Das Business & People

Eine Kooperation mit

foodactive
Metropolregion Hamburg

FOOD SPECIAL

Willkommen im

SUPERMARKT

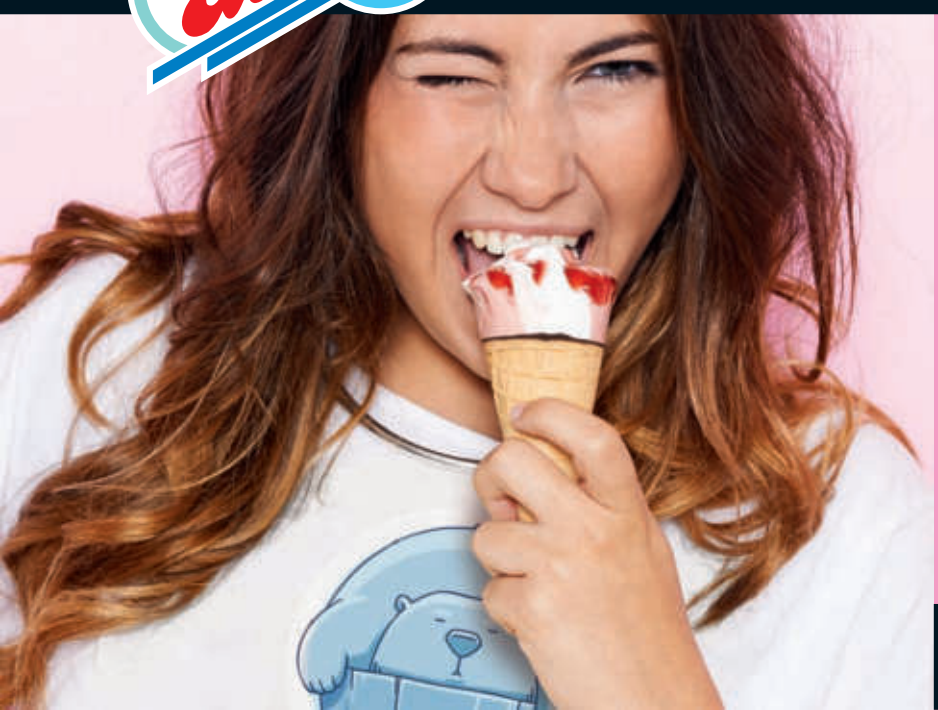
der Metropolregion Hamburg

Stade, Lüneburg, Harburg, Hamburg,
Buchholz, Buxtehude, Winsen

Ein Blick hinter die Kulissen der Lebensmittelbranche

Eisbär

BEGEISTERUNG PUR!



EISBÄR EIS SCHMECKT
☺ egal wie unterschiedlich die Geschmäcker sind,
wir haben für jeden genau die richtige Kreation.

EISBÄR EIS BRINGT'S
☺ ob im Becher, Waffelhörnchen oder am Stiel,
wir erfüllen (fast) alle Wünsche, fordern Sie uns heraus.

EISBÄR EIS LIEBT EUCH
☺ euch, das große Eisbär-Team, den Gründungsort, den wundervollen Norden.

EISBÄR EIS IST FÜR EISLIEBHABER
☺ ob Konsument, Händler oder Mitarbeiter, wir begeistern alle.
Sind Sie auch schon ein Eisbär Fan?

Eisbär Eis GmbH | Eisbärstraße 1 | 21641 Apensen | Telefon 04167-9123-0 | Fax 04167-9123-50 | info@eisbaer-eis.de | www.eisbaer-eis.de

Editorial

Zu Gast bei Bell Deutschland in Meckelfeld: Stephan Holst (rechts) und B&P-Redakteur Wolfgang Becker beim Rundgang durch die Abraham-Katenschinken-Produktion. Foto: José Vilela

Mütze auf und hinein in die Welt der Lebensmittelproduktion

Es passte ja fast ein bisschen in die Karnevalszeit: Wer die Produktion eines Lebensmittelbetriebes besichtigen möchte, muss sich verkleiden. Überzieher für die Schuhe, keimfreier Kittel oder Zellstoff-Overall – und dann diese tolle Mütze, die verhindert, dass sich einzelne Haare selbstständig machen und im schlimmsten Fall in der Suppe landen. Für Menschen, die im Food-Bereich arbeiten, ist das alltägliche Routine. Für Journalisten, die über eben diese Betriebe berichten, nicht unbedingt.

Klar ist aber auch: Die Verkleidung ist die Eintrittskarte in eine Welt, zu der normalerweise nur autorisierte Personen Zugang haben. Für B&P machten eine ganze Reihe Unternehmen diese Tür auf, um zu zeigen, wie es hinter den Kulissen zugeht. Dieses Vertrauen ist keineswegs selbstverständlich. Deshalb an dieser Stelle ein großes Dankeschön für die Offenheit. Hinter der Tür eröffnete sich ein Blick auf die Produktionsabläufe, die nötig sind, um die Regale und Frischetheken im „Supermarkt der Metropolregion Hamburg“ zu befüllen. Natürlich kann ein Food-Special mit 24 Seiten nur einen kleinen Ausschnitt abbilden. Insgesamt gibt es in und um Hamburg etwa 400 Unternehmen, die sich der Lebensmittelbranche zurechnen. Aber bereits die hier abgebildete Spitze des Eisberges zeigt einen Wirtschaftszweig, der schnell in die Kritik gerät, wenn etwas schief läuft, ansonsten aber wie selbstverständlich zu funktionieren hat. Geht ja schließlich um Lebensmittel . . .

Dass hinter Namen wie Eisbär, Abraham, Zum Dorfkrug, Wedemann, Schönecke, Mattfeld & Co. Menschen und zum Teil erhebliche Investitionen in Maschinen und Gebäude stehen, wird oft vergessen. Dieses Special wirbt auch um Respekt für eine Branche, in der Menschen tagtäglich und häufig zu unchristlichen Zeiten hart arbeiten, um für volle Regale im Supermarkt zu sorgen. Nicht zu vergessen: Die vor- und nachgelagerten Produktionen und Dienstleistungen vom Bau einer Palette bis hin zur Lebensmittelanalyse und Kühltechnik gehören ebenfalls in dieses komplexe Thema. Sogar die Automatisierungstechnik zählt dazu, was nur verstehen kann, wer jemals die ausgefeilten Produktionsabläufe anschauen durfte.

„Guten Appetit“ beim Lesen des ersten B&P-Food-Specials wünscht Ihnen

Wolfgang Becker
Objektleiter Business & People

S. 4 | KOLUMNE VON DER WLG

S. 4+5 | NETZWERK VON FOODACTIVE E.V.

Foto: fotolia
S. 7 | SAUBERKEIT VON GALLAS

S. 6 | SPEISEEIS VON EISBÄR EIS

S. 8 | BERATUNG VOM AGA UNTERNEHMENSVERBAND

S. 10 | FREILANDEIER VOM GEFLÜGELHOF SCHÖNECKE

S. 11 | ABRAHAM SCHINKEN VON BELL DEUTSCHLAND

S. 12 | CHUTNEYS UND MEHR VON BYSUSANN
RÜHRMASCHINEN VON HERBST

Impressum

BUSINESS & PEOPLE

Business & People erscheint in den Landkreisen Stade, Harburg und Lüneburg sowie im Bezirk Harburg.

CHEFREDAKTEUR:	Wolfgang Stephan (verantwortlich)
OBJEKTLEITUNG:	Wolfgang Becker
REDAKTION:	Julia Balzer, Wolfgang Becker, Martina Berliner
KORREKTORAT:	Leonie Ratje
LAYOUT/PRODUKTION:	Gunda Schmidt
ANZEIGEN:	Sönke Giese (verantwortlich)
VERTRIEB:	Achim Preißler
AUFLAGE:	57 500
HERAUSGEBER:	Zeitungsverlag Krause GmbH & Co. KG, Glückstädter Straße 10, 21682 Stade
GESCHÄFTSFÜHRER:	Georg Lempke
DRUCK:	Pressehaus Stade, Zeitungsdruck GmbH, Glückstädter Straße 10, 21682 Stade

Handwerk ganz **groß**

BACKHAUS
WEDEMANN
frisch gebacken seit 1888

- **Täglich frische Backwaren**
- **Leckeres Brot auf Stein gebacken**
- **Abwechslungsreicher Mittagstisch**
- **Gesunde frische Salate**
- **Kuchen aus unserer Konditorei**

Großmoorbogen 7a • 21079 Hamburg • Telefon 040 - 32 87 08 0 • www.frischgebacken.de • info@backhaus-wedemann.de

Inhalt

S. 9 | BRATEN VON MATTFELD / FLEISCHGROSSMARKT HAMBURG

S. 22 | REGALE VON HAHN & GROH BERATUNG VON SCHLARMANNVONGEYSO

S. 18 | FRÜCHTE VON GLOBAL FRUIT POINT

S. 16 | SPARGEL VOM SPARGELHOF WERNER

S. 23 | AUTOMATIONSTECHNOLOGIE VON HEITEC

S. 20 | KÜHLUNG VON GERKE-KÄLTE-KLIMA

S. 14 | ÄPFEL VON DER M.AL.

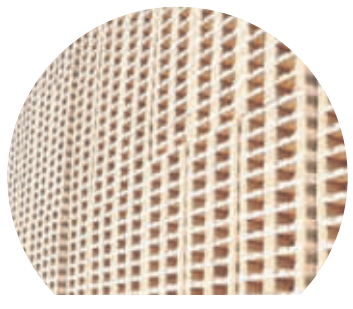
S. 21 | GUTACHTEN VON LADR

S. 15 | SYLTER SALATFRISCHE VOM DORFKRUG

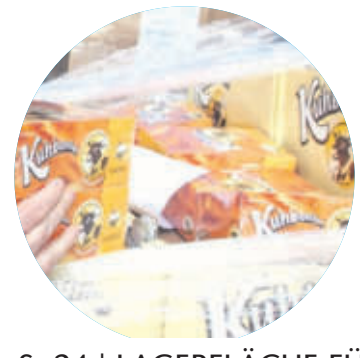
S. 16 | BIO-RINDFLEISCH VOM MÜNCHHOF

S. 17 | KAFFEE VON DER RÖSTEREI AM FLETH

S. 22 | KÜCHEN VON CORLEIS



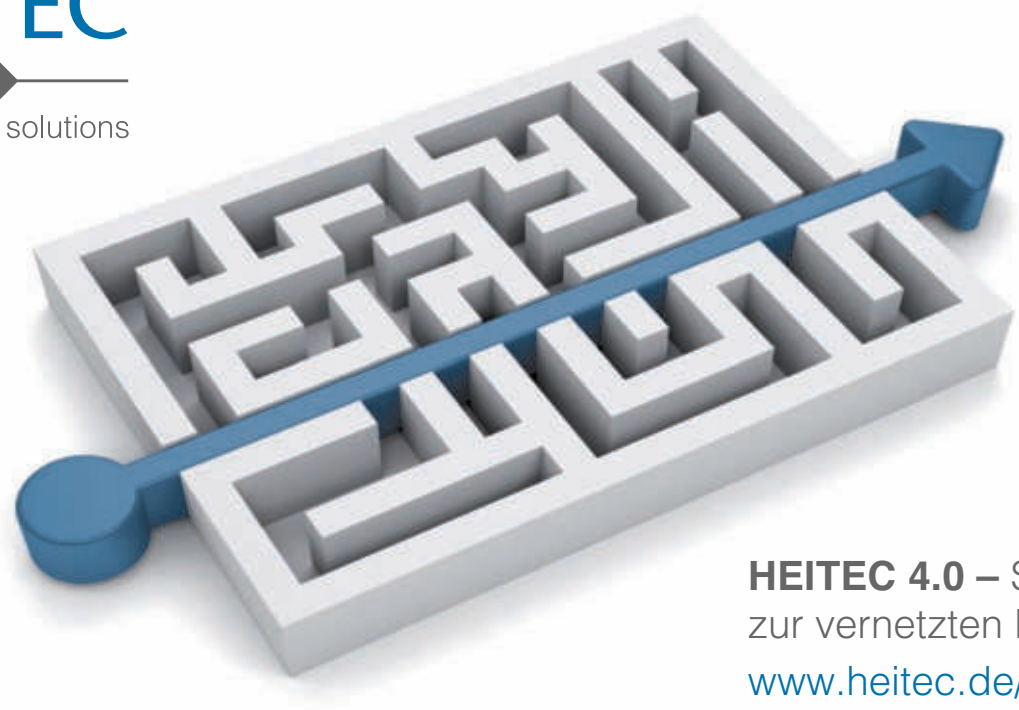
S. 19 | PALETTEN VOM PALETTEN-SERVICE HAMBURG



S. 24 | LAGERFLÄCHE FÜR LEBENSMITTEL VON STS

S. 15 | BACKWAREN VON WEDEMANN

HEITEC
engineering solutions



HEITEC 4.0 – Schneller zur vernetzten Produktion
www.heitec.de/heitec40

Seit über 30 Jahren steht HEITEC branchenweit für Industriekompetenz in Automatisierung und Elektronik und bietet Lösungen, Produkte und Dienstleistungen mit den Inhalten Software, Mechanik und Elektronik.

Schwerpunkte im Bereich der Nahrungs- und Genussmittelindustrie:

› Automatisierung
› Produktionssysteme
› Mess- und Prüftechnik
› Software
› Elektronik
› Energietechnik

Jürgen Enkelmann, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderungs-GmbH für Stadt und Landkreis Lüneburg WLG

KOLUMNE VON

WLG

BLICK. LÜNEBURG

Das Paradies sieht anders aus

Das Ernährungssystem ist nicht mehr stabil. Dieser Satz lässt aufhorchen, zumal er vom Präsidenten der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG), Carl-Albrecht Bartmer, stammt. Immerhin bezieht sich diese Aussage auf unsere Lebensgrundlage: Lebensmittel. Warum ist der Status quo so unbefriedigend, nachdem doch Essen immer billiger wurde und obwohl es in den letzten fünf Jahren weltweit Rekordernten gab? Die Industrialisierung hat die Ernten vervielfacht. Dennoch ist die Ernährung im Jahr 2050 mit dann vermutlich neun oder zehn Milliarden Menschen nicht sicher. Gut 40 Prozent mehr Weizen, Soja, Reis und Mais müssten geerntet werden, ohne dass die Anbaufläche wesentlich wächst, sagen die Vereinten Nationen.

