Erzeuger auf gute Haltung Wert legt. „Viele Land-

Immer mit dabei: Der Pudel-Labrador-Mix Luna begleitet Matthias Kürten auf seinen Touren durch das Bergische Land.



Pläne für die Zukunft

Inzwischen hat der Metzgermeister die Schürze ausgezogen und sitzt am Frühstückstisch. Bauer Lucke hat Kaffee rangeholt, frische Brötchen mit Schinken und Käse, gekochte Eier und einen Süßigkeiten-Teller. Das Fleischer-Trio gönnst sich eine Pause. Und während die stets mitreisenden Hunde, Pudel-Labrador-Mix Luna und Rottweiler Shiva, hoffen, dass eine Scheibe Wurst für sie übrigbleibt, spricht Matthias Kürten über seine Pläne für die Zukunft: „Ich denke, ich werde einfach so weitermachen. Wenn ich abends nach Hause komme, weiß ich, dass alle zufrieden sind. Und dann bin auch ich zufrieden.“

„Das läuft wie am Schnürchen!“

„Bei uns auf dem Hof ist die Direktvermarktung ein großes Thema. Wir verkaufen Brennholz, Eier, Heu – und eben auch immer wieder Fleisch. Die Abnehmer kommen fast alle aus der direkten Umgebung. Sobald sich hier im Dorf herumspricht, dass bei uns wieder geschlachtet wird, bekommen wir jede Menge Vorbestellungen. Die Nachfrage ist groß.“

Wir schlachten jedes Jahr nur 16 Rinder – und seit 13 Jahren arbeite ich dabei mit Matthias Kürten zusammen. Das klappt sehr gut, ich kann mich auf ihn verlassen. Er hat in seiner mobilen Metzgerei alles dabei, was er für seine Arbeit braucht. Ich selbst muss mich um nichts kümmern. Das läuft wie am Schnürchen.“

Das Tierwohl im Blick

Zu meinen Tieren habe ich einen engen Bezug. Wenn sie meinen Trecker hören, kommen sie sofort angelaufen. Ich füttere sie jeden Tag selbst, und für ein paar Streicheleinheiten ist auch immer genügend Zeit. Dass mir das Tierwohl sehr wichtig ist, hat sich im Ort herumgesprochen. Die Leute, die bei mir ihr Fleisch kaufen, wissen das zu schätzen.“



Zufriedener Kunde: Michael Lucke (44) verkauft seine Erzeugnisse direkt auf seinem Bauernhof. Seit vielen Jahren arbeitet der Mann aus Bergisch-Gladbach mit Matthias Kürten zusammen.

Ich möchte meine Tiere nicht zum Schlachthof bringen. Ich lege großen Wert darauf, dass sie hier bei uns auf dem Hof geschlachtet werden, in ihrer gewohnten Umgebung. Sie kennen den Stall, wo es passiert, und ich kann sie zu Fuß von der Weide herbringen. Die ganze Zeit über sind die Tiere entspannt. Sie haben überhaupt keinen Stress. Bevor sie merken, was passiert, haben sie es auch schon hinter sich.“

Foto von Michael Schwarzenberger über Pixabay

G R A F®
Verpackungen GmbH

Amperestraße 7 • D-91550 Dinkelsbühl



Einwickeln. Frischhalten. Begeistern.

Effizient. Nachhaltig. Überzeugend.

- | | |
|---------------------|------------------------------|
| ◆ TOPfrisch Arcata® | ◆ BIO-Green-Graspapier |
| ◆ BIO TOPfrisch | ◆ ÖKO-Barrierefresh |
| ◆ KOMBIfrisch | ◆ Pergamentersatz-Zuschnitte |
| ◆ MONOFIN | ◆ Brotseide |
| ◆ SNACKfrisch | ◆ Broteinschlagpapiere |
| ◆ BIOfrisch SYNA® | ◆ Tablett-Aufleger |

Frische Lebensmittel perfekt verpackt - so überzeugt Ihre Bedientheke!

TopSeller

TopSeller

TopSeller

TopSeller

TopSeller

TopSeller

TORK

NACHHALTIGE HYGIENE

Gut für die Wirtschaft. Besser für Mensch und Umwelt.

Nachhaltigkeit ist gut fürs Geschäft – insbesondere, wenn es um das Thema Hygiene in Waschräumen geht. Das ist das zentrale Ergebnis einer aktuellen Umfrage aus dem vergangenen Jahr. An der „Tork Insight“-Erhebung hatten 6.000 Endverbraucher und 900 Unternehmen in Deutschland, den USA, Großbritannien, Frankreich und Mexiko teilgenommen. 67 Prozent der Befragten gaben an, dass sie sich von Waschraum-Verantwortlichen mehr Bewusstsein für das Thema Nachhaltigkeit wünschen.

Eine weitere Umfrage aus dem Jahr 2023 unterstützt die zuvor skizzierte Erkenntnis: Im Rahmen der „Tork Eco Office“-Befragung, die in mehreren europäischen Ländern durchgeführt wurde, gaben 62 Prozent der Teilnehmer an, bei ihren Einkäufen häufig nach nachhaltigen Produkten zu suchen. Und für zwei Drittel der Befragten spielt es sogar bei der Arbeitsplatzsuche eine Rolle, ob ein möglicher Arbeitgeber Wert auf das Thema Nachhaltigkeit legt.

Effizient und leicht umsetzbar

Vor diesen Hintergründen sollten Waschraum-Entscheider das Thema Nachhaltigkeit im Blick haben. Tork, die weltweit führende professionelle Hygienemarke von Essity, will ihnen dabei helfen. „Die Produkte von Tork berücksichtigen Gesichtspunkte des Kreislaufmodells und bieten Hygienelösungen, die effizienter, leichter umsetzbar und nachhaltiger sind“, teilt Tork dazu mit. „Wir unter-

stützen Unternehmen bei der Einhaltung von Vorschriften, der Steigerung des Geschäftserfolgs und der Reduzierung der Umweltbelastung.“

Tork, die führende Marke für professionelle Hygieneprodukte wie Papierhandtücher, Toilettenpapier sowie Wisch- und Reinigungstücher, steht für nachhaltige und innovative Lösungen. Mit dem Ziel, Nachhaltigkeit einfacher zu machen, bietet Tork einen ganz-



Wir betrachten den gesamten Lebenszyklus eines Produkts und teilen ihn der Einfachheit halber in vier Schlüsselbereiche ein: Materialien und Verpackungen, Nutzung und Abfall, Kohlenstoff sowie Hygiene für alle.

Alle Produkte sind erhältlich bei Ihrem teilnehmenden Dagema-Fachgroßhändler.

heitlichen Blick, der sowohl die Menschen als auch die Umwelt in den Mittelpunkt stellt. „Wir betrachten den gesamten Lebenszyklus eines Produkts und teilen ihn der Einfachheit halber in vier Schlüsselbereiche ein: Materialien und Verpackungen, Nutzung und Abfall, Kohlenstoff sowie Hygiene für alle.“

Das Abfallaufkommen verringern

Neben dem Bestreben, die Hygienestandards für möglichst viele Menschen zu erhöhen, setzt das Unternehmen auf weitere Maßnahmen. So legt es bei Materialien und Verpackungen Wert auf eine verantwortungsvolle Beschaffung sowie den verstärkten Einsatz erneuerbarer, recycelter und natürlicher Inhaltsstoffe. Zudem soll durch geringeren Verbrauch und Kreislauflösungen das Abfallaufkommen verringert werden. Darauf hinaus soll über den gesamten Lebenszyklus von Tork-Produkten und -Services die CO₂-Bilanz gesenkt werden.

Um seinen Kunden das Thema Nachhaltigkeit und die damit verbundenen Möglichkeiten, Waschräume nachhaltiger zu gestalten, näher zu bringen, hat Tork die Plattform „Tork Focus4 Nachhaltigkeit“ gestartet: Auf der Webseite www.torkglobal.com/de/de/nachhaltigkeit



gibt es Informationen, Tools, Downloads und kostenfreie Online-Schulungen zum Thema Nachhaltigkeit. „Diese Angaben erleichtern es den Nutzern, sich auf das zu konzentrieren, was für sie und ihr Unternehmen wichtig ist“, heißt es dazu von Tork.

Stoßzeiten erfordern Spitzenservice

Tork PeakServe® jetzt auch als Automatik Spender



TORK®

Think ahead.

COLGED

Wenn HYGIENE an erster Stelle steht

Colged, einer der größten Anbieter gewerblicher Spülösungen in Europa, hat eine neue Premiumlinie auf den Markt gebracht: „UltraTech“ soll kompromisslose Hygiene mit bedienerfreundlicher Technik vereinen.

Der Spülmaschinenhersteller Colged hat sein Portfolio um eine neue Produktlinie erweitert. „UltraTech“ hat das Unternehmen an der Spitze seines Sortiments angesiedelt – und dennoch soll es mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis punkten.

„Durch jahrelange Erfahrung und den direkten Austausch mit dem Gastgewerbe wissen wir, worauf es in der Spülküche ankommt – und das oberste Ziel sind hygienisch reine Spülergebnisse. Mit der „UltraTech“-Serie setzen wir genau hier an“, sagt Andreas Bördlein, Gebietsverkaufsleiter Süddeutschland bei Colged.

Vorteil für lebensmittelverarbeitende Betriebe

Die neu entwickelte Konstruktion unterstreiche dies unter anderem mit einem Spülraum aus hochglanzpoliertem Edelstahl. Zudem biete die „UltraTech“-Serie spezielle Programme, die eine wirkungsvolle thermische Desinfektion ermöglichen – ein Vorteil in sensiblen Bereichen wie lebensmittelverarbeitenden Betrieben. Die integrierte Korbauflage aus Edelstahl stehe ebenfalls für maximale Hygiene, Langlebigkeit und eine besonders wartungsarme Reinigung.

Auch bei Energieeffizienz, Ergonomie und Bedienerfreundlichkeit soll die Serie neue Maßstäbe setzen. Das Gehäuse aus doppel-

wandigem Edelstahl und zusätzlicher Hochleistungsisolierung zwischen den Wänden minimiere Wärmeverluste und sorge für eine außergewöhnlich leise Geräuschkulisse. Die Bedienung sei dank eines intuitiven 2,8-Zoll-Displays und Icon-gestützter Menüführung ohne große Vorkenntnisse möglich.

Die „UltraTech“-Linie umfasst unterschiedliche Gläser-, Geschirr- und Durchschubspülmaschinen. Mit dem Flaschenpülsystem „BottleMasterPro“, dem Doppelkorbsystem „BistroPro“, der integrierten Umkehrosmose „WaterMaster“ und der automatischen Haubenöffnung „ProLift“ sind diverse Zusatzgeräte erhältlich.



HYGIENEPARTNER hinter den Kulissen

Die Geschichte des italienischen Unternehmens **Colged** begann vor mehr als 70 Jahren. Seit der Gründung im Jahr 1952 und dem Beginn der Spülmaschinenproduktion 1957 hat sich das Unternehmen zu einem der größten Multi-Brand-Hersteller der Branche entwickelt. Nach der Übernahme durch die Eurotec Group im Jahr 1992 wurde Colged im Jahr 2000 Teil des US-amerikanischen Konzerns ITW. Auf dem deutschen Markt ist das Unternehmen seit vier Jahren präsent.



Colged fertigt seine Produkte in zwei Werken in Italien. In Legnago dreht sich alles um Gläserspülmaschinen, in Lucca sind Durchschubspülmaschinen im Fokus. Das Produktportfolio umfasst Gläser- und Besteckspülmaschinen, Geschirrspül-, Durchschub- und Korbtransportmaschinen sowie Universal- und Gerätespülmaschinen. Ergänzt wird das Angebot durch moderne Wasseraufbereitungsanlagen. „Alle Produkte zeichnen sich durch ihre bewährte Zuverlässigkeit und Robustheit aus“, heißt es dazu bei Colged.

Zu den Zielgruppen des Unternehmens gehören Metzgerien, Bäckereien und Konditoreien, Hotels, Restaurants, Weinbars, Cafés und Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung. Auch Catering-Anbieter und die Lebensmittelindustrie nutzen Produkte von Colged.

Beim Service greift Colged auf ein deutschlandweites Fachhändler-Netzwerk zurück. Die Händler werden von der Eurotec-Service-Abteilung unterstützt, insbesondere bei der Ersatzteilbeschaffung. Das ISO-zertifizierte Qualitätsmanagement des Unternehmens entspricht internationalen Standards. Seit 2014 ist Colged auch Mitglied im „Verband der Fachplaner“, dem größten Berufsverband für Planer von Großküchen in Deutschland.