Weder ökologische Pessimisten, die der Menschheit weniger Essen verordnen wollen, noch industrielle Optimisten, die auf Hochhausfarmen und Meerwasser-verträgliche Tomatenpflanzen setzen, haben auf diese Herausforderung eine Antwort. Denn Esskultur folgt keiner Vernunft, sondern orientiert sich an den Geschmackserlebnissen unserer Kindheit. Deshalb formen Veganer Wiener Würstchen aus Sojabrei.

Bio ist keine Lösung

Auch reine Biolandwirtschaft ist keine Lösung. Selbst wenn im Jahr 2050 fast zwei Drittel der Deutschen kein oder wenig Fleisch äßen, bräuchte man hierfür zu viel Fläche. Das ergab eine aktuelle Greenpeace-Studie. Handelsregeln und Marktmechanismen bringen Erzeuger und Verbraucher dazu, rein ökonomische Entscheidungen zu treffen. Immerhin hängt das Einkommen der Erzeuger derzeit zu mehr als zwei Dritteln vom Fleischumsatz ab. Zwar haben zahlreiche Labels und Kochshows das Interesse der Kunden an Lebensmitteln etwas erweitert. Doch nur ein Fünftel der Konsumenten ist überhaupt bereit, sich Gedanken über die sozialen und ökonomischen Auswirkungen ihrer Lebensweise zu machen.

Viele Veränderungen sind notwendig. Sie werden komplexe Auswirkungen haben und zu neuen Fragen führen. Klar ist, dass die Anforderungen an die Ausbildung der Landwirte und Erzeuger weiter steigen. Während die Technisierung bei der Erzeugung von Lebensmitteln in den Industrieländern weit vorangeschritten ist, gibt es Produktivitätsreserven in den Ländern des Südens. Einrichtungen wie das Landwirtschaftliche Bildungszentrum (LBZ) Echem der Landwirtschaftskammer Niedersachsen können hierzu ebenso einen Beitrag leisten wie innovative Unternehmen. Ein Beispiel ist die Firma TOFUTOWN.com GmbH, die in der Hansestadt Lüneburg vegetarische Lebensmittel in Bioqualität produziert und aktuell die eigene Betriebsstätte erheblich erweitert.

Frage der Kommunikation

Gleichzeitig werden sich Verbrauchergewohnheiten ändern müssen. Das wird weder über Verordnungen noch ausschließlich über Preisveränderungen gelingen. Vielmehr ist es eine längerfristig angelegte Kommunikationsaufgabe, die weit vor der Kaufentscheidung am Supermarktregal beginnt. Hierfür gibt es bereits interessante Angebote wie das „Agrarium" des Freilichtmuseums am Kiekeberg oder außerschulische Lernorte wie sie in Kooperation des Landwirtschaftlichen Bildungszentrum Echem mit dem SCHUBZ Umweltbildungszentrum der Hansestadt Lüneburg entstanden sind.

Es ist ein Zeichen der Hoffnung, dass sowohl auf Seiten der Industrie und des Handels als auch der Nicht-Regierungsorganisationen (NGOs) die Bereitschaft wächst, sich hier einzubringen. Allerdings ist noch mehr möglich und notwendig. Proteste wütender Erzeuger und zynische Facebook-Kommentare von Verbrauchern helfen jedenfalls nicht weiter. Herr Bartmer, vielen Dank für die klaren Worte.

» Fragen an den Autor:
enkelmann@wirtschaft.lueneburg.de

„Hier werden *Ideen* geboren"

Social Food Challenge: Studenten und Unternehmer entwickeln Job-Ideen für Geflüchtete

Für Menschen ohne passende Vorqualifikation und ausreichende Deutschkenntnisse ist der Berufseinstieg in Deutschland oft steinig und langwierig. Diese leidvolle Erfahrung machen die meisten Geflüchteten und Zugewanderten. Die Potenziale dieser Menschen zu erkennen und für den Arbeitsmarkt zu nutzen, war Ziel der ersten „Süderelbe Social Food Challenge". Gastgeber waren das Ernährungsnetzwerk der Metropolregion Hamburg Foodactive e.V. (Süderelbe AG) und das Stadtteilbüro Neugraben der steg Hamburg mbH für die Integrierte Stadtteilentwicklung.

Der Workshop im Bildungs- und Gemeinschaftszentrum (BGZ) Neugraben richtete sich an Studierende, die an einem „Social Startup" interessiert sind, und an Unternehmen, die Kooperationen und Netzwerke suchen. Rund 50 Personen nahmen teil. Aufgabe der Denkfabrik war es, Geschäftsmodelle zu entwickeln, die zwar nicht zwingend monetären Gewinn erwirtschaften, wohl aber die Gesellschaft unterstützen, indem sie Geflüchteten den Weg in die berufliche Integration erleichtern.

„Ich bin aus Überzeugung hier, denn hier werden Ideen geboren", sagte Hamburgs Sozialsenatorin, Dr. Melanie Leonhard, in ihrer Eröffnungsrede. Tatsächlich standen am Ende des Kreativtags gleich fünf Geschäftsmodelle. Amadeus Hajek von der Alster Food GmbH der Evangelischen Stiftung Alsterdorf, Dr. Kerstin Filipzik vom Großmarkt Hamburg und Marco Borth, Vermarkter des innovativen Erfrischungsgetränks „Guwa", bewerteten die Konzepte.

Am besten gefiel den drei Experten aus der Ernährungsbranche die Idee eines interkulturellen Restaurants nach dem Motto „Essen is(s)t Heimat". Geflüchtete aus verschiedenen Nationen setzen dabei mit typischen Gerichten und Dekorationen ihres Herkunftslands wechselnde Akzente. Den Gästen werden auf diese Weise fremde Kulinarik und Kultur persönlich nahegebracht und dabei Hemmschwellen auf beiden Seiten überwunden.

Info: Das ist foodactive e.V.

foodactive e.V. wurde mit der Süderelbe AG gegründet und ist das Ernährungsnetzwerk der Metropolregion Hamburg. Zielgruppe sind Unternehmen der Lebensmittelproduktion. Aktuell haben sich rund 50 Unternehmen aus der Branche in dem Verein zusammengeschlossen. Mehrwerte für Unternehmen stellen die Netzwerke dar sowie Informationen zu aktuellen Trends bei Fachveranstaltungen und Workshops mit interessanten Kontakten. 2016 erhielt foodactive eine Zuwendung der Stadt Hamburg zur Ausweitung des Netzwerks und zur Integration von Flüchtlingen in die Betriebe der Ernährungswirtschaft.

» **www.foodactive.de**

„Essen is(s)t Heimat"

Großen Beifall der Juroren fand auch eine Idee, die das aktuelle Thema der Unternehmensnachfolge aufgreift (siehe auch B&P, Seite 17). Ein Schätzwert: Mehr als ein Drittel der Unternehmer in Deutschland ist älter als 55 Jahre. Viele suchen händeringend einen Nachfolger, der die Firma fortführen kann. Hier soll eine Unternehmer-Börse helfen, die Flüchtlinge mit Unternehmern zusammenbringt und mit einer gezielten Förderung auf die Nachfolge vorbereitet.

Wie die Visionen umzusetzen sind, werden weitere Aktivitäten und Gespräche zwischen foodactive, den Gewinnern, Akteuren und Förderern aus der Region ergeben. Die Veranstalter „steg" und Süderelbe AG verbanden das positive Fazit mit einem Dank an die Teilnehmer: „Danke für die tollen Ideen, das fokussierte Arbeiten und den Spaß bei der Süderelbe Social Food Challenge!" mab

der „Wir sind Ansprechpartner in der Metropolregion“

foodactive e.V. ist das Netzwerk der Ernährungsbranche – Gespräch mit Geschäftsführerin Dr. Annika B. Schröder

Dr. Annika B. Schröder ist seit 2012 Geschäftsführerin des Branchennetzwerks foodactive e.V.

Von Wolfgang Becker

Branchennetzwerk, Erfahrungsaustausch, politische Kontakte, Gespräche auf Entscheiderebene, Beratung, Integration von Flüchtlingen – es gibt eine ganze Reihe von Gründen, die dafür sprechen, sich dem Verein foodactive anzuschließen. Diese Aussage gilt für etwa 400 Unternehmen der Ernährungswirtschaft in der Metropolregion Hamburg. 60 Betriebe sind in dem Netzwerk, das seinen Ursprung 2009 auf niedersächsischer Seite hatte, bereits organisiert. Seit 2013 ist foodactive ein eingetragener Verein, initiiert von der Süderelbe AG, und das offizielle Branchennetzwerk der Hamburger Ernährungswirtschaft. Geschäftsführerin Dr. Annika B. Schröder: „Wir sind der Ansprechpartner der Ernährungswirtschaft in der Metropolregion.“

2009 hatte die Süderelbe AG EU-Mittel für die Förderung der Ernährungswirtschaft in den Landkreisen Harburg, Lüneburg, Stade, Uelzen und Lüchow-Dannenberg bekommen und für den Job eine versierte Projektmanagerin gefunden: Annika Schröder, bis dato in Diensten der foodRegio in der Region Lübeck, die mittlerweile als Branchen-Netzwerk für ganz Schleswig-Holstein aktiv ist. Die Mitgliederstruktur von foodactive ist vielfältig. Da finden sich Erzeuger und Verarbeiter ebenso wie Handelsunternehmen, Dienstleister aus dem Logistik-Bereich und wissenschaftliche Institutionen wie die HAW Hamburger Hochschule für Angewandte Wissenschaften (Studiengang Food Science Master) und das DIL Deutsches Institut für Lebensmitteltechnik in Quakenbrück. Letzteres macht deutlich, dass foodactive eine beträchtliche Reichweite hat. Annika Schröder: „Der Ketchup-Produzent Zeisner sitzt beispielsweise vor den Toren Bremens. Wer sich der Branche zugehörig fühlt und bei uns mitmachen möchte, ist willkommen.“ Eine Chance zum Kennenlernen bietet die zweite Maibock-Veranstaltung, zu der foodactive für den 18. Mai Mitglieder und Interessenten ins Blockbräu (Hamburger Landungsbrücken) einlädt. Unter anderem geht es dort um Trends auf ausgewählten Agrarrohstoffmärkten – und natürlich um das Netzwerken.

Permanent überprüft

Annika Schröder: „Unser Verein richtet sich vor allem an kleine und mittelständische Unternehmen. Es gibt aber durchaus auch Projekte mit den Großen der Branche.“ Die jüngsten Neuzugänge kommen aus dem Norden und Osten Hamburgs: Grossmann Feinkost aus Reinbek und Hansa Mineralbrunnen (Hella) aus Rellingen. Die Mitglieder auf einen Blick: http://www.foodactive.de/foodactive-ev/mitgliedsunternehmen-foodactive-ev.html

Insgesamt betrachtet ist die Ernährungswirtschaft in Deutschland in einer widersprüchlichen Situation: Zum einen stellen die Verbraucher höchste Ansprüche an Qualität und Sicherheit, zum anderen zahlen die Deutschen im europäischen Vergleich die geringsten Preise. Das setzt die gesamte Branche unter einen erheblichen Wettbewerbsdruck, wie Annika Schröder bestätigt. Erschwerend kommt hinzu, dass es eher negative Geschichten sind, die den Weg in die Öffentlichkeit finden – Stichworte: Pestizidbelastungen, EHEC (siehe auch Seite 21), Massentierhaltung und Vogelgrippe. Annika Schröder: „Dabei produziert gerade die deutsche Ernährungsbranche extrem hochwertige Lebensmittel. Die Unternehmen werden hoch- und runterzertifiziert und permanent überprüft. Es geht qualitativ einfach nicht besser. Aber das wird nur selten kommuniziert.“

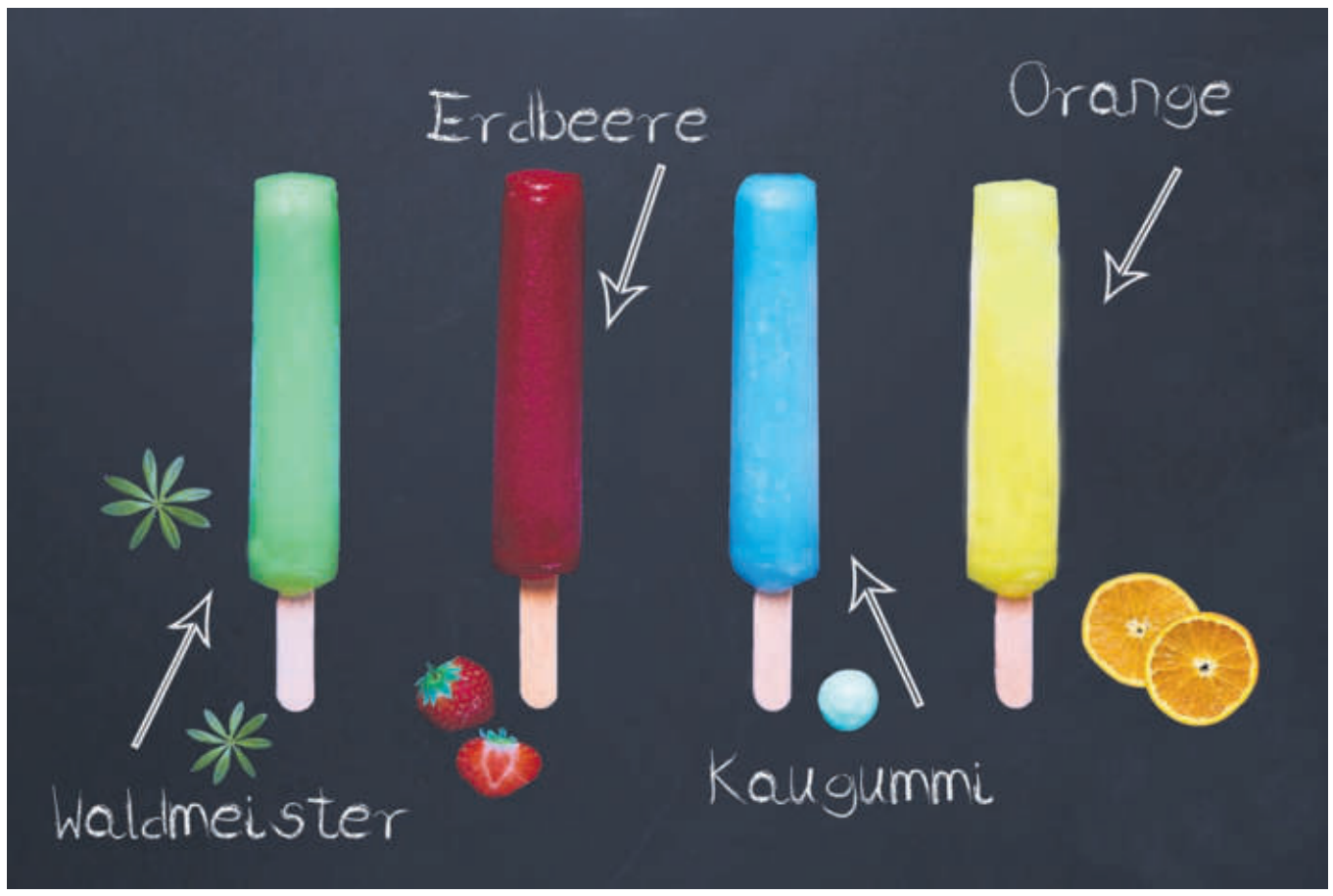
Dass es in der Branche auch „schwarze Schafe“ gibt, räumt die foodactive-Geschäftsführerin ein. Umso wichtiger sei es aus Sicht der „weißen Schafe“, für Transparenz zu sorgen und zu zeigen, wie produziert wird, woher die Rohware stammt und wie für 1A-Qualität gesorgt wird. Die eingangs beschriebene Unwucht zwischen den Ansprüchen und den niedrigen Preisen kommentiert sie so: „Das kann auf Dauer nicht gutgehen. Deshalb ist es wichtig, dass die Verbraucher umdenken und auch bereit sind, höhere Preise in Kauf zu nehmen.“