Alle Produkte sind erhältlich bei Ihrem teilnehmenden Dagem-Fachgroßhändler.

COLGED 4.0
Dolce Vita in Ihrer Küche!



Spültechnik, die Ihre Arbeit
hygienischer, einfacher, effizienter und
wirtschaftlicher macht
– das ist **COLGED 4.0**



www.colged.de

„ES IST WICHTIG, ÜBER NEUE GESETZE AUF DEM LAUFENDEN ZU SEIN“

Myra Niedrich (32) ist bei der Dagema für das Qualitätsmanagement verantwortlich. Mit ihrer Arbeit stellt sie sicher, dass es nur die besten Produkte ins Sortiment schaffen. Im Interview spricht sie über den Umgang mit bürokratischen Herausforderungen.



Frau Niedrich, was genau können wir uns unter Qualitätsmanagement vorstellen?

Myra Niedrich: Mein Job ist es, im Sinne unserer Mitglieder alle Produkte mit Blick auf Konformität und Sicherheit zu überprüfen. Dabei geht es nicht nur darum, die gesetzlichen Anforderungen zu erfüllen. Wir wollen mehr! Wir wollen, dass sich unsere Mitglieder mit unseren Produkten am Markt profilieren können.

Was trägt das Qualitätsmanagement ganz konkret zum Unternehmen bei?

Myra Niedrich: Qualitätsmanagement ist weit mehr als Kontrolle – es schafft Strukturen, die Sicherheit, Effizienz und Vertrauen fördern. Klare Prozesse helfen, Fehler zu vermeiden und Abläufe zu optimieren. Das wirkt sich unmittelbar auf den wirtschaftlichen Erfolg aus: Effizientere Abläufe senken Kosten, steigern die Produktivität und damit letztlich den Umsatz. Außerdem stärkt ein gelebtes Qualitätsmanagement die Kundenbindung – wer sich auf konstant hohe Qualität verlassen kann, bleibt dem Unter-

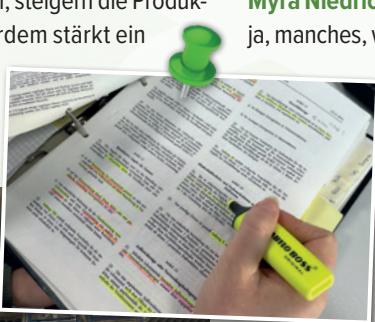
nehmen treu. Und nicht zuletzt verbessert es das Image: Ein Betrieb, der transparent und zuverlässig arbeitet, wird als professionell, verantwortungsbewusst und zukunftsfähig wahrgenommen.

Haben Kunden heute ein anderes Qualitäts- und Transparenzbewusstsein als früher?

Myra Niedrich: Ja, ganz eindeutig. Früher hat man einem Produkt vertraut, weil man den Hersteller kannte. Informationen sind den Kunden heute viel zugänglicher – über Soziale Medien, Verbraucherportale oder Sendungen wie ZDF Besserer oder ÖKO-Test. Diese Formate tragen dazu bei, dass Missstände schneller öffentlich werden und Wissen über Qualität stärker verbreitet wird. Herkunft, Nachhaltigkeit und Produktionsbedingungen spielen eine größere Rolle als früher. Diese Transparenz wird erwartet. Darum müssen wir Qualität nicht nur liefern, sondern auch sichtbar machen.

Dabei müssen Sie vieles beachten. Es gibt immer mehr Gesetze und Verordnungen. Macht uns die Bürokratie zunehmend das Leben schwer?

Myra Niedrich: Es gibt tatsächlich viele neue Anforderungen. Und, ja, manches, was aus Berlin oder Brüssel zu uns kommt, ist vielleicht nicht zu 100 Prozent durchdacht. Aber das Ziel ist richtig. Es geht immer um Verbraucherschutz, Transparenz und Nachhaltigkeit. Darum müssen wir uns jetzt kümmern, wenn wir wettbewerbsfähig bleiben wollen.



Blick ins Dagema-Lager: Was hier in den Regalen landet, erfüllt die hohen Anforderungen des Qualitätsmanagements.

Trotzdem können Sie verstehen, dass das Handwerk über bürokratische Hürden schimpft?

Myra Niedrich: Selbstverständlich. Aber gerade im Lebensmittelbereich dürfen bei der Produktsicherheit keine Kompromisse gemacht werden. Kleinste Fehler können zu riesigen Problemen führen. Denken Sie nur an Rückrufe! Ist ein Metzger von solch einer Maßnahme betroffen, nimmt sein Ruf großen Schaden.

Dennoch ist der Alltag oft stressig. Wer hat da schon Zeit, sich durch Gesetzestexte der EU zu kämpfen?

Myra Niedrich: Wahrscheinlich niemand. Es ist aber wichtig, auf dem Laufenden zu sein. Für mich gehört das zum Job. Regelmäßig gebe ich neue Infos an die Dagema-Mitglieder weiter. Und die Fachgroßhändler streuen sie dann bei ihren Kunden.

Auszug aktueller Regelungen

HALTUNGSFORM AUFZEIGEN

Das „Tierhaltungskennzeichnungsgesetz“ soll bei frischen Schweinefleischprodukten die Haltungsform der Tiere transparent machen.

Was tun? Die Kennzeichnung um die Haltungsform erweitern.

Ab wann? Sofort. Übergangsfrist bis März 2026.

Was heißt das für den Metzger? Wer zum Beispiel eigene Etiketten gestaltet, muss tätig werden.

SAG, WO KOMMST DU HER?

Die „Lebensmittelinformations-Durchführungsverordnung“ (kurz: „LMIDV“) regelt, was der Verbraucher über ein Lebensmittel erfahren muss, etwa in Bezug auf die Herkunft.

Was tun? Handeln!

Ab wann? Seit Februar 2024.

Was heißt das für den Metzger? Am Fleisch (oder am Aushang) muss vermerkt sein, wo das Tier aufgezogen, und wo es geschlachtet wurde.

ÖKODESIGN

Die „Ecodesign für Sustainable Products“-EU-Verordnung (kurz: „ESPR“) soll die Nachhaltigkeit von Produkten verbessern. Sie richtet sich vornehmlich an Produzenten, aber auch Firmen in der Lieferkette sind durch den Vertrieb der Produkte betroffen.

Was tun? Informieren!

Ab wann? Die Politik ist noch dran.

Was heißt das für den Metzger? Das hängt ab von weiteren kommenden rechtlichen Vorgaben.

WENIGER MÜLL!

Die EU hat die „Verordnung über Verpackungen und Verpackungsabfälle“ (kurz: „PPWR“) entwickelt. Sie richtet sich vornehmlich an die Hersteller.

Was tun? Über nachhaltige Verpackungen informieren.

Ab wann? Ab August 2026 wird es ernst.

Was heißt das für den Metzger? Das Angebot an Verpackungsmaterial dürfte sich verändern. Auch steigende Preise sind möglich.

ZUM SCHUTZ DER WÄLDER

Die „EU-Verordnung über entwaldungsfreie Lieferketten“ (kurz: „EUDR“) soll weltweit Wälder schützen. Wurde zum Beispiel für die Haltung eines brasilianischen Rinds ein Stück Urwald abgeholt, hat der EU-Importeur ein Problem.

Was tun? Lieferketten dokumentieren.

Ab wann? Ab 30. Dezember 2025 für große Unternehmen. Kleine Unternehmen haben Zeit bis 30. Juni 2026.

Was heißt das für den Metzger? Die Informationen zur Herkunft und Entwaldungsfreiheit der Produkte müssen gesammelt und gespeichert werden.

FÜR MEHR SICHERHEIT

Die EU-Verordnung „General Product Safety Regulation“ (kurz: „GPSR“) dient der Verbesserung der Produktsicherheit. Sie definiert Pflichten für Hersteller, Importeure und Händler.

Was tun? Informieren!

Ab wann? Seit dem 13. Dezember 2024.

Was heißt das für den Metzger? Wer auch Non-Food-Artikel verkauft, etwa im Online-Shop, muss sich damit befassen.

GEBUHREN FÜR EINWEG-PLASTIK

Das „Einwegkunststofffondsgesetz“ zielt darauf ab, die Sammlung und Entsorgung von Plastik-Abfall im öffentlichen Raum zu finanzieren. So soll Umweltverschmutzung verringert werden.

Was tun? Betroffene Unternehmen müssen in einen Fonds einzahlen.

Ab wann? Gilt bereits.

Was heißt das für den Metzger? Die Preise für Einwegprodukte könnten steigen. Wiederverwendbare oder umweltfreundlichere Verpackungen sollten in Erwägung gezogen werden.

EINE WURST IST EINE WURST

Schluss mit „Tofu-Wurst“ und „Soja-Schnitzel“: Das EU-Parlament hat im Oktober dafür gestimmt, Begriffe wie „Wurst“ und „Schnitzel“ für Fleischersatz zu verbieten.

Was tun? Verwechslungsgefahr bei pflanzlichen Ersatzprodukten vermeiden.

Ab wann? Die einzelnen EU-Staaten müssen noch zustimmen.

Was heißt das für den Metzger? Vegetarischen oder veganen Produkten keine Fleisch-Namen geben.



Technik, Tradition und Teamgeist

Innovative Produkte und spannende Gespräche vor beeindruckender Industrikulisse: Wenn die Dagema im September zur Warenbörse lädt, macht sich die Branche auf den Weg nach Düsseldorf. Für viele Besucher und mehr als 90 Aussteller ist die Tradition-Veranstaltung ein fester Termin im Kalender – zugleich dient sie als Gradmesser für die Stimmung im Fleischerhandwerk.



Alle Produkte, die auf den
nächsten Seiten zu sehen sind,
erhalten Sie bei Ihrem teilnehmenden
Dagema-Fachgroßhändler.



Hurra, Hurra – der Pumuckl ist da!

Bei der Warenbörse sorgte die **Kalle Gruppe** im vergangenen Jahr mit einer neuen Wursthülle für Aufsehen: Auf das Produkt war der Pumuckl gedruckt! Ende 2024 begann der Verkauf. „Und wir sind sehr zufrieden, wie die Markteinführung gelaufen ist“, erklärt Manfred Weis, Verkaufsleitung Deutschland.

Plakate am Warenbörse-Stand der Kalle Gruppe rückten den neuen Verkaufsschlager ins beste Licht. „Generationen sind mit dem Pumuckl aufgewachsen“, sagt Manfred Weis. Und seine Beliebtheit sorgte für eine große Käuferreichweite. Zur Zielgruppe gehörten nicht nur Kinder, sondern auch Jugendliche und Erwachsene.

Als bei der Kalle Gruppe in Wiesbaden die Idee entstand, Wursthüllen mit berühmten Figuren oder Superhelden zu zieren, kristallisierte sich schnell der Pumuckl als Favorit heraus. „Der kleine

Kobold begeistert Jung und Alt und sein fröhliches Naturell ist einfach ansteckend“, sagt Manfred Weis.

Zum Start gab es sechs verschiedene Motive, mittlerweile wurde das Sortiment um weitere Motive und Raffware erweitert. Diese konnten die Besucher auf der Warenbörse betrachten.

Weitere Informationen bei Ihrem Dagema-Fachgroßhändler.

*Und eines ist sicher,
der Pumuckl ist
immer für ein neues
„Wurstabenteuer“
zu haben!*

Manfred Weis,
Verkaufsleitung Deutschland



Auf den Punkt in Ihrer Küche. Der JOKER.

Advertisorial

Maximale Leistung auf minimalem Raum – genau dort, wo jeder Zentimeter zählt. Der JOKER von Eloma ist die erste Wahl für alle, die auf Flexibilität, Effizienz und Verlässlichkeit angewiesen sind. Ob fest verbaut in der Küche oder als mobile Lösung – er passt sich jeder Herausforderung an.

Volles Programm – in jeder Situation

Ob in der Metzgerei, in der Gastronomie oder im Catering: Der JOKER liefert zuverlässig beste Ergebnisse – von herzhaften Klassikern bis zu feinen Beilagen. Mit seinen Ausstattungsvarianten erfüllt er genau Ihre Anforderungen: Die **Kondensationshaube PRO** filtert mehr als 95 Prozent aller Gerüche, die **Mobile Edition** macht unabhängig von Anschlüssen und die **intuitive Steuerung** sorgt für eine einfache Bedienung, auch bei wechselndem Personal.