Voneinander profitieren

foodactive ist in diesem Spannungsfeld ein Mittler: „Wir sorgen dafür, dass kein Unternehmer für sich allein bleiben muss. Bei uns können sich die Entscheider austauschen und auch von den Erfahrungen anderer lernen .“ Und sogar geeignete Nachwuchskandidaten finden, wie Annika Schröder sagt: „Wir haben einen Talent-Pool gebildet. Da können Unternehmen geeignete Bewerber beispielsweise für Ausbildungsplätze melden. Manchmal gibt es ja durchaus zwei, drei tolle Bewerber, aber nur eine Stelle. Unser Ziel ist es, die Talente in der Region zu halten. Deshalb haben wir den Pool eingerichtet. Das entspricht unserem Netzwerkgedanken.“

Der Verein engagiert sich auch bei der Flüchtlingsintegration und wird speziell in diesem Bereich von Hamburg gefördert. Die Praxistage Food dienen dazu, Menschen mit Migrationshintergrund den Einstieg in die Berufswelt zu eröffnen.

Web: www.foodactive.de



Das blaue Eis sticht farblich heraus. Hier kommt Spirulina zum Einsatz.

Oben rechts: „American Cookies" kommen am Markt sehr gut an.

Darunter: Das Eisbärknusperhaus gibt es nur vor Weihnachten.

Spirulina blau macht das Eis

Thema Entwicklung: Eisbär Eis bringt pro Jahr etwa 60 neue Produkte auf den Markt

Blaues Eis? Das war bis vor ein paar Jahren noch undenkbar, wenn es zu den Vorgaben eines Unternehmens zählte, nur natürliche Farbstoffe zu nutzen. Dank Spirulina platensis, einer Blaualgen-Art, können Lebensmittel jetzt auf natürlichem Wege blau gefärbt werden. Für Martin Ruehs und Isabel Schuldt, Geschäftsführer von Eisbär Eis in Apensen, gehört die Farbe Blau deshalb zu einer festen Größe im Sortiment. Blau steht für ein Mischaroma, das geschmacklich am ehesten mit Kaugummi beschrieben werden kann und vor allem bei Kindern gut ankommt.

Die Produktion von Speiseeis ist innerhalb der Lebensmittelindustrie ein spezielles Thema, denn Unternehmen wie Eisbär müssen sich ständig etwas Neues einfallen lassen, um den Markt zu bedienen. Manchmal sind dazu fast hellseherische Fähigkeiten erforderlich, denn wer weiß schon, welche Sorte im kommenden Sommer besonders gut ankommt und entsprechend nachgefragt wird.

Klassiker: Das Eisknusperhaus

Martin Ruehs: „Wir betreiben zwar keine eigene Forschung, aber wir schauen uns das Marktumfeld sehr genau an und wissen, was beispielsweise auf dem Süßwarenmarkt, im Segment Speiseeis allgemein und auch in den Bereichen Konditorei und Molkerei passiert. Daraus lassen sich dann durchaus gute Ideen entwickeln." Rund 300 solcher Ideen werden pro Jahr geboren. Seltener stehen dabei die eigentlichen Geschmacksrichtungen im Fokus, oft sind es die Darreichungsformen. Der Klassiker: Vor etwa 15 Jahren kam Helmut Klehn, Vater von Isabel Schuldt, auf die Idee, zu Weihnachten ein Eisknusperhaus auf den Markt zu bringen, eine 1,3-Liter-Eistorte in Form eines Lebkuchenhauses. Das Saisonprodukt wurde für einen Kunden aus der Heimdienstbranche entwickelt und wird mittlerweile europaweit verkauft.

300 Produktideen im Jahr sind dennoch ein hoher Wert. „Viele Ideen erreichen nicht den Projektstatus. Die Trefferquote liegt etwa bei 20 Prozent", sagt Martin Ruehs. Was immerhin 60 Neuheiten pro Jahr entspricht. Bevor ein Produkt im Einzelhandel gelistet wird, hat es eine Menge Hürden hinter sich. Nicht jede geniale neue Geschmacksrichtung, die von dem Entwicklerteam (Ökothrophologen, Lebensmitteltechniker, Anwendungstechniker) in Apensen kreiert und auf die Produktionslinien zugeschnitten wird, erreicht den Gaumen des Eisgenießers, denn im Handel gelten andere Gesetze. Da kommt es beispielsweise darauf an, dass sich die Ware gut und schnell verkauft. Allein das Mindesthaltbarkeitsdatum sorgt für reichlich Zeitdruck. Und: Ein für die Weihnachtssaison produziertes Eis muss am 24. Dezember verkauft sein – danach „läuft" der Artikel nicht mehr. Folglich gibt es eine Tendenz zum Ordern klassischer Produkte, von denen bekannt ist, dass sie sich planmäßig verkaufen lassen.

Was passt auf die Anlage?

Bei aller Liebe zur Kreativität gelten auch für das Unternehmen Eisbär Eis eigene Grenzen. So muss ein neues Produkt auf eine der vorhandenen Anlagen passen. Die gewünschte hohe Kapazitätsauslastung der Technik kann also ebenfalls ein Anlass zur Entwicklung weiterer Produkte sein. Isabel Schudt: „Trotzdem ist es unser Ziel, als Speiseeisproduzent auch ein Alleinstellungsmerkmal zu haben. Allerdings ist es schon so, dass es Unbekanntes oder gar Exotisches immer etwas schwerer hat, sich auf dem Markt zu etablieren." Was das für die Tonka-Bohne bedeutet, die in der bevorstehenden Saison den Trend setzt, wird sich also noch zeigen. Martin Ruehs: „Manche Ideen werden auch speziell für Aktionen entwickelt. So wird ein Kunde in diesem Jahr eine Asia-Woche machen, für die wir Grüner-Tee-Eis produzieren." Sicherlich eine Geschmacksrichtung, auf die nicht einmal der berühmte Eisliebhaber und Namensgeber Fürst Pückler gekommen wäre.

Isabel Schuldt und Martin Ruehs hinter dem Werksmodell von Eisbär Eis. Sie führen in Apensen die Geschäfte. Im Hintergrund: eine Wand voller Auszeichnungen des Unternehmens.

Ebenfalls im Trend ist veganes Eis, auch wenn der Marktanteil eher klein ist. Isabel Schuldt: „Das ist für uns nicht wirklich etwas Neues, denn wir produzieren schon seit Jahren Eis für Menschen mit Laktose-Intoleranz. In diesen Sorten wird statt mit Milch auf Soja-Basis gearbeitet. Oder wir setzen Lupinen ein. Mittlerweile gibt es Aromen, die den typischen Sojageschmack überdecken, denn das Eis soll schließlich auch wie ein Eis schmecken." Martin Ruehs ergänzt: „Wir sind ein Unternehmen der Genussmittelbranche. Das darf man ja nicht vergessen. Wer ein laktosefreies Eis kauft, erwartet einfach, dass es wie ein Milchspeiseeis schmeckt. Die Kunden wollen sich da nicht einschränken. Auch wir sind der Meinung: Ein Eis muss nach Eis schmecken."

Die Sache mit der Farbe

Dass Vanilleeis weiß, Schokoeis braun und Erdbeereis rosa ist, weiß jeder. Allein die Farbe steuert schon die Geschmackserwartung. Was im Eis an Aromen und Farbstoffen verwendet werden darf, regelt in Deutschland das „Lebensmittelbuch", das von einer speziellen Kommission unter Aufsicht des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft herausgegeben wird. Martin Ruehs: „Es gibt eigentlich keine künstlichen Zutaten, denn sonst würde aus Milchspeiseeis Kunstspeiseeis." Was irgendwie nicht besonders verlockend klingt. Die Vorgaben waren ein Grund, warum es bis vor wenigen Jahren kein blaues Eis gab. Dank Spirulina ist das jetzt anders – aus der Alge lässt sich ein natürlicher blauer Farbstoff gewinnen. Ähnlich gelagert war der Fall übrigens bei Waldmeister, da sich das Aroma auf natürlichem Wege nicht extrahieren ließ. Auch das ist heute anders. In der Folge wird die Speiseeis-Welt deutlich bunter, was vor allem Kinder anspricht. Martin Ruehs: „Speiseeis ist schon mal per se ein fröhliches Produkt, das Freude auslöst."

Superfruits und „American Cookie"

Doch das klassische Eis am Stiel ist keineswegs nur ein Fall für Minderjährige. Isabel Schuldt: „Die neuen Superfruits sind extrem geschmacksintensiv und kommen in vier Richtungen auf den Markt: Granatapfel, Physalis, Boysenberry und Kiwi. Das ist kein typisches Kinderprodukt, sondern eher was für Erwachsene." Und noch eine Neuentwicklung: 2016 wurde die Sorte „American Cookie" in den Handel eingeführt und hat einen rasanten Start hingelegt. Die Eismischung zwischen zwei Cookies ist nicht nur technisch eine Herausforderung, denn jeder Keks ist ein Unikat – was die maschinelle Verarbeitung mit hohen Geschwindigkeiten nicht gerade erleichtert. Aber: Der „American Cookie" kam bei den Kunden so gut an, dass er jetzt sogar containerweise nach Australien geliefert wird. Die Idee stammt von Eisbär Eis, wurde aber zeitgleich auch von einem Konkurrenten verfolgt. Isabel Schuldt: „Wir wussten beide nichts voneinander." Manche Idee liegt eben einfach auf der Hand . . . wb

» **Web: www.eisbaer-eis.de**

KLIMA · KÄLTETECHNIK · TIEFKÜHLUNG · WÄRMERÜCKGEWINNUNG · WÄRMEPUMPEN

GERKE-KÄLTE-KLIMA KÄLTEANLAGENBAU GmbH

Wir planen individuell und beraten Sie gerne unverbindlich.
Telefon 0 41 86/89 50-0

Erfrischung gefällig? Gutes Klima treibt uns an

Kühlsysteme für Industrie, Gewerbe, Hotellerie und Privat – umweltfreundlich, effizient und komfortabel

Machen Sie Wohlfühlen zur Privatsache

Wenn heute jeder Kleinwagen mit Klimaanlage unterwegs ist, wieso verzichten Sie zuhause darauf? Den weitaus größten Teil des Alltags verbringen wir privat zuhause. Hier herrscht aber bezüglich Temperatur und aufbereiteter Luft noch großer Nachholbedarf. Gerke hilft, mehr Komfort und Lebensqualität ins Haus zu holen:

- Wohn- und Schlafräume
- Weinkeller
- Werkstatt, Garage und Hobbykeller
- Schwimmbad-Entfeuchtung
- Fitnessraum
- Wintergarten

WIR SUCHEN !
Mechatroniker für Kältetechnik (m/w) und Elektriker (m/w)

EICHENHÖHE 19-21 · 21255 KAKENSTORF · FAX 0 41 86/89 50 29 · WWW.GERKE-KAELTE-KLIMA.DE

Kampf den Keimen

Als Reinigungsunternehmen auf dem FleischGroßmarkt

Gallas Gebäudeservice seit 15 Jahren vor Ort im Einsatz – Eine Aufgabe für Mitarbeiter mit hohem Verantwortungsgefühl

Lars Blunck ist Geschäftsführer bei Gallas Gebäudeservice (Meckelfeld) und betreut seit 15 Jahren Kunden auf dem Hamburger FleischGroßmarkt.

Wer an Gebäudereinigung denkt, der hat spontan Fensterputzer vor Augen oder denkt an gewischte Treppenhäuser. Doch der Beruf des Gebäudereinigers hat auch ganz andere Facetten – etwa in der Industrie oder in der Lebensmittelbranche. Letztere ist sozusagen die Kür, denn in den Produktionsbereichen ist Hygiene das oberste Gebot. Anders ausgedrückt: Nur in einem Operationssaal ist es sauberer. Was das für die Mitarbeiter bedeutet, weiß Lars Blunck, Geschäftsführer von Gallas Gebäudeservice. Seit 15 Jahren ist das Unternehmen auf dem FleischGroßmarkt Hamburg im Einsatz und sorgt täglich für Sauberkeit in den Zerlege- und Produktionsbereichen, unter anderem in den Unternehmen Mattfeld und Salzbrenner.

Lars Blunck: „In diesen Bereichen wird zum Teil wirklich häufiger gereinigt und desinfiziert als im Krankenhaus – wenn wir den OP mal außen vor lassen. In Europa und speziell Deutschland wird unglaublich viel Wert auf Produktqualität gelegt, vor allem wenn es um Lebensmittel geht. Die Grundlage dafür ist absolute Sauberkeit.“ In den Zerlegebereichen findet unter anderem das 1959 für die amerikanische Raumfahrtbehörde entwickelte HACCP-Konzept Anwendung. Die Buchstaben stehen für Hazard Analysis and Critical Control Points, zu gut deutsch: Gefahrenanalyse kritischer Lenkungspunkte. Das Konzept definiert ganz genaue Richtlinien, nach denen gereinigt werden muss. So sollen Fehlerquellen ausgeschaltet werden.

„Das ist harte Arbeit“

„Bei der Reinigung solcher Produktionsstätten kommen spezielle Hochdruckgeräte und Chemie zum Einsatz. Gerade beim Fleischzerlegen werden Arbeitstische und Geräte stark mit Fett verschmutzt. Die Mitarbeiter auf dem FleischGroßmarkt zerlegen ihre Maschinen nach der Schicht und legen die Einzelteile für unsere Leute bereit. Alles wird grob vorgereinigt, dann mit alkalischer Chemie entfettet, wieder gereinigt und anschließend desinfiziert. Um die Resistenz bestimmter Keime zu verhindern, müssen die Mittel in gewissen Abständen gewechselt werden. Das ist schon eine verantwortungsvolle Aufgabe und harte Arbeit, nicht nur wegen der umfangreichen Schutzkleidung, die getragen werden muss,“ sagt Lars Blunck.

Harte Arbeit ist das eine, die Zeiten sind das andere: „Wir sind von 7 Uhr morgens bis 1 Uhr nachts auf dem FleischGroßmarkt im Einsatz. Unsere etwa 30 Mitarbeiter brauchen zwar keine spezielle Ausbildung, aber sie müssen einen Sinn und ein Auge für diese Aufgabe haben. Außerdem: ein Gesundheitszeugnis und ein polizeiliches Führungszeugnis. Dafür neue Mitarbeiter zu finden, ist schon eine Herausforderung.“

Die Arbeiten der Reinigungsteams werden durch die ansässigen Veterinäre regelmäßig kontrolliert. Lars Blunck: „Als Dienstleister stehen wir quasi ständig im Scheinwerferlicht. Die Aufgabe ist absolut verantwortungsvoll, denn wir wollen nicht dafür verantwortlich sein, dass eine ganze Charge ausfällt.“ Das ist der eigene Anspruch. Doch es mehren sich auch Ansprüche der Auftraggeber, wie der Unternehmer sagt: „Wir registrieren eine Zunahme an Vorgaben durch die Auftraggeber, die uns beispielsweise Inhaltsstoffe der Reinigungsmittel diktieren. Die müssen exakt auf die Arbeitsgeräte und auch die Produkte angestimmt sein.“ wb

Web: www.gallas.de

Die Branche in Zahlen

Der Nettoumsatz mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren betrug in Deutschland im Jahr 2014 laut Statista **228,55 MILLIARDEN EURO**. Die privaten Haushalte in Deutschland geben **11,5 PROZENT** ihrer Gesamtkonsumausgaben für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke aus. Der EU-27-Schnitt in diesem Segment beträgt **12,9 PROZENT.** Deutschland befindet sich damit EU-weit im unteren Drittel. Am meisten wird in Lettland ausgegeben: **19,9 PROZENT**. 2016 betrug der Umsatz in Deutschland mit Schinken und Speck **26,9 MILLIARDEN EURO**, mit Wurstwaren **31,1 MILLIARDEN** und mit Aufschnitt, Braten und Fleischwaren **46,7 MILLIONEN EURO**. Die Verbraucherpreise für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke sind in den vergangenen Jahren kontinuierlich angestiegen. Im europäischen Vergleich liegt das Preisniveau in Deutschland für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke knapp über dem Durchschnitt (100). Wert für Deutschland: **108**, niedrigster Wert **62** (Polen), höchster Wert **140** (Dänemark).

(zusammengestellt vom AGA Unternehmensverband)

Mitten in Hamburg

Die Globalisierung des Fleischhandels in Echtzeit

INTERVIEW: Volker Tschirch (AGA Unternehmensverband) und Kai Mattfeld (Peter Mattfeld & Sohn GmbH) im Gespräch mit B&P

Ein Blick in die Fleischabteilung: Volker Tschirch (rechts), Hauptgeschäftsführer des AGA Unternehmensverbandes, und Kai Mattfeld, Inhaber der Peter Mattfeld & Sohn GmbH, vor den Fleischprodukten aus Südamerika im Cash & Carry-Frischemarkt von Peter Mattfeld & Sohn.

Foto: Wolfgang Becker

Mitten in Hamburg, zwischen Schanze und Messe, liegt der FleischGroßmarkt auf dem Gelände des ehemaligen Schlachthofs. Mitte der 90er-Jahre wurde der Schlachtbetrieb eingestellt. Der Handelsstandort blieb jedoch und entwickelte sich zu dem vielleicht bedeutendsten Knotenpunkt für den Fleischhandel in Europa. Wer Globalisierung hautnah erleben möchte, wird in der Lagerstraße fündig. Mit Volker Tschirch, Hauptgeschäftsführer des AGA Unternehmensverbandes, und Kai Mattfeld, Inhaber der Peter Mattfeld & Sohn GmbH, dem größten Mieter auf dem Fleisch-Großmarkt, sprach B&P-Redakteur Wolfgang Becker.

Herr Tschirch, der AGA Unternehmensverband betreut diverse Handelsunternehmen – wie hoch ist der Anteil der Firmen, die sich wirklich mit Lebensmitteln befassen?
Tschirch: Der Food-Handel ist ein wichtiger Schwerpunkt bei uns. Etwa jedes zehnte Mitgliedsunternehmen beschäftigt sich mit Lebensmitteln – und zwar über alle Bereiche. Bei den Spezialisten im Lebensmittelhandel haben wir eine gute Mitgliederstruktur. Spezialisten deshalb, weil bei uns in der Regel nicht der Einzelhandel organisiert ist, sondern B2B-Händler, die Gastronomie, Hotels oder Fachgeschäfte beliefern.

Herr Mattfeld, wofür steht der FleischGroßmarkt Hamburg?
Mattfeld: Wir haben hier auf dem etwa 130 000 Quadratmeter großen Standort gut 200 Firmen mit etwa 4000 Beschäftigten, die fast rund um die Uhr arbeiten. Hier sind alle namhaften Fleischimporteure aus der gesamten Bundesrepublik versammelt.

Ist der FleischGroßmarkt zentral organisiert? Wie ist das Zusammenspiel mit dem AGA Unternehmensverband?
Mattfeld: Die FleischGroßmarkt Hamburg GmbH kümmert sich darum, dass die Immobilien erhalten bleiben sowie vermietet und gepflegt werden. Sie sorgt auch für den gemeinsamen Auftritt nach außen. Aber ansonsten ist jeder Betrieb hier für sich selbst verantwortlich.
Tschirch: Wir haben eine signifikante Veränderung was den Handel angeht. Wenn Sie heute beispielsweise auf den Fischgroßmarkt gehen, dann gibt es da noch den qualifizierten Fischgroßhandel, aber auch eine Menge Gastronomie. Da hat sich auf dem FleischGroßmarkt ein spezialisiertes Geschäftsmodell entwickelt. Hier in der Lagerstraße haben wir tatsächlich eine konsequente Ausrichtung auf das Thema Fleisch und verarbeitete Produkte wie Schinken und Wurstwaren.

Gastronomie gibt es hier also nicht . . .
Tschirch: Auf dem Großmarkt selbst ist der Schwerpunkt Handel – und das in einer europäischen Dimension. Das macht ihn aus. Nichtsdestotrotz wird hier auch Standortpflege betrieben. Dass Tim Mälzer mit seiner „Bullerei“ im Umfeld hier zu den Mietern gehört, macht den Standort attraktiv und zeigt, wie gute Qualität verarbeitet wird.

Herr Mattfeld, was bedeutet „europäische Dimension“, wie sind die Warenströme, die hier zusammenlaufen?
Mattfeld: Heute sitzen hier auf dem Gelände alle wichtigen Händler der Bundesrepublik, die deutschland- und europaweit ihr Fleisch weiterverkaufen. Aber wir sind auch Nahversorger für Kunden von Flensburg bis Hannover, die hier jeden Tag einkaufen. Das sind sehr stark die Ladenschlachter und die Gastronomen. Der Einzelhandel wird nur in der Belieferung von hier aus versorgt – Einkäufer aus dem Einzelhandel werden Sie hier selten antreffen.

Also, wenn ich zum Schlachter gehe und einkaufe, kommt das Fleisch in der Regel vom Fleischgroßmarkt?
Mattfeld: So ist es. Wir haben den Schwerpunkt Fleisch, aber auf der anderen Seite sind wir auch Gewerbehof – unsere Kunden bekommen hier auch Wurstwaren, ein breites Sortiment an Lebensmitteln, Gewürze und vieles mehr. 200 vielschichtige Unternehmen sichern eine umfassende Versorgung mit Lebensmitteln.

Wo kommt das Fleisch her?
Mattfeld: Wir verarbeiten und handeln Schweine- und Rindfleisch aus Deutschland. Rindfleisch importieren wir außerdem aus vielen Ländern weit über den Globus verteilt. Die USA bieten maisgefüttertes Rindfleisch, Australien getreidegefüttertes. In Südamerika importiert Peter Mattfeld & Sohn vorwiegend aus Argentinien, Paraguay, Uruguay und Brasilien. Und dann beziehen wir noch Rind- und Lammfleisch aus Neuseeland sowie Schaffleisch aus Australien.

Wie sieht es mit Känguru aus?
Mattfeld: Das ist ein absolutes Nischenprodukt, genauso wie Krokodil. Das ist kein Mainstream. Wie bei Obst und Gemüse können wir aber auch exotische Produkte auf speziellen Kundenwunsch beschaffen.
Tschirch: Und das ist auch gut so! Insgesamt ist der Lebensmittelhandel global und dadurch bietet er diese Vielfalt. Ließe man alle importierten Lebensmittel in der gehobenen Gastronomie einmal weg, dann sähe es auf den Tellern ziemlich traurig aus. Wir haben eine hohe Importquote und – wie hier zu beobachten – eine hohe Qualitätsstrategie. Die Importpartner bringen sehr gute Qualitäten an den Standort.

Sie importieren weltweit, aber wie weit reichen die Exportaktivitäten?
Mattfeld: Aus unserem persönlichen Blickwinkel ist der innereuropäische Handel kein Export mehr. Wir versorgen Kunden in ganz Europa.

Gibt es in Europa Zentren, die mit dem FleischGroßmarkt Hamburg vergleichbar sind?
Mattfeld: Es gibt noch ein Zentrum in Paris, aber vom Volumen her liegt Hamburg noch davor. Beide gehören zu den größten Fleischhandelszentren Europas. Allein das Unternehmen Peter Mattfeld & Sohn hat in Hamburg im vorigen Jahr rund 30 000 Tonnen Lebensmittel bewegt. Allein aus Argentinien haben wir mehr als 2000 Tonnen Rind – überwiegend Steak-Ware – importiert.

Und der Rest bleibt da?
Mattfeld: Dafür gibt es eine Erklärung: Die Südamerikaner essen lieber das Vorderviertel als das Hinterviertel. Für sie ist ein Steak nicht das, was es für uns ist.

Machen Ihnen Vegetarier und Veganer Angst?
Mattfeld: Nein. Echte Vegetarier oder gar Veganer halten sich in Grenzen. Ein viel stärkerer Trend sind die Flexitarier, die nicht mehr täglich Fleisch essen. Es ist richtig, dass sich viele Menschen heute mehr Gedanken machen, woher das Fleisch auf ihrem Teller kommt. Viele essen deutlich weniger Fleisch, greifen dafür aber zu qualitativ hochwertigen Fleischprodukten. Solange wir da am Ball bleiben und sich unser Sortiment an den Bedürfnissen der Verbraucher orientiert, mache ich mir keine Sorgen. Wir nehmen diese Trends sehr sensibel wahr und reagieren schnell, auch wenn wir uns nicht in einem Maße verändern wie beispielsweise Rügenwalder, die dafür erfolgreich ganze Fabriken bauen.

Welche Rolle spielt in diesem Kontext nun der AGA Unternehmensverband?
Tschirch: Schwerpunkt unserer Arbeit im Bereich der Lebensmittelhändler ist der Personalbereich. Auf dem FleischGroßmarkt brummt es am meisten morgens um drei oder vier Uhr. Da muss man Beschäftigte finden, die bereit sind, solche als unbequem empfundenen Zeiten zu akzeptieren. Es gibt viele Fragen und zu klärende Themen in Sachen Arbeitszeit und Arbeitsverträge. Da stehen wir an der Seite der Betriebe und helfen im Paragraphendschungel weiter. Wir übernehmen aber auch einen Teil des Ausbildungsmarketings. Das Unternehmen Peter Mattfeld & Sohn ist zum Beispiel auch auf dem AGA-Gemeinschaftsstand für Handel und Dienstleistung bei der Ausbildungsmesse „Einstieg“ in Hamburg aktiv. Hier bringen wir verschiedene Händler zusammen, übernehmen einen Großteil der Organisation und unterstützen mit Öffentlichkeitsarbeit für die Duale Ausbildung. Wir kümmern uns sowohl zu Beginn des Berufslebens als auch zum Ende hin um die Personalfragen inklusive Qualifizierung, wenn es vielleicht darum geht, einen Mitarbeiter über die Altersgrenze hinaus im Unternehmen zu halten. Ein weiteres Verbandsthema ist der Support bei der Digitalisierung und anderen aktuellen Themen.

Wie viele Mitarbeiter hat das Unternehmen Peter Mattfeld & Sohn?
Mattfeld: Wir beschäftigen 145 Mitarbeiter, darunter zehn Auszubildende in den Berufen Kaufmann/-frau im Groß- beziehungsweise Außenhandel, Lagerlogistiker und Lebensmitteltechniker. Vom Personalbestand sind wir heute das größte Unternehmen auf dem FleischGroßmarkt, flächenmäßig ebenfalls. Nach der geplanten Erweiterung in diesem Jahr bewirtschaften wir zukünftig rund 18 000 Quadratmeter.