Mehr als ein Gerät – ein Versprechen

Mit dem exklusiven „Gib mir 5“-Servicepaket erhalten Sie bis zu fünf Jahre Garantie – ein klares Signal für Qualität und Langlebigkeit.

Präzision trifft Praxis

Der JOKER ist Ihr Partner für effiziente Abläufe, gleichbleibende Qualität und zufriedene Kunden. **Kompakt. Individuell. Leistungsstark.** Überzeugen Sie sich selbst.

Mehr erfahren: joker.eloma.com

Das ist die Eloma GmbH

Die Eloma GmbH ist einer der führenden Hersteller von Kombidämpfern und Ladenbacköfen für den Profibereich. Bei der Entwicklung stehen einfache Bedienung und Qualität „Made in Germany“ im Vordergrund, um die beste Lösung für jeden Anspruch zu bieten. So war es bereits im Gründungsjahr 1975, und das ist auch für die Zukunft fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Als Tochter der Ali Group, einem der weltweit größten Konzerne der Großküchenindustrie, zählt Eloma zu den führenden Unternehmen der Branche. Eloma ist in mehr als 65 Ländern aktiv und beliefert weltweit. Weitere Informationen unter www.eloma.com und www.aligroup.com.



Verpackungswelt im Wandel

In der Verpackungsbranche ist vieles in Bewegung. Geändertes Konsumentenverhalten, neue Vorschriften und der Trend zu mehr Nachhaltigkeit zwingen auch die Hersteller zum Handeln. „Wir hatten die Zeichen der Zeit schon frühzeitig erkannt und uns entsprechend aufgestellt“, sagte Jens Kriegel (im Bild, re.), Geschäftsleiter von **Erzberger Verpackungssysteme**, auf der Warenbörse in Düsseldorf.

Das Unternehmen Erzberger Verpackungssysteme ist seit mehr als 35 Jahren am Markt aktiv. Jens Kriegel und sein Sohn Niklas, der für die Beratung und den Vertrieb verantwortlich ist, wissen: Wer heutzutage mit einer Verpackung beim Kunden punkten will, muss mehr bieten als nur bedruckte Tüten. „Ein Metzger ist eine Marke – und das muss er zeigen“, sagt Niklas Kriegel. Hochwertige Verpackungen mit deutlicher Markenbotschaft sind gefragt. „Und darauf reagieren wir.“ Erzberger setzt dabei auf einen ganzheitlichen Ansatz – von der Entwicklung der Ideen bis zur Lieferung der Produkte und darüber hinaus.

Erzberger liefert in puncto Verpackung alles, was ein

Metzger braucht. „Plastikprodukte sind dabei immer weniger gefragt“, sagt Niklas Kriegel. Der Verkauf klassischer Hemdchen-Tragetaschen aus Kunststoff sei extrem zurückgegangen. Papierverpackungen hingegen seien stark nachgefragt. Zum einen, weil die Verbraucher es so wollen, zum anderen, weil der Gesetzgeber den Plastikverbrauch eindämmen will. „Da mit dieser Entwicklung höhere Materialkosten einhergehen, haben wir im Sinne unserer Kunden aber stets das Preis-Leistungs-Verhältnis im Blick“, erklärt Jens Kriegel.



SIE WOLLEN MEHR UND VIELFALT? NEHMEN SIE UNSER MULTITALENT!

**poly-clip®
SYSTEM**



MULTITALENT: ES 6000

Mit dem neuen Poly-clip InkJet Drucker ES 6000 ist die Produktkennzeichnung und somit die exakte Chargenrückverfolgung auch während des Produktionsvorgangs effizient und umweltfreundlich möglich. Das Etikettiersystem kann mit allen PDC und PDC-A Maschinen benutzt werden.

- Für Kaliber bis 115 mm und alle Kunststoff-, Faser-, Collagen- und Naturdärme
- Modular: alle Ausstattungsmöglichkeiten individuell nachrüstbar
- Mehr Sicherheit durch Zweihandauslösung des 1. Clips



Alles für die Küche

Bei **de Buyer** wird das Know-how seit 200 Jahren von einer Generation zur nächsten weitergegeben. Heute produziert das Unternehmen aus den Vogesen unzählige Utensilien für die Küche, die höchsten Ansprüchen gerecht werden.



Bei der Warenbörse war de Buyer nun angetreten, um seine Produkte noch bekannter zu machen. „Das Metzgerhandwerk ist für uns besonders interessant, da immer mehr Betriebe auch Mittagstisch oder Catering anbieten“, sagt Thomas Oost, Gebietsverkaufsleiter Nord. „Für jede Zubereitungsart gibt es bei uns das passende Material.“

Frage man seinen Kollegen Martin Schormann (im Bild), welches Produkt bei den Warenbörse-Besuchern auf das größte Interesse stößt, deutet der de Buyer-Prokurist auf die Messer-Kollektion „32 Dumas“. „Sie sind ideal für alle Fleischermeister, die auch privat gerne mit hochwertigen Messern arbeiten.“

Schinken-Eis im Catering

Eine Maschine, die Schinken-Eis herstellt?

Das gibt's bei **FRXSH**. Das Unternehmen ist 2023 in Deutschland gestartet, inzwischen ist es in 22 Ländern vertreten. Bei der Warenbörse stand der „Mousse Chef“ im Fokus. Der in der Schweiz entwickelte und hergestellte „Frozen Food Processor“ ist ein Multitalent: Sein Funktionsumfang reicht vom Moussieren tiefgefrorener Lebensmittel zu Eiscreme in verschiedensten Geschmacksrichtungen über schonendes Kuttern bis hin zum luftigen Aufschlagen flüssiger Zutaten.



„In der internationalen Sterne-Gastronomie ist das Funktionsprinzip längst bekannt – jetzt sollen auch Metzger, die Mittagstisch oder Catering anbieten, davon profitieren“, sagt Geschäftsführerin Anja Manz. „Wer seinen Kunden selbstgemachtes Eis als Nachtisch anbietet, steigert ohne großen Aufwand seinen Umsatz.“

TRADITION TRIFFT VIELFALT

Advertisorial

Lukull-Produkte sind die geeignete Basis, um saisonale Zutaten das ganze Jahr über in Szene zu setzen. Die Saucen verfeinern Fleisch, Fisch, Gemüse und pflanzenbasierte Gerichte – vom Frühstück bis zum Abendessen, vom Klassiker bis zur modernen Kreation. Mit ihrer gleichbleibend hohen Qualität sorgen sie für eine Verlässlichkeit, die Profiküchen gerade bei Personalmangel und Zeitdruck benötigen.

SAUCE HOLLANDAISE VON LUKULL

Der Star der Lukull-Produktpalette ist die Sauce Hollandaise – und die ist nicht nur während der Spargelzeit ein Genuss. Die Sauce überzeugt mit feinem Geschmack, hoher Stabilität und vielseitigem Einsatz. Ob im À-la-Carte-Service, in der Gemeinschaftsverpflegung oder im Catering – die Sauce Hollandaise von Lukull ist ein ganzjähriger Begleiter, der in der Küche hilft, Zeit und Kosten zu sparen.

Die Lukull Sauce Hollandaise verfeinert Speisen, ohne sie zu überdecken. Dadurch passt sie ebenso zu Klassikern wie Lachs oder Brokkoli, aber auch zu modernen Kreationen, etwa Bowls, Pinsa oder Eggs Benedict. Aufgrund ihrer Stabilität ist sie auch zum Aufschäumen, Überbacken, Gratinieren und für kreative Ableitungen geeignet – eine Sauce, viele Möglichkeiten.

FRISCHER KRÄUTERGENUSS: SAUCE BÉARNAISE

Kerbel und Estragon sorgen bei der Sauce Béarnaise von Lukull für harmonische Kräuternote. Sie ist cremig und kochstabil – und somit geeignet für Fleisch, Gemüse oder Burger.



www.unileverfoodsolutions.de

Im Einsatz für mehr Hygiene



Für den Hygiene-Experten Werner Ernst ist die Warenbörse jedes Jahr ein fester Termin. „Mir ist der Kontakt zu den Menschen sehr wichtig. Ich brauche den Austausch und die Rückmeldungen. Denn: Wir arbeiten ständig an der Weiterentwicklung unserer Produkte.“

Das große Thema bei der Reinigung von Metzgereibetrieben sei aktuell die Kaltvernebelung. Und bei der Warenbörse präsentierte das Team der Firma **Ernst** ein neues Desinfektionsmittel für Kaltvernebelungsgeräte, das besonders wirksam gegen Listierien und andere Erreger ist.

„Damit ein Metzger mehr Zeit für sein Kerngeschäft hat, muss er sich die Arbeit so einfach wie möglich machen“, sagt Werner Ernst. Die Kaltvernebelung sei dabei eine zusätzliche Hilfe für eine optimale Desinfektion. Dank des feinen Nebels sinkt der Arbeitsaufwand enorm. „Man muss abends nur noch einen Knopf drücken.“

Fusion

Advertisorial

Folienhersteller Perga gehört jetzt zur Inteplast Group

Der baden-württembergische Kunststoffhersteller **Perga** gehört nun zur US-amerikanischen **Inteplast Group**. Perga wurde 1970 gegründet und produziert unter den Marken „allfolin“, „pergafilm“ und „pergaloop“ nachhaltige Folien und Verpackungen. Das Unternehmen ist unter anderem Marktführer von nachhaltigen Verpackungen im Fleischereihandwerk.

In Walldürn-Altheim, wo rund 200 Menschen für Perga arbeiten, sieht man die Fusion als Chance für internationales Wachstum: „Von Anfang an war klar, dass es eine enorme strategische Übereinstimmung und gemeinsame Werte gibt. Die Fusion wird unsere Marktposition stärken“, sagte Perga-Geschäftsführer Fabian Wilhelms.

Die Inteplast Group, ein führender Hersteller von Kunststoffen und Papier, bedient viele Märkte, darunter Lebensmittel und Einzelhandel sowie die Gastronomie. In den Vereinigten Staaten und Kanada betreibt Inteplast **mehr als 60 Werke**.

Perga sei aufgrund seines hervorragenden Rufs ein attraktives Zielobjekt für sein Unternehmen gewesen, erklärte Inteplast-Präsident John Young. Unter dem Dach des Geschäftsbereichs

Mehr Komfort, mehr Farbe

Sika Footwear hatte neue Produkte zur Warenbörse mitgebracht. Im Gepäck hatte Christian Dorr (im Bild, li.) etwa einen Schuh, der erst im September auf den Markt gekommen war – entsprechend groß war das Interesse des Publikums. „Unsere neue Sneaker-Linie „2.0“ hat optisch mit einem klassischen Arbeitsschuh nichts mehr gemein“, sagte der Regional Sales Manager NRW. Man muss wissen: Schon der Vorgänger war ein Verkaufsschlager – jetzt hat Sika noch einen draufgelegt. Verbessert wurden die Rutschfestigkeit, die Dämpfung und die Atmungsaktivität.



Ebenfalls frisch im Programm sind bei Sika farbige Kappen für das BOA-Drehverschlussystem. Somit können einzelne Schuhe verschiedenen Arbeitsbereichen zugeordnet werden. „Ein wichtiges Hygiene-Feature“, erklärt Export-Manager Mads Halkir (im Bild, re.). „Die Farbcodierung hilft, die Übertragung von Keimen und Kreuzkontaminationen zu verhindern.“

„Engineered Films“ (IEF) erhalte der Kundenstamm von Perga Zugang zu einem breiteren internationalen Netzwerk.

Die 55-jährige Geschichte von Perga in der **Herstellung hochwertiger Folien** passe zur Strategie von IEF, sagte IEF-Präsident Bob Stein. „Wir sehen einen starken gegenseitigen Nutzen darin, die Einführung der Produkte von Perga in Amerika zu erleichtern und unseren Kunden weitere Lösungen anzubieten.“

www.perga.com



Perga-Firmenzentrale in Walldürn-Altheim

Schuhe mit Charakter

Als Christian Balzer (im Bild, re.) vor 26 Jahren seinen ersten Job in der Schuhbranche antrat, waren Sicherheitsschuhe meist schwarz und klobig. „Dann wurde Arbeitskleidung immer sportlicher – auch Schuhe.“



Bei der Warenbörse waren besonders die neuen Puma-Modelle gefragt. Balzers Arbeitgeber, das zur PIP-Gruppe gehörende Unternehmen **ISM**, für das er als Deutschland-Vertriebsleiter tätig ist, entwickelt unter dem Namen „Puma Safety“ sport-inspirierte Sicherheitsschuhe. Beim neuen „Rebound“ kommt ein gelenkschonendes Dämpfungskonzept zum Einsatz, das ein ermüdfreies Arbeiten ermöglichen soll. Ein weiterer Schuh, den Christian Balzer präsentierte, war so neu, dass noch nicht einmal der Produktnamen feststand: „Nur so viel sei verraten: Wenn der Metzger ihn abends auszieht, hat er keine schweren Füße mehr.“ Ab dem Jahreswechsel ist er zu haben.