Web: www.aga.de

Traumküchen zum Schnäppchenpreis

Unser Harsefelder Küchenstudio gestalten wir in diesem Sommer komplett um, daher sind

ALLE Musterküchen jetzt um bis zu 50% reduziert,

auch vorrätige Lagergeräte, Spülen und Wasserhähne werden abverkauft.

Terminverinbarung unter 04164-2266

Wir beraten Sie gern!

In Harsefeld: Möbel-Corleis GmbH
Buxtehuder Str. 9 · 21698 Harsefeld
Telefon 04164 2266 · www.moebel-corleis.de
Mo- Fr 9.00-18.00 Uhr · Sa 9.00-16.00 Uhr

Seit 1950
corleis
Persönlich einrichten.

Alles braucht seine Zeit: Kai Mattfeld, Geschäftsführer und Inhaber der Peter Mattfeld & Sohn GmbH, zeigt den Kühlraum, in dem das Roastbeef mit dem Entrecôte am Knochen zehn Tage lang reift.

Hier schneidet Küchenchef Michael Koblitz (links) gepökelte Rinderbrust – der Grundstoff für Hamburger Labskaus, laut Kai Mattfeld der „stärkste Schöpfartikel" im Sortiment. Das Labskaus wird küchenfertig im eigenen Cash & Carry-Frischemarkt verkauft.

So geht Hackbraten: Die Bratenmasse wird in einen Schlauch gefüllt, in rechteckige Form gebracht und fast fertiggebraten.

Michael Koblitz holt 100 Schweinebraten aus einem Konvektomaten: Die Maschinen sind Alleskönner und selbstreinigend.

Fotos: Wolfgang Becker

„Jeder Braten braucht seine Zeit"

Fleischgroßmarkt Hamburg: Kai Mattfeld über die Spezialisierung vom reinen Zerlegebetrieb zum Anbieter von Convenience-Produkten

Der Mann hat zweifellos Recht: „Junge Menschen wissen heute häufig gar nicht mehr, wie man einen guten Braten brät. Ich fürchte, da geht gerade ganz viel Wissen aus der Kochkultur verloren." Kai Mattfeld, Inhaber des Unternehmens Peter Mattfeld & Sohn auf dem Hamburger Fleischgroßmarkt, weiß, wovon er spricht: Er beliefert Großküchen, Kantinen, Caterer und auch die Küche der HSV-VIP-Lounge mit bis zu 50 verschiedenen Bratenprodukten, die in seiner Convenience Manufaktur an der Lagerstraße in Hamburg produziert werden. Unter dem Stichwort Convenience hat Mattfeld ein ganz neues Geschäftsfeld aufgebaut. An fünf Tagen der Woche garen seine Mitarbeiter in bis zu zwei Schichten sieben Tonnen Bratenfleisch – täglich.

Vier Konvektomaten im Einsatz

„Wer sich unsere Firmengeschichte anschaut, der weiß, dass wir immer mit Fleisch zu tun hatten. Doch der reine Zerlegebetrieb wurde immer unwirtschaftlicher. Das ist heute eher etwas für Großbetriebe, in denen auch Roboter eingesetzt werden. Also haben wir uns auf die Fleischveredelung spezialisiert. Das begann mit der Produktion von Schnitzelscheiben und Gulaschwürfeln. Heute garen wir im großen Stil zum Beispiel für Caterer und Eventveranstalter, aber auch die Küchen von fünf Unikliniken im Bundesgebiet." Außerdem werden bei Mattfeld immer noch pro Nacht bis zu 1000 Schweinehälften und 100 „Rinderpistolen" (hintere Viertel) zerlegt.

Zurück zum Thema Braten: Sieben Tonnen Fleisch täglich – das ist eine beachtliche Menge, aber beim Gang durch die Produktion überrascht die Übersichtlichkeit. Herzstück sind vier Konvektomaten – Maschinen, die braten, dünsten, backen und kochen können. Alleskönner für den professionellen Küchenbetrieb. Soeben öffnet Küchenchef Michael Koblitz einen Konvektomaten, in dem etwa 100 Schweinebraten die nötige Gartemperatur erreicht haben. Das Geheimnis: Die Braten sind nur zu 95 Prozent fertig. Kai Mattfeld: „Die fehlenden fünf Prozent kommen beim Kunden hinzu. Dort wird der fast fertige Braten ‚warmgeschossen' – wie wir sagen." In dieser Phase, die vom Aufwärmen (aus der Kühlung) bis zum finalen Abbraten bis zu 30 Minuten dauert, bekommt beispielsweise der Krustenbraten seine knusprige Kruste.

Die Produktion bei Mattfeld konzentriert sich auf die knochenlose Bratenküche. Die Verwendung vorgegarter, häufig auch gewichtsgenau portionierter Ware, verschafft den Kunden Zeit für andere Dinge: beispielsweise die Herstellung von Soßen und Beilagen. Denn bei aller Technik: „Jeder Braten braucht seine Zeit. Das lässt sich nicht beschleunigen", sagt Kai Mattfeld. Für Krankenhäuser produziert sein achtköpfiges Küchenteam auch diätische und leicht verdauliche Produkte für Frischoperierte. Zum Portfolio zählen neben den Standardbraten von Pute, Rind und Schwein auch Roastbeef aus der eigenen Reifung, Sauerbraten (garantiert zehn Tage eingelegt), Hackbraten und Braten im Schlauchbeutel sowie diverse Schöpfgerichte wie Chili Con Carne, Ragout vom Huhn oder Hamburger Labskaus.

Das Sauerbraten-Geheimnis

Kai Mattfeld: „Ein Sauerbraten muss außen grau und innen rot sein. Dann wurde er richtig klassisch in Beize eingelegt. Dieser Vorgang dauert zehn Tage, wobei das Fleisch mehrfach gewendet werden muss. Ist der Sauerbraten durchgehend grau, handelt es sich um injizierte Ware. Dieses Schnellverfahren dauert nur zwei Stunden, wird bei uns aber nicht angewendet." Die Ausrichtung auf Convenience-Produkte im Bratensegment war für Kai Mattfeld der richtige Weg. Allerdings kein leichter: „Das ist nicht mal eben so gemacht. Wir haben 2007 mit ersten Versuchen begonnen und am Anfang ganz schön viel Lehrgeld bezahlt. 2011 sind wir dann richtig in die Produktion eingestiegen." Auf Wunsch können seine Kunden auch neue Produktideen testen lassen. In dem Betriebsgebäude auf dem Fleischgroßmarkt gibt es eine Testküche. Dass das Geschäftsfeld speziell ist, zeigt diese Zahl: Bundesweit gibt es nur fünf Anbieter, die sich auf Convenience-Produkte im Fleischbereich spezialisiert haben. Wichtige Info für potenzielle Kunden: Kleinmengen kann Mattfeld aus logistischen Gründen nicht liefern. Die Mindestbestellmenge beginnt bei 120 Kilogramm, was – den regelmäßigen Sonntagsbraten vorausgesetzt – in etwa dem Jahresbedarf einer fünfköpfigen Familie entspricht . . . wb

Web: www.mattfeld.de

Nicht nur zu Ostern: Hühnereier sind kaum vom Speiseplan wegzudenken. Ob als Frühstücksei, Omelett, pochiert, buntes Osterei oder in süßen Speisen wie Kuchen und Desserts bis hin zu herzhaften Gerichten wie Salaten, Senfeiern, Eier Benedict sowie in Saucen wie der beliebten Hollandaise und im Eierlikör: Die Einsatzbreite ist immens. Mach mal Ei! Rezepte unter http://magazin.schoenecke.de

Fotos: fotolia

„Dann *legen* wir mal los . . .

Geflügelhof Schönecke: Hier dreht sich seit 1998 alles um das Freiland-Ei und was daraus werden kann

Das Huhn an sich ist weltweit betrachtet ein omnipräsenter Vogel, der vermutlich wider Willen eine tragende Rolle in der Welternährung spielt. Ob als „halve Hahn“ in Köln, Chicken Wings in Detroit oder Curry-Huhn in Bangladesh, als Hühnchen-Reis ins Simbabwe, Hühnersuppe in China oder Streifen vom Fasanenbrustfilet an Senf-Salat mit bunten Linsen auf Sylt – es gibt kaum eine Ecke dieser Welt, deren Speiseplan nicht vom Hühnervogel erobert wurde. Gegrillt, gekocht, frikassiert, in Teilen oder als Ganzes – ohne Huhn geht nichts mehr. Doch vor dem Huhn war das Ei. Was zuerst da war, darüber streiten die Philosophen, Fakt ist: Das Ei ist mindestens genauso nahrhaft und präsent wie das Huhn. Ob weiß, braun, gesprenkelt oder gar grün – Eier sind der Stoff, aus dem ganze Speisekarten gestrickt werden. Und sie sind das Hauptprodukt, das der Geflügelhof Schönecke in Elstorf erzeugt und vermarktet.

Seit 1998 lässt Henner Schönecke (44), in vierter Generation Inhaber des Elstorfer Familienbetriebes, seine Legehennen der Rasse „Lohmann brown lite“ auf den Wiesen in Ardestorf bei Neu Wulmstorf laufen – insgesamt 38 000 Freilandhennen, aufgeteilt in drei Herden und zwei Standorte (weitere Hennen in Bodenhaltung). Der Stall auf dem Taterberg war im Elbe-Weser-Raum einer der ersten dieser Art. Damals war die Nachfrage nach Eiern aus der Freilandhaltung noch gering. „Das ist ja nun gut 20 Jahre her. Seitdem hat sich das Verbraucherverhalten deutlich verändert“, stellt Henner Schönecke fest. „Heute kommen wir mit der Produktion nicht hinterher. Wir bieten Regionalität und Freilandhaltung an und sind dazu so transparent wie noch nie. Auch wir als Landwirte haben uns also komplett verändert. Früher ging man doch nicht mit Kunden durch den Stall“, weiß der Landwirt und Kaufmann zu berichten. 2014 erhielt er für den transparenten Ansatz den CERES Award in der Kategorie Geflügel.

Jedes Ei wird begutachtet

Jede Henne hat mehr als vier Quadratmeter Auslauf. Die Freilandhaltung bietet den Hennen artgerechte Lebensbedingungen: Sie können scharren, picken, trinken und fressen und haben ein ruhiges Nest, in das sie sich frei nach dem Motto „Dann legen wir mal los . . .“ zurückziehen können. Damit sich die Hühner im Freilandauslauf wohlfühlen, wurden Büsche gepflanzt und Unterstände aufgestellt, unter denen sie sich verstecken können. Denn Hühner fürchten die Gefahr von oben durch Bussarde und andere Beutegreifer. Außerdem sehen sie nicht besonders gut, je heller ihre Umgebung ist – umso wichtiger ist schützendes Laubwerk über ihnen.

In den beiden Ställen in Neu Wulmstorf-Ardestorf werden unterschiedliche Rassen gehalten: Lohmann brown lite (eher ruhig, legt kleinere Eier, höhere Legeleistung) und novoGen brown light (noch ruhiger, besseres Federkleid). Erstere gilt als die wahrscheinlich leistungsfähigste Legerasse weltweit. Eine Herde bleibt in der Regel 1,5 Jahre im Legedienst, wird danach komplett ausgetauscht. Jede Henne legt in dieser Zeit bis zu 400 Eier. Anschließend werden die Tiere zur Schlachtung in einen Betrieb bei Bremervörde gefahren.

Mittags werden die tagesfrischen Eier gesammelt und in der nur zwei Kilometer entfernten Sortierhalle in Elstorf auf ihre Qualität überprüft: Jedes Ei wird durchleuchtet und von einer erfahrenen Mitarbeiterin begutachtet. Hier ist bei Schönecke Handarbeit von geschultem Personal Realität, während andere bereits Computer die Eier prüfen lassen. Das Futter für die Hennen, wichtiges Qualitätsmerkmal, bezieht Schönecke seit Jahren aus einem Hamburger Futterwerk. Viele Bestandteile stammen aus der Region, Schönecke selbst baut auch Futtergetreide auf eigenen Flächen an.

Und ab in die Egg-Box

Nur qualitativ einwandfreie Eier mit unversehrter und sauberer Schale kommen in die innovative Eggbox-Schachtel. Inzwischen werden die Eier in 4er-, 6er- und 10er-Schachteln oder auf 30er-Pappen verpackt. Beliebt sind die kleinen Körbe mit 20 Freiland-Minis. Sie werden tatsächlich von Hand befüllt. Bereits am nächsten Morgen schwärmen die freundlichen Servicefahrer von Schönecke in die Region aus und versorgen die Kunden und die eigenen Marktstände mit frischen Eiern aus eigener Freiland- und Bodenhaltung, deutschen Bio-Eiern und Hähnlein-Eiern aus einem „Bruderhahn-Projekt“ in Mecklenburg. Darüber hinaus bietet Schönecke ganzjährig eine große Auswahl an bunten, gefärbten und gekochten Eiern, Frischgeflügel aus Norddeutschland und der Welt, von Wachtel bis Strauß, Feinkostsalate, kalte und warme Platten sowie einen Partyservice.

„Eier-Feier“ am 18. Juni

Alle drei Jahre findet die große „Eier-Feier“ auf dem Freilandgelände statt, die nächste am 18. Juni 2017. Dann feiert der Familienbetrieb ein großes Familienfest mit Genuss und Spaß – denn so ist Familie Schönecke und auch die Firmenpolitik: hart arbeiten, viel arbeiten, aber auch viel feiern und vor allem: genießen. Zeit für die Familie, auch für Hobbys und gutes Essen, sind für Henner Schönecke und seine Frau Ruth Staudenmayer der wertvollste Schatz. Diese Werte werden im Betrieb gelebt. „Unseren Kunden geht es ja genauso. Man ist häufig von den Zwängen des Alltags getrieben. Gutes und gesundes Essen nimmt damit einen wichtigen Stellenwert ein. Das bieten wir ihnen an – zum selbst Kochen oder als verzehrfertiges Gericht“, sagt Ruth Staudenmayer. Sie ist im Betrieb für die Filialen und Märkte zuständig. wb/rs

Wer an einer Führung interessiert ist, vereinbart einen individuellen Termin unter besichtigugstermine veröffentlicht der Betrieb regelmäßig auf seiner Homepage www.schoenecke.de

Wunderwaffe Ei

Das Ei mit seinem hohen Eiweiß-Gehalt ist eine kleine Wunderwaffe mit erstaunlichem Inhalt. Eier weisen einen extrem hohen Nährwert auf – vor allem an Vitaminen und Mineralstoffen. Ein Hühnerei der Größe L hat etwa 80 bis 90 Kilokalorien, die vor allem aus Eiweiß und Fett (mehr als 50 Prozent ungesättigt) bestehen. Darüber hinaus enthält vor allem das Eigelb die wichtigen Mineralstoffe Kalzium, Phosphor, Eisen, Natrium, Zink und Selen in vergleichsweise hohen Konzentrationen. Im Hühnerei stecken außerdem viele Vitamine. Unter anderem ist auch die für Schwangere und Stillende essenzielle Folsäure im Ei konzentriert vorhanden. Außerdem deckt sich mit einem Ei schon ein Drittel des Erwachsenen-Tagesbedarfs an Vitamin D und B12.

THEMA CHOLESTERIN: Forscher haben schon vor Jahren herausgefunden, dass sich durch den Verzehr von Eiern die Cholesterinwerte im Blut kaum erhöhen. Im Gegenteil: Bei vielen Testpersonen sank der Spiegel sogar. Grund: Wird der Stoff über die Nahrung aufgenommen, drosselt der Körper die Eigenproduktion. Ein Ei pro Tag darf daher ruhig auf dem Speiseplan stehen.

EIER SIND GEHIRN-NAHRUNG: Ein Frühstücksei enthält viel Lecithin, das wiederum Cholin enthält - und das wirkt im Gehirn wie eine Art Treibstoff.

EIER LIEFERN ENERGIE FÜR DEN TAG: In Eiern steckt viel hochwertiges Eiweiß. Besonders wichtig für unsere Laune: die Aminosäure (Eiweißbaustein) Tryptophan. Sie ist unmittelbar an der Bildung des Glückshormons Serotonin beteiligt. Ein Frühstücksei enthält außerdem jede Menge B-Vitamine, vor allem B2, B6, B12, die den Stoffwechsel ankurbeln.

EIER HELFEN GEGEN STRESS: Bestimmte Nahrungsmittel enthalten hochwirksame Anti-Stress-Stoffe. Die besten: Nüsse, Bananen und Zitrusfrüchte (Magnesium), Schalentiere und Getreide (Chrom), grünes Gemüse und Eier (Zink).

EIER HELFEN BEIM ABNEHMEN: Hühnereier beeinflussen den menschlichen Hormonhaushalt. Das freigesetzte Hormon Adinopectin verstärkt die Wirkung des Insulins im Fettgewebe und kurbelt den Fettstoffwechsel an.

Ein Himmel voller Schinken

Katenschinken à la Abraham: Besuch in der Produktion bei Bell Deutschland in Meckelfeld/Seevetal – Eine starke Marktposition im Norden der Republik

Klimatisch ist der Norden eher rauer als der Süden. Das milde Klima des Rheingrabens etwa oder gar die mediterranen Zonen hinter den Alpen – da kommt direkt Urlaubsstimmung auf. Beim Schinken sind die Vorlieben aus deutscher Sicht genau andersherum. Da steht der eher weiche norddeutsche Katenschinken für Milde, während es im Schwarzwald eher würzig und „bissiger" zugeht. Kurz: Mit dem Schinken verhält es sich wie mit dem Klima. Die Zonen sind in gewisser Weise fix. Was das konkret bedeutet, sagt Stephan Holst, Marketingchef bei Bell Deutschland mit Sitz in Meckelfeld/Seevetal: „Norddeutscher Katenschinken ist südlich der Rhein-Main-Linie quasi unverkäuflich."

Reine Geschmacksache

Wir akzeptieren: Die Süddeutschen haben einen anderen Geschmack. Möglicherweise wissen sie aber auch nicht, was sie verpassen, wenn ein dünn geschnittener Katenschinken auf der Zunge zergeht. Der milde Katenschinken der Marke Abraham, der in diversen Darreichungsformen im Handel zu finden ist, wird seit vielen Jahren im Herstellungsbetrieb in Meckelfeld produziert.

Für das Tierwohl

Die Katenschinken-Produktion ist das ehemalige Stammwerk der Brüder Jürgen und Rolf Abraham, die als Markthändler starteten, eine Räucherei in Moisburg betrieben und ihren Namen schließlich europaweit als ausgewiesene Schinken-Spezialisten bekannt machten. Seit 2012 gehört Abraham zu 100 Prozent zum Schweizer Lebensmittelkonzern Bell und ist als Marke unverändert sehr erfolgreich und innovativ. Ein Grundsatz: Jeder Schinken aus der Nordheide, dem Ammerland, dem Schwarzwald, den belgischen Ardennen und der spanischen Sierra wird tatsächlich in der jeweiligen Region hergestellt.

Gemeinsam mit Abraham wurde damals auch die Marke Zimbo von Bell übernommen. Wofür Abraham im Bereich des Rohschinkens steht, steht Zimbo im Segment der Wurstwaren. Stephan Holst: „Abraham hat als Marke besonders in Norddeutschland eine starke Position, Zimbo ist eher in Nordrhein-Westfalen und den neuen Bundesländern stark." Aber auch im Norden wird die Präsenz intensiviert. Daher gibt es seit dieser Saison Bratwurst und Würstchen von Zimbo im Hamburger Volksparkstadion. An den Zimbo-Produkten lässt sich allerdings deutlich ablesen, wohin die Reise auch für Abraham gehen wird: „Bell Deutschland ist Mitglied im Label-Beirat des deutschen Tierschutzbundes und engagiert sich für mehr Tierschutz in der Nutztierhaltung. Die ersten Zimbo-Produkte sind bereits entsprechend gelabelt. Das passt exakt in die grundsätzliche Strategie der Bell-Gruppe." Die Schweiz ist der gefühlte Weltmarktführer bei Nachhaltigkeit und Tierwohl. Die Umsetzung auch im Rohschinkenbereich erfolgt Stück für Stück zum Beispiel mit verstärkten Verkaufsaktivitäten bei Bio-Schinken.

Zurück zum Katenschinken: Laut Holst ist das Geschäft konstant. Woche für Woche verlassen 25 000 Schinken den Betrieb in Meckelfeld. Die Ware geht direkt ins Werk Harkebrügge, dem zentralen Logistikzentrum (liegt zwischen Oldenburg und Leer). Dort wird je nach Kundenwunsch aufgeschnitten, verpackt und ausgeliefert. Am Standort stehen 20 Slice-Linien, in denen Schinken hauchdünn geschnitten und in handelsüblichen Portionen abgepackt werden können.

Serrano auf dem Vormarsch

Während der norddeutsche Katenschinken eine konstante Nachfrage bedient, erlebt der Serrano-Schinken von Abraham derzeit einen Aufwind. Stephan Holst: „Hier erleben wir derzeit die beste Entwicklung. Die Nachfrage nach Serrano-Schinken ist so groß, dass wir jetzt unweit unseres spanischen Standortes in Toledo investieren und im Frühjahr den Bau eines zweiten Werks starten – in Fuensalida/Castilla-La Mancha." Serrano reift übrigens elf Monate, also wesentlich länger als ein Katenschinken. Außerdem bringt Bell einen Serrano Gran Reserva auf den Markt, der sogar 16 Monate reift. Apropos neue Produkte: Im März 2017 kommt unter dem Begriff „Edel + Zart" ein hauchdünn geschnittener Kernschinken auf den Markt. Auch bei einem Traditionsprodukt wie Schinken wird das Rad immer wieder neu erfunden . . . wb

Web: www.bellfoodgroup.com, www.abraham.de

Bell Deutschland in Zahlen

Bell Deutschland hat mehr als **1200** Mitarbeiter. In Meckelfeld sind rund **50** Mitarbeiter in der Produktion beschäftigt. Darüber hinaus ist in Meckelfeld die zentrale Verwaltung inklusive Verkaufsorganisation von Bell Deutschland mit mehr als **100** Mitarbeitern für insgesamt **9** Produktionsstandorte angesiedelt. Jahresumsatz 2016: **4 460 000** Schweizer Franken.

Vier Monate bis zum fertigen Produkt

Bevor der Katenschinken handelsfertig ist, durchläuft er eine mehr als vier Monate dauernde Prozedur von der Warenannahme bis zum Transport nach Harkebrügge, dem zentralen Logistikstandort und Schneide-Zentrum.

Allein neun Wochen dauert die Phase des Salzens. Bei drei bis vier Grad wird der Schinken sechs Mal umgelagert und nachgesalzen, wobei die Salzmenge langsam reduziert wird. Es entzieht dem Fleisch die Feuchtigkeit und macht es lange haltbar. Der Prozess wird aus den Erfahrungswerten der Mannschaft von Produktionsleiter José Vilela gesteuert. Nach der Salzerei folgt eine dreiwöchige Reifephase bei sechs bis sieben Grad – der Schinken ruht und trocknet weiter. Drei Wochen dauert die dann folgende Räucherphase, ein Vorgang der in Intervallen stattfindet – drei Tage räuchern, dann drei Tage Frischluft, dann wieder räuchern. Für den milden Katenschinken wird über Buchenspänen geräuchert – im Gegensatz zum herzhafteren Schwarzwälder Schinken, bei dem Tannenholz benutzt wird. Im letzten Schritt wird der geräucherte Schinken vakuumiert – in diesem Teil der „Reise" verteilt sich die Restfeuchtigkeit gleichmäßig im gesamten Produkt. Holst: „Das Vakuum verhindert, dass der Schinken außen hart und innen weich ist." Dann wird der Schinken in Meckelfeld entbeint. Fertig ist die norddeutsche Spezialität. wb

Frische Ware: Hier werden Rohschinken zum ersten Mal gesalzen und gelagert.
Fotos: Wolfgang Becker

Produktionsleiter José Vilela prüft die fertigen Schinken in der Räucherkammer.

Werksleiter Stefan Henke demonstriert die Vorbereitung der Buchenspäne zum Räuchern. Foto: Bell

Das Entbeinen der fertigen Schinken erfordert Handarbeit, ein scharfes Messer und einen festen Griff.

Mehrfach werden die rohen Schinken nachgesalzen. Gut zu erkennen: die Kristalle auf der Oberfläche.

Kommt demnächst auf den Markt: hauchdünn geschnittener Kernschinken.

Norddeutsches Wirtschafts-Wunder

Dranbleiben! Mitmachen!
www.aga.de

Handel und Dienstleistung erbringen ein wahres Wirtschaftswunder
Allein bei uns im Norden erwirtschaften im Großhandel, Außenhandel und im unternehmensbezogenen Dienstleistungssektor über 190.000 Unternehmen jährlich mehr als 480 Mrd. Euro. Hier arbeiten 1.700.000 Menschen und hier lernen Azubis in mehr als 40 Berufen. Der AGA unterstützt diese Unternehmen unbürokratisch juristisch, betriebswirtschaftlich und politisch: **www.aga.de**

Norddeutschlands größter Unternehmensverband
für Handel und Dienstleistung

AGA Unternehmensverband

Mehrwert durch Kooperationen:
www.teammittelstand.de

SKW Schwarz Rechtsanwälte · SCHOMERUS · relog · GiftGRÜN · top concepts e-commerce with passion
SVEA LIGHTING LED SOLUTIONS · VGA Versicherungskonzepte für Handel und Dienstleistung · AGA Versorgungswerk · inw bildungswerk nord · FOM Hochschule · HVV

Eine Idee frischer...
Werners
DER SPARGELHOF
Tel. 04149-934840
www.werner-spargel.de

Deshalb hat Susann Till auch Fertigprodukte im Kühlschrank …

Wenn es schnell gehen soll, weil sich spontan Gäste angekündigt haben, empfiehlt die findige Food-Unternehmerin Folgendes:
Blätter- oder Flammkuchenteig aus dem Kühlregal ausrollen, mit zum Beispiel Tomaten-Chutney Nr. 1 bestreichen, etwas Frischkäse darauf und – falls zur Hand – Kräuter nach Belieben drüberstreuen, aufrollen, in Scheiben schneiden und bei 180 Grad im vorgeheizten Backofen 20 Minuten backen. Geht auch süß: zum Beispiel mit Walnuss-Chutney Nr. S5 und etwas Vanillezucker.

Susann Till sorgt für den täglichen Frische-Kick

Made in Stade: Chutneys in allen Variationen bereichern die „Jeden-Tag-Küche“

Sie sind etwas ganz Besonderes: Chutneys by Susann. So viel Vielfalt und so viele Aromen sich in dem kleinen Glas befinden, so vielseitig einsetzbar sind die unterschiedlichen Kompositionen aus Früchten, Gewürzen und Gemüsen. Und passen daher zu allem, was der Kühlschrank hergibt, und nicht nur klassisch zu Käse, Fleisch, Fondue und Raclette. Und das natürlich ohne Konservierungs- und Farbstoffe und ohne künstliche Aromen. „Es ist so einfach, aus wenigen Zutaten ein tolles Essen zu zaubern, man muss sich nur trauen“, sagt Susann Till. Zur Inspiration und als Starthilfe für kreatives Kochen bringt sie im Herbst ein Kochbuch heraus. „Aromenwunder Chutney“ bietet eine Menge Rezepte, die eins zu eins nachgekocht werden können, dabei aber auch einen Spielraum für eigene Kreationen bieten. Der selbstverständliche Umgang mit Chutneys als Ergänzung in der Alltagsküche oder für ein festliches Essen wird hier sehr authentisch demonstriert.

Authentisch ist sowohl das Produkt als auch die Frau, die es in so wunderbaren Kompositionen – farblich wie geschmacklich – herausbringt. Susann Till steht mit einer großen Portion Leidenschaft am Herd ihrer kleinen privaten Küche in Stade. Hier fing vor fünf Jahren alles an, und hier wird es mit immer neuen Ideen weitergehen. Auch über Chutneys hinaus: Essig und Öle mit handverlesenen Kräutern, Pralinen mit Chutney und Cantuccini – mit wenig Zucker, aber zum Beispiel Basilikum. Was ist die Rezeptur ihres Erfolges? Storytelling. Die Kombination aus einem ehrlichen Produkt, der Authentizität einer Frau mit Herzblut und Persönlichkeit sowie der Idee, mit 70 Jahren ein Startup zu gründen, das sind die Hauptzutaten ihrer Erfolgsgeschichte.