Mit Vielfalt in die Zukunft

Die **ZWILLING-Gruppe** präsentierte bei der Warenbörse ihre Markenvielfalt. Dazu zählen unter anderem STAUB aus Frankreich, BALLARINI aus Italien und DEMEYERE aus Belgien. Oft angesprochen wurde Jan Nicolai (im Bild, re.), Handelsvertreter NRW und Hessen, auf die Kochmesser-Serie „Pro“. „Ein Merkmal des Messers ist der geschwungene Kropf. Er sorgt für einen optimalen Griff, eine ausgewogene Balance und präzise, exzellente Schneidergebnisse“, sagt Jan Nicolai.



Ebenfalls vor Ort: ARCOS aus Spanien. ZWILLING ist an dem Messer-Hersteller beteiligt. Mitgebracht hatte Export-Manager Joaquín Pérez die Fleischermesser-Serie „Dúo Pro“. Sie punktet mit leichtem Gewicht und rutschfestem Griff. „ARCOS gibt es seit 290 Jahren“, sagt er. „Jetzt wollen wir auch das traditionsreiche deutsche Metzgerhandwerk von unseren Produkten überzeugen.“

Advertorial

Vakuumkammermaschinen von **VAMA**

Mit VAKUUMTECHNIK zu mehr Haltbarkeit und Frische

Ob beim Mittagstisch in der Metzgerei oder beim Catering – jeder, der Lebensmittel verarbeitet, kennt diese Herausforderung: das Vorbereiten von optimalen Zutaten-Mengen, um Zeit im laufenden Betrieb zu sparen. Oft lassen sich Besucherzahlen vorab nur schwer einschätzen. Die Folgen: Lebensmittelverschwendungen und unnötige Kosten. Das muss nicht sein. Denn kleine und große Gastronomiebetriebe können mit Vakuumkammermaschinen von **VAMA** ihre vorbereiteten oder übriggebliebenen Zutaten in hygienischen, aus Edelstahl gefertigten „GreenVac“-Behältern vakuumieren. Durch die Minimierung der Oxidation erhöhen sich die Haltbarkeit und Frische der Lebensmittel, außerdem können die Behälter optimal gelagert werden.



Um Kunden zum Kaufen zu bewegen, spielt die Präsentation der Waren eine immer größere Rolle. Daher sollten auch die Betreiber von Metzgereien in Erwägung ziehen, Speisen in Gläser zu verpacken. **VAMA** macht dies möglich: Die Lebensmittel werden einfach in Weckgläser oder Twist-Off Gläser gegeben, in die Vakuumkammer gestellt und die Luft evakuiert. Die Vorteile

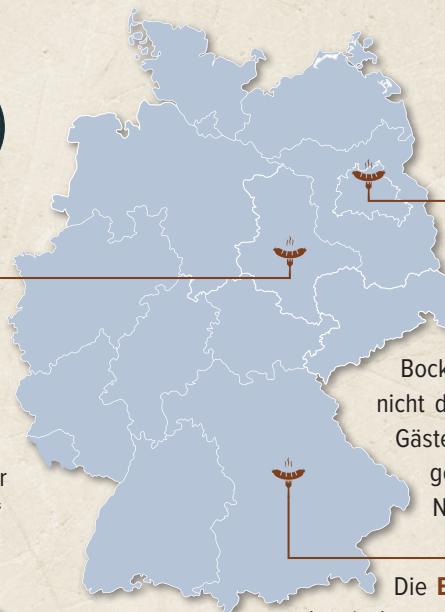
liegen auf der Hand. Eine nachhaltige Verpackung, längere Haltbarkeit und Frische, eine attraktive Optik und bessere Stapelbarkeit. Aber auch das Erweitern des Produktangebots ist möglich. So können neben festen auch druckempfindliche Produkte oder Flüssigkeiten verpackt werden, zum Beispiel frische Pasta, Soßen, Suppen, Couscous-Salate oder Rohkost.

BOCK AUF BOCKWURST

Wenn es um die Wurst geht, sind die Deutschen Weltmeister. Da überrascht es kaum, dass auch an Weihnachten in jedem dritten deutschen Haushalt Würstchen auf den Tisch kommen – dabei besonders beliebt: die Bockwurst.



Es gibt da eine Überlieferung aus **Sachsen-Anhalt**. Demnach ist die Wurst von einem Fleischermeister in Dessau erfunden worden: Schon Anfang des 18. Jahrhunderts habe ein gewisser Herr Bock die Wurst als kostengünstige Verpflegung für Soldaten entwickelt. Später sei aus „Bock's Wurst“ dann die „Bockwurst“ geworden.



In **Berlin** erzählt man sich, die heutige Hauptstadt sei die Wiege der Bockwurst-Kultur. Ende des 19. Jahrhunderts habe ein Gastwirt als Begleitung zum Bockbier frische Brühwürste serviert – und nicht die bis dahin üblichen Knackwürste. Die Gäste seien von der neuen Kombination so begeistert gewesen, dass sie der Wurst den Namen „Bockwurst“ gaben.

Die **Bayern** hatten die Bockwurst aber wohl schon in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts auf dem Teller. Im „Bayrischen Wörterbuch“ aus dem Jahr 1827 findet sich unter dem Eintrag „Bockwurst“ die Erklärung, es handle sich dabei um ein „beliebtes altmünchnerisches Frühstück“.



Die Bockwurst zählt zu den Brühwürsten. Vor dem Garen wird sie im Heißrauch für etwa 30 bis 60 Minuten geräuchert. Das verleiht Ihr den typisch bräunlichen Farbton. An Weihnachten wird sie klassischerweise mit Kartoffelsalat gegessen.