Auch nach vielen Jahrzehnten Kochleidenschaft lernt Susann Till immer noch dazu. Aus Erfahrung und an Erfahrung. Besonders wichtig ist ihr der Austausch mit ihrem „Publikum“. „Ich will hören, was die Leute sagen“, erzählt sie und führt deshalb gern Verköstigungen bei verschiedenen Veranstaltungen durch. Durch diesen persönlichen Kontakt finden sich immer wieder neue Kontakte, Angebote und Einladungen. Aber nicht nur Networking, Fleiß und auch ein wenig Glück sorgen dafür, dass es nicht ruhig wird um die „Jungunternehmerin“. Für sie steht immer das Produkt im Zentrum des Erfolges. Ein hoher Anspruch an die Qualität der Zutaten, eine sorgfältige Auswahl miteinander korrespondierender Ingredienzien und die optimale Entwicklung der Aromen garantiert höchste Güte. „Hier mache ich keine Kompromisse“, sagt Susann Till und hat sogar schon einmal ein sowohl lukratives wie auch imageträchtiges Angebot abgelehnt, für ein Formel-1-Rennen große Mengen von Kirsch-Chutney zum Käse zu liefern. Die Kirschsorte, die der Nummer S2 dieses saisonalen Chutneys als Geschmacksträger dient, war zu dieser Zeit in der Menge nicht zu bekommen. Obwohl sie andere Kirschsorten probierte, erlangte das Chutney nicht den 100-prozentigen Geschmack. So ließ sie es lieber bleiben.

Je nach Saison befinden sich immer sechs saisonale Chutney-Sorten zusätzlich zu den neun Grundsorten im Programm. Immer frisch gekocht aus besten Zutaten, die Susann Till am liebsten aus der Region bezieht. Sogar die Aprikosen kommen aus dem Alten Land. Überhaupt ist ihr der Bezug in die Region sehr wichtig, auch wenn sie bis nach Österreich und in die Schweiz liefert. Hier fing alles an und ohne die Unterstützung von Edeka Drewes in Dollern, der sofort ihre Produkte ins Sortiment nahm, oder von Feinkost Lindner in Hamburg, der gemeinsam mit ihr wachsen wollte und sukzessive in immer mehr Läden Chutneys by Susann anbot, wäre ihr beruflicher Start vor fünf Jahren nicht so gut verlaufen. Inzwischen bietet sie auch Firmen und Hotels ihre Chutneys an, die mit eigenem Logo ihre Marke genussvoll in Szene setzen können. Nun ist das Ziel, den Frische-Kick zu erhalten und Begeisterung für Chutneys als täglichen Begleiter für die gute Küche zu wecken. bal

Dem täglichen selbst zubereiteten Essen mehr Wertigkeit zu verleihen und einfach mal auszuprobieren, welche unterschiedlichen Geschmackserlebnisse sich mit Chutneys als Begleiter ganz einfach erzeugen lassen – das wünscht sich die leidenschaftliche Köchin Susann Till. Fotos: Julia Balzer

» **Onlineshop und Bezugsquellen: www.bysusann.de**

Hier ist alles aus Edelstahl: Herbst baut maßgeschneiderte Rührmaschinen

Erstmals beliefern die Buxtehuder jetzt ein Unternehmen in Neuseeland – Ein neuer Entfernungsrekord

Diese Maschine ist für einen Kunden in Neuseeland bestimmt. Am Bediener-Display: Stephan Schöning, Projektmanager.

Fotos: Wolfgang Becker

Serienfertigung oder nicht? Das ist bei der Herbst Maschinenfabrik GmbH in Buxtehude eine Frage, die in diesem Fall mit Nein beantwortet wird: Der Name Herbst steht unter anderem in der Lebensmittelindustrie für den Bau von individuell gefertigten Rührmaschinen und bedient Kunden weltweit. Aktuell ist gerade eine 1000-Liter-Maschine für ein Pharma-Unternehmen in Neuseeland gebaut worden – ein neuer Entfernungsrekord. Als Dienstleister ist der Maschinenbauer aber auch seit Jahren für Kunden im Einsatz, die die Expertise im Metallbau schätzen. In diesem Fall lautet die Frage nach der Serienfertigung eindeutig Ja (siehe B&P-Hauptausgabe auf Seite 15).

Beim Fototermin mit Stephan Schöning, Leiter der Abteilung E-Technik, spielt der Blitz verrückt. Die Spiegelungen im polierten Metall irritieren die Lichtmessung. Hier ist alles aus Edelstahl. Die neue 1000-Liter-Maschine, extra entworfen und gebaut für Neuseeland, markiert einen neuen Rekord – noch nie wurde eine Rührmaschine von Herbst so weit geliefert. Allein die Transportplanung sei ein Fall für sich, wie Geschäftsführer Philipp Herold andeutet. Aber der Kunde wollte unbedingt eine deutsche Maschine kaufen. Und die bekommt er – made in Buxtehude.

Ein eigenes Technikum

In der Halle wird derweil kräftig montiert. Das Planetengetriebe ist schon zur Hälfte montiert. Die spezielle Rührmechanik sorgt für eine gleichmäßige Durchmischung der Füllung. Solche Maschinen werden vielfältig eingesetzt. Zum Beispiel in der chemischen Industrie, in der Pharma-Industrie und natürlich in der Lebensmittelindustrie. Hier hat die Maschinenfabrik Herbst ihren Ursprung, denn gestartet wurde 1874 in Halle a. d. Saale mit dem Bau von Teig-Rührmaschinen für das Bäckerhandwerk. Der Name Herbst ist deshalb weltbekannt.

Mit Serienfertigung hat das jedoch nichts zu tun. Philipp Herold: „Es ist immer mehr Engineering gefordert. Wir liefern alles – die Rührwerke, die Pumpen, die Behälter. Und das bis zu einem Fassungsvermögen bis zu 17 500 Litern. Das Gegenstück sind kleine Labormaschinen, in denen nur geringe Mengen durchmischt werden müssen.“ Herbst betreibt für die Kunden ein eigenes Technikum, das zurzeit gerade ausgebaut wird. Hier können Kunden eigene Versuche fahren. Manchmal dauert so ein Durchlauf 48 Stunden – dafür wurde eigens ein Sozialraum mit Duschgelegenheit eingeplant.

Ein Drittel der Aufträge für Rührmaschinen kommt aus der Lebensmittelindustrie. Auch hier wird individuell gebaut. Philipp Herold: „Serienfertigung funktioniert in diesem Geschäftszweig nicht. Hier wird alles maßgeschneidert.“ Alle Einzelteile, auch die teils großen Behälter, die eigentlichen Rührwerke und die Gehäuse – alles wird in Buxtehude gebaut. Dafür ist der große Maschinenpark vorhanden, der zusätzlich mit der Lohnfertigung ausgelastet wird. Das Unternehmen Herbst beschäftigt 25 Mitarbeiter.

» **Web: www.herbst-mischtechnik.de**

Oliver Herold führt die neue Krananlage neben der Laserschneidanlage vor. Alle Bauteile für die Rührmaschinen fertigt Herbst selbst.

M.AL. Marktgemeinschaft Altes Land

Erzeugerorganisation für Obst GmbH
Neuenfelder Str. 16a • 21635 Jork
Tel.: (0 41 62) 94 44-0 • Fax: (0 41 62) 94 44-44
info@mal-jork.de • www.MAL-Jork.de

Wir beliefern:

Altländer Obst eG

Obsthandel
Osterminnerweg 20 • 21635 Jork
Tel.: (0 41 62) 70 44 • Fax: (0 41 62) 82 63
altlaender-obst-eg@t-online.de

R. Bargstedt

Fruchtgrosshandel GmbH
Nincoper Str. 150 • 21129 Hamburg
Tel.: (040) 7 45 94 49
Mail: info@bargstedt-frucht.de

Johs. Dehmel

GmbH & Co. KG
Hohenfelde 38 • 21720 Mittelnkirchen
Tel.: (0 41 42) 89 88-0 • Fax: (0 41 42) 89 88-18
info@johsdehmel.de • www.johsdehmel.de

Faby Fruchtgroßhandel

GmbH & Co. KG
Sandhörn 1 • 21720 Steinkirchen
Tel.: (0 41 42) 81 92-0 • Fax: (0 41 42) 81 92-22
info@fabyfrucht.de • www.fabyfrucht.de

Herbert zum Felde

Früchte-Abpack- und Vertriebs GmbH
Westerladekop 37 • 21635 Jork
Tel.: (0 41 62) 94 56-0 • Fax: (0 41 62) 94 56-10
info@zumfeldejork.de

Godeland

Vermarktungsgesellschaft mbH für Obst und Gemüse
Kirchenstr. 13 • 25709 Kronprinzenkoog
Tel.: (0 48 51) 95 80-0 • Fax: (0 48 51) 95 80-37
info@godeland.de • www.godeland.de

John Knabbe

GmbH & Co Fruchthandel mbH
Muddweg 166a • 21720 Mittelnkirchen
Tel.: (041 42) 81 85-0 • Fax: (041 42) 81 85-86
zentrale@knabbe.de • www.knabbe.de

Richard Pickenpack

GmbH & Co. KG
Stader Str. 41 • 21641 Apensen
Tel.: (0 41 67) 91 29-0 • Fax: (0 41 67) 91 29-29
richard@pickenpackfrucht.de
www.pickenpackfrucht.de

Johannes Schacht

Fruchthandelsgesellschaft mbH
Gehrden 94-96 • 21635 Jork
Tel.: (0 41 62) 4 84 • Fax: (0 41 62) 84 76
c.resul@schacht-fruchtgroßhandel.de

Schliecker

GmbH & Co Fruchthandels KG
Osterjork 30 • 21635 Jork
Tel.: (0 41 62) 75 12 • Fax: (0 41 62) 55 14
info@Schliecker-Fruchthandel.de

Peter Stechmann

Obstgroßhandel GmbH
Guderhandviertel 67 • 21720 Guderhandviertel
Tel.: (0 41 42) 22 88 • Fax: (0 41 42) 81 08 93
welcome@obststechmann.de • www.obststechmann.de

Gustav Wegener & Sohn

GmbH & Co. KG Fruchtgroßhandel
Buxtehuder Straße 50-52 • 21635 Jork
Tel.: (0 41 62) 91 45-0 • Fax: (0 41 62) 91 45-45
info@wegener-frucht.de • www.wegener-frucht.de

Fotos: fotolia

. . . einfach zum Reinbeißen!

Arnulf Wintjes über die aktuelle technische Aufrüstung der Marktgemeinschaft Altes Land (M.AL.), das veränderte Verbraucherbewusstsein und den Apfel an sich

Denken Sie mal an die Äpfel, die wir in unserer Kindheit gegessen haben.“ Arnulf Wintjes, Assistent der Geschäftsführung bei der Marktgemeinschaft Altes Land (M.AL.) in Jork, kennt sie auch, die manchmal schon schrumpeligen „Äppel“, die damals als Prototypen des Bio-Apfels im Schulranzen herumkullerten. Damit ließe sich heute kein Geschäft mehr machen – so viel steht fest. Der moderne Apfel ist ein knackiges rundes Ding ohne jede Druckstelle oder gar anderweitige Makel, fruchtig-säuerlich im Geschmack, gern in dunklem Rot und möglichst gut an den Kunden zu bringen. Wintjes ist Herr über jährlich 100 000 Tonnen Kernobst (Äpfel und Birnen) aus dem Alten Land, die er im Auftrag von etwa 160 Erzeugern in den Handel bringt. Keine leichte Aufgabe, aber eine Herausforderung, die der 55-jährige Diplom-Agraringenieur gern annimmt und kreativ umsetzt.

Der Apfel an sich ist eine Frucht, die sich vielfältig verwenden lässt: ob als Grundstoff für Bäckereien und Konditoreien, als Saftlieferant, für Marmeladen und Fruchteinlage im Quark oder schlicht als Apfelmus und schlichter Apfelring. Den höchsten Ertrag erzielt er jedoch als Clubsorte im gehobenen Lebensmitteleinzelhandel. Wintjes: „Die 100 000 Tonnen Ernte pro Jahr können wir gut absetzen – trotz des Russland-Embargos. Allerdings trifft es uns indirekt. Die Preise, die wir erzielen, sind seit drei Jahren wegen des Überangebots nicht wirklich begeisternd. Das Gebot der Stunde lautet deshalb gerade bei den Äpfeln: weniger Masse, stattdessen höhere Qualitäten.“

Insgesamt werden im Alten Land pro Jahr rund 350 000 Tonnen Kernobst geerntet, der Großteil davon Äpfel diverser Sorten. Wenn es um höhere Qualitäten geht, kommt der Name Junami zur Sprache – eine Clubsorte, die exklusiv von der M.AL. vertrieben wird und preislich hochgehalten werden kann, weil die Nachfrage das Angebot übersteigt. Nur 5000 Tonnen werden geerntet – und in den Handel gebracht. Arnulf Wintjes ist sicher: „So funktioniert das Geschäft. Und so müsste es auch für andere Sorten laufen.“ Zum Beispiel für den Wellant, 2008 „Apfel des Jahres“ und wirklich einen herzhaften Biss wert.

Mit Hightech in die Zukunft

Noch in den 60er- und 70er-Jahren hatten die Apfelplantagen im Alten Land eher den Charakter von „langgestreckten Obstbaum-Wäldern“. Die Bäume waren hochgewachsen, die Ernte war umständlich. Heute sind die Bäume niedrig, Leitern werden nicht mehr gebraucht. „Trotzdem – alles ist Handarbeit. Jeder Apfel wird von Hand gepflückt“, sagt der Vermarkter. Nach der üblichen Logistikeinlage zwischen Erzeuger und M.AL. wird es allerdings technisch: Noch in diesem Jahr soll eine neue Sortieranlage in Jork in Betrieb genommen werden. Pro Stunde können dann 18 Tonnen Äpfel nach Farbe, Gewicht, Größe und Qualität sortiert werden. Vorgesehen ist sogar eine Durchleuchtungsanlage, in der Äpfel mit Kernobstfäule erkannt und aussortiert werden. 4,2 Millionen Euro investiert die Erzeugergemeinschaft und baut derzeit extra eine neue Halle auf dem Firmengelände an der Neuenfelder Straße.