„Herr Ober! Also, bitte zweimal eine Bockwurst. Und dann von meiner Liebsten einen Kuss. Ich spar' den Nachtisch, das ist das Gute dran. Weil ich ja ohnehin – schon pleite bin.“

Der Komiker Heinz Erhardt (1909-1979) wusste schon Anfang der 1960er-Jahre: Eine leckere Bockwurst ist der eleganteste Weg zum Herzen der Angebeteten.



REKORD Einmal im Jahr pilgern Hunderte Bockwurst-Fans in das Dorf Haynrode in Thüringen. Beim traditionellen Bockwurst-Wettessen zeigt sich, wer die meisten Würste verdrücken kann. 2024 gewann Patrick Höche. Der Fleischermeister schaffte 19 Bockwürste – und darf sich nun „BOCKWURSTKÖNIG“ nennen.

Wie sagt man noch...

- Senfpeitsche
- BoWu
- Trucker-Roulade
- Bauarbeiter-Banane
- Dampfschnuller
- Raststätten-Fasan
- Maurerforelle
- Bocki

Einmal habe ich zehn Stück an einem Abend verdrückt. Ich war und bin eine fleischfressende Pflanze. Im Stadion esse ich bis heute Bockwurst, die knackt einfach so schön.



Auch Fußball-Legende Uwe Seeler (1936-2022) war ein Bockwurst-Fan.

AMLA und FIU gegen Geldwäsche

Die AMLA ist eine noch recht neue europäische Behörde zur Bekämpfung von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung.

Mit einer EU-Verordnung (EU - 2024/1620) vom 31. Mai 2024 wurde die AMLA („Anti Money-Laundering Authority“) geschaffen. Sitz dieser neuen Behörde ist in Frankfurt am Main in Deutschland.

Hauptaufgaben der AMLA

Die Behörde wird bis zu 40 der risikoreichsten Finanzinstitute in der EU direkt beaufsichtigen.

Sie soll die nationalen Aufsichtsbehörden koordinieren und ihnen helfen, die EU-Vorschriften konsequent umzusetzen. Zusätzlich fördert sie den Informationsaustausch und die Zusammenarbeit zwischen den nationalen Finanzmittlungsstellen (FIUs).

Sie beobachtet und analysiert die Bedrohungen und Risiken durch Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung in der EU und weltweit.

Zudem arbeitet die AMLA an technischen Regulierungsstandards und verwaltungspraktischen Leitlinien.

Bedeutung der AMLA

Die Anti-Money-Laundering-Regelungen werden stärker harmonisiert, was zu mehr Einheitlichkeit in der EU führt.

Die Behörde zielt darauf ab, die Bekämpfung von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung effizienter und besser koordiniert zu gestalten.

Die AMLA wird die nationalen Aufsichtsbehörden unterstützen und die Umsetzung der einheitlichen EU-Richtlinien überwachen.

Hauptaufgaben der FIU

Als nationale Behörde ist die FIU („Financial Intelligence Unit“) Deutschland die deutsche Zentralstelle für die Geldwäscheverfolgung. Schon heute kontrolliert die FIU auch Geschäftsvorfälle kleiner und mittlerer Betriebe.

Die FIU ist eine eigenständige Behörde der Generalzolldirektion mit Sitz in Köln und nimmt Meldungen über auffällige Finanztransaktionen entgegen, die von Verpflichteten (zum Beispiel Banken, Notaren, Immobilienmaklern) eingereicht werden.

Sie analysiert diese Meldungen, filtert die tatsächlich werthaltigen Fälle heraus und leitet die Informationen und erstellten Analyseberichte an die zuständigen Strafverfolgungsbehörden und Nachrichtendienste weiter, falls sich der Verdacht erhärtet. Im Zuge der Einführung von

E-Rechnungen werden die Kontrollmöglichkeiten der FIU zunehmen.

Bedeutung der FIU

Durch ihre Analysen trägt die FIU zur Aufklärung, Verhütung und Verfolgung von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung bei.

Sie ist fachlich unabhängig und ihre Befugnisse basieren auf dem Geldwäschegesetz.

Die Behörde kann auch Auskünfte von Verpflichteten anfordern, um ihre Aufgaben zu erfüllen.

Die FIU spielt somit eine zentrale Rolle im Kampf gegen Finanzkriminalität, indem sie sicherstellt, dass verdächtige Finanzströme aufgedeckt und die Täter zur Rechenschaft gezogen werden können.

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

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!



Der neue Standard an Hygiene und Nachhaltigkeit

Frischhaltevermögen auf höchstem Niveau

allfolin® sheet cell

100%

**Recycelbare Produkte
Zertifizierte Hygiene
Made in Germany**



Qualität
seit über
55 Jahren
perga
An Inteplast Group Company

allfolin® sheet cell

- ⊕ garantiert höchstmögliche Frischhalteeigenschaften bei Fleisch, Wurst, Käse und Fisch
- ⊕ ist flüssigkeitsdicht, so dass die verpackte Ware weder bei Transport noch Lagerung durchweicht
- ⊕ ist fettdicht, kälte- und wärmebeständig, falt- und beschriftbar
- ⊕ ist eine besonders umweltfreundliche Verpackung, die zu 100 % recycelbar ist
- ⊕ erfordert kein lästiges Trennen eines Verbundes der aus unterschiedlichen Materialien besteht
- ⊕ schont erdölbasierte Ressourcen, da es zu großen Teilen aus mineralischen Rohstoffen hergestellt wird
- ⊕ ist lebensmittelecht und erfüllt alle relevanten Vorschriften
- ⊕ wird unter strengsten hygienischen Auflagen analog der Hygienenorm BRC produziert
- ⊕ kann ideal als Werbeträger eingesetzt werden und ist auch mit individuellem Firmendruck lieferbar

BEWÄHRT SEIT ÜBER ZWEI JAHRZEHNTEN!



Zu beziehen über Ihren teilnehmenden Dagema-Fachgroßhändler.

Dagema eG • Siemensring 20 • D-47877 Willich • Tel.: +49 2154 4995-0 • info@dagema.com • www.dagema.com

Abbildungen ähnlich, ohne Dekoration, Irrtümer vorbehalten. Nachdruck – auch auszugsweise – verboten. © Dagema eG