Das Herzstück sind zwei Roboter, die 300-Kilo-Kisten mit sortierten Äpfeln befüllen. Foto: M.AL.

Diplom-Agraringenieur Arnulf Wintjes sorgt als Assistent der Geschäftsführung und Verantwortlicher für die Qualitätssicherung der M.AL. für den reibungslosen Ablauf des operativen Geschäfts. Er betreut auch die Neubauprojekte. Das Foto zeigt ihn im Kühllager auf dem Gelände an der Neuenfelder Straße in Jork. Foto: Wolfgang Becker

Die Sortierstation benötigt 50 mal 30 Meter Grundfläche. Hinzu kommt ein Dispolager für 1000 Kisten à 300 Kilo. 29 Sortierkanäle sind vorgesehen. Die 1,7-Millionen-Euro-Anlage kann Holz- und Kunststoffkisten „verarbeiten“, sie hat einen zirkulierenden Wasserstrom, der die Äpfel von der Anlieferung über die Sortierung und Qualitätskontrolle bis hin zu zwei Befüllungsrobotern transportiert. Sie schwimmen sozusagen zu ihresgleichen. Am Ende steht dort eine 300-Kilo-Box mit Äpfeln gleichmäßiger Qualität. Die Technik kommt aus dem französischen Ort Montauban, knapp 100 Kilometer nördlich von Toulouse. Wintjes: „Der französische Hersteller hat die Ausschreibung gewonnen.“ Im Ein-Schicht-Betrieb können ab der nächsten Ernte 20 000 Tonnen Äpfel pro Jahr automatisch sortiert werden – übrigens das ganze Jahr hindurch, denn in den Kühllagern liegen die Äpfel unsortiert.

Neues Kühllager in Apensen

Stichwort Kühlung: Ein großes Kühllager befindet sich auf dem M.AL.-Gelände in Jork, ein zweites soll in diesem Jahr in Apensen gebaut werden – für die Erzeuger auf der Geest. Hier werden weitere 2,4 Millionen Euro investiert. Wintjes: „Wir brauchen das Lager, um wirtschaftlich zu bleiben.“ Aber es wird auch zusätzliches Personal benötigt. Allein für die Sortieranlage in Jork hat er sechs neue Mitarbeiter eingestellt, darunter zwei in Vollzeit. Die Maschinenführer werden im Sommer beim Hersteller eingearbeitet.

Technische Herausforderungen sind die eine Seite, das Verbraucherverhalten ist die andere. Laut Arnulf Wintjes hat sich Letzteres in den vergangenen Jahrzehnten radikal verändert: „Früher hat die Oma beim Fernsehen noch mal ein Kilo Äpfel geschält. Das gibt es heute kaum noch. Äpfel stehen in direkter Konkurrenz zu allen Früchten, die der Handel anbietet. Sie werden nicht kistenweise, sondern einzeln oder im Viererpack gekauft.“ Der Apfel ist eben nicht mehr gesetzt – er muss sich neu behaupten. In der Folge sind altvertraute Namen wie Gloster, Cox Orange und Ingrid-Marie längst aus den Regalen verschwunden. Da hat sich auch der Geschmack der Verbraucher verändert.

Fazit: Die Obstvermarkter suchen nach Wegen, ein klassisches Traditionsprodukt wie den Apfel neu am Markt zu platzieren. Mit neuen Züchtungen und neuen Namen: Wellant und Junami kontra Jonagold (1943 gezüchtet), Elstar (1955) und Ingrid-Marie (1910, Zufallssämling). Der Apfel, da ist sich Wintjes sicher, hat das Zeug, eine echte Renaissance zu erleben. Vielleicht sogar im Snack-Format. Apfel statt Chips – einfach zum Reinbeißen! wb

So soll es in diesem Jahr auch bei der M.AL. in Jork aussehen: Das Foto zeigt sortierte Äpfel, die noch im Sortierkanal schwimmen. Im nächsten Schritt werden sie in Kisten verpackt. Foto: M.AL.

Web: www.mal-jork.de

Kalte Linie – Heiße Linie

Besuch in der Produktion der Sylter Salatfrische in Neu Wulmstorf

Stefan Kaltenhäuser hat einen Lieblingsplatz. Als Geschäftsleiter der Zum Dorfkrug Produktion GmbH & Co. KG in Neu Wulmstorf verantwortet er unter anderem die Sylter Salatfrische. Sein Lieblingsplatz ist auf einer Galerie. Von hier fällt der Blick auf Verpackungsanlagen und Transportbänder, auf denen Kartons mit Pudding, Grütze, Milchreis, Tomatensauce und vielem mehr an ihm vorbeiziehen. Wenn alles in Bewegung ist, ist seine Welt in Ordnung.

Kaltenhäuser ist gelernter Koch, hat BWL studiert und sich im Bereich der Verfahrenstechnik weitergebildet. Seit 2010 gehört er zur Dorfkrug-Mannschaft, seit zwei Jahren ist er Geschäftsleiter der eigens gegründeten Zum Dorfkrug Produktion GmbH. Kurz: Er trägt die Verantwortung für die eng getaktete Produktion, den Aufbau und das Funktionieren der Technik sowie den reibungslosen Wechsel zwischen den einzelnen Produkten.

Die Sylter Salatfrische hat in den zurückliegenden Jahren jede Menge Geschwister bekommen. Dazu zählen: Rote Grütze und Vanillesauce, Kirschgrütze, Erdbeer-Rhabarber-Grütze, Schokoladen-, Vanille- und Karamell-Pudding, diverse Dressings und natürlich Die Leichte. Die Sylter Salatfrische beispielsweise wird für den Lebensmitteleinzelhandel in vier Größen abgefüllt – 75, 125, 250 und 500 ml. Die Aufzählung der Produkte lässt ahnen, dass unter der Marke Zum Dorfkrug zwei Produktionslinien existieren: Die Kaltproduktion und die Herstellung von Produkten, die gekocht werden müssen. Dazu zählen insbesondere die Grützen, die Puddings, die Tomatensauce sowie der Milchreis.

Schonende Zubereitung

Beim Rundgang durch den Betrieb zeigt Stefan Kaltenhäuser auf die beiden Kocher, die jeweils etwa einen Kubikmeter Fassungsvermögen haben und auf einem höher gelegenen Gestell montiert sind. Diese ungewöhnliche Position hat einen tieferen Sinn: „Wir haben lange getüfftelt und dann diesen Aufbau gewählt, um die Produktion besonders schonend durchführen zu können. Wenn die Grütze gekocht ist, sind die Früchte noch vorhanden. Müsste man den Inhalt umpumpen, bliebe von den Früchten als Ganzes nicht mehr viel übrig. Hier bei uns läuft das fertige Produkt einfach direkt in die Abfüllung“, erläutert der Produktionschef. Das Erfolgsgeheimnis aller Produkte liegt in der Auswahl der Zutaten, in der besonders schonenden Zubereitung sowie im Verzicht auf Farb- und Konservierungsstoffe, Geschmacksverstärker und künstliche Aromen.

Der Verantwortungsbereich von Stefan Kaltenhäuser reicht von der Rohwaren-Anlieferung (beispielsweise Öle, Essig, Salz, Gewürze, Bindemittel, Milch, Früchte) bis zur Auslieferung der gepackten Kartons. Die Sylter Salatfrische, mit der die Dorfkrug-Erfolgsgeschichte 2004 begann, wird wie die anderen acht Salatsaucen in einem 1,2-Tonnen-Mischer angerührt. Die sich anschließende Abfülltechnik erinnert an die Flaschenabfüllung einer Brauerei, nur das alles entsprechend kleiner ist.

Die Produkte der Marke Zum Dorfkrug werden in Neu Wulmstorf hergestellt und von hier bundesweit an den Lebensmitteleinzelhandel ausgeliefert. Die Sylter Salatfrische, durch die Thomas Hauschild die Marke Zum Dorfkrug deutschlandweit bekannt machte, hat mittlerweile die Auszeichnung „Marke des Jahrhunderts“ in der Kategorie „Das Salatdressing“ erhalten. Doch schon vor dieser Auszeichnung beschrieb die Sylter Salatfrische eine neue Geschmacksrichtung, eine neue eigene Gattung. In Spitzenzeiten wurden bis zu 21 Nachahmerprodukte im Lebensmitteleinzelhandel gezählt. Viele tragen Sylt in ihrem Namen. Die Namenswahl Sylter Salatfrische hat sich damit als ideal für das Produkt erwiesen, steht der Name doch für Frische, Genuss und einen gehobenen Anspruch.

Im Handel ist das ursprünglich für das Restaurant Zum Dorfkrug entwickelte Produkt seit 2004 zu finden. 2007 wurde die erste moderne Produktionsanlage in Betrieb genommen. Sie löste die bis dahin praktizierte Handabfüllung kleinerer Mengen ab. Mittlerweile stehen auf dem Gelände an der Rudolf-Diesel-Straße zwei Produktionshallen – ausgestattet mit modernster Technik. In der „kalten Linie“ werden die Dressings produziert, in der „heißen Linie“ Grützen, Puddings und weitere Saucen. Die beiden Kocher fassen ebenfalls 1,2 Tonnen Inhalt. Es folgen die Abfüllung, die Röntgentechnik und die Etikettierung der Gläser und Flaschen. Die sind übrigens heiß begehrt. Denn sie eignen sich hervorragend, um zu Hause im kleinen Rahmen Marmelade einzukochen. Ein Tipp von Stefan Kaltenhäuser: „Die Etiketten lassen sich am einfachsten im trockenen Zustand abziehen; also vor dem Abwaschen. Dann geht das ganz leicht.“

Ein kleines Geheimnis

Die Marke Zum Dorfkrug ist mittlerweile „erwachsen“ geworden und im Handel fest etabliert. Die beliebte Sylter Salatfrische stellt nach wie vor die Basis der Dorfkrug-Produktion dar. Desserts und Grützen sind der Salatsauce aber dicht auf den Fersen. Die Nachfrage ist hoch und steigt nach Dorfkrug-Angaben stetig. Auch hier gibt es ein kleines Geheimnis: Die Milch für die Puddings stammt vom eigenen Hof sowie aus zwei Partnerbetrieben und wird in der eigenen Molkerei aufbereitet. Sarah Klindworth, Mitarbeiterin aus der Marketingabteilung: „Wir können die Qualität der Milch über die Fütterung und Haltung unserer Tiere und auch bei der Weiterverarbeitung in der Molkerei positiv beeinflussen. Am Ende erhalten wir ein Ergebnis, mit dem wir sehr zufrieden sind.“

Dorfkrug-Inhaber Thomas Hauschild hat ein Faible für Landwirtschaft im besten Sinne. Das Tierwohl steht oben an. Er hält eine eigene Herde Angler Rotvieh alter Zucht, Bunte Bentheimer Schweine und seltene Hühnerrassen, von denen manche Hennen sogar grüne Eier legen. Der Blick in den Eierkarton ist somit immer eine Überraschung. Auf dieser Basis dürfen sich die Kunden auf weitere Produkte aus dem Hause Zum Dorfkrug freuen. wb

Das Restaurant Zum Dorfkrug am Grenzweg in Neu Wulmstorf bietet die beschriebenen Produkte ebenfalls an. In Kürze wird der Umbau abgeschlossen sein. Der Dorfkrug ist dann ab sofort barrierefrei. Das Restaurant ist täglich geöffnet von 12 bis 15 Uhr sowie 17.30 bis 21.30 Uhr und für seine hervorragende Küche weit über die Grenzen von Neu Wulmstorf bekannt.
Web: www.zum-dorfkrug.de

In einer langen Schlaufe werden die Flaschen der Sylter Salatfrische nach dem Abfüllen zum nächsten Arbeitsgang transportiert. Gegenüber der Handabfüllung in den Gründerjahren hat sich in den vergangenen zehn Jahren eine moderne Produktionsanlage entwickelt.

Der Lieblingsplatz von Stefan Kaltenhäuser. Von hier oben fällt der Blick auf die Verpackungsmaschinen. Im Vordergrund laufen die fertigen Kartons vom Band.

Produktionsleiter Stefan Kaltenhäuser vor den beiden Kochern. Hier in der „heißen Linie“ werden Grützen und Puddings gekocht und direkt abgefüllt.
Unten: Die Abfüllanlage in der „kalten Linie“.

Ihr Expertenteam für
Spediteure und Frachtführer

SPEDITIONS-ASSEKURANZ VERSICHERUNGSMAKLER GMBH
Gewerbestraße 11 • 21279 Hollenstedt
Telefon: +49 (0) 41 65 / 8 10 31 • Telefax: +49 (0) 41 65 / 8 10 41
E-Mail: info@sped-ass.de • Internet: www.sped-ass.de

Sie transportieren Waren von A nach B -
wir sichern diese ab!

Eine Warentransport- oder Lagerversicherung bietet umfassenden Deckungsschutz für Ihre Waren während der Lagerung und dem Transport:

u.a. Feuer, Verlust, Diebstahl, Nässe, Transportmittelunfall, Beschädigung (z.B. Beschädigung durch Stapler am Lager), Vandalismus, Kontamination.

Gern erstellen wir Ihnen ein Angebot!

IWERSEN KAFFEE
Rösterei am Fleth
Inh. S.O. Iwersen · Ostfleth 36 • 21614 Buxtehude · Tel: 04161 / 72 14 95
www.iwersen-kaffee.de

- 100% Arabica-Kaffees
- Sortenreine, naturelle Röstung
- Espressi
- Bio-Kaffee
- Direkt-fair
- Ausschank
- Information
- Versand

Verkauf an privat und Gewerbe

Öffnungszeiten: Mi. 9–18 Uhr
Do. + Fr. 10–18 Uhr · Sa. 9–15 Uhr

BUSINESS & PEOPLE

Die nächste Ausgabe von Business & People erscheint am: **23. Juni 2017**
Interessiert? Nehmen Sie Kontakt auf!
Wolfgang Becker (Objektleiter), Telefon: 0 41 81/92 89 408, E-Mail: becker.wirtschaftsforum@gmail.com
Sönke Giese (Objektleiter Anzeigen), Telefon 0 41 61/51 67 518, E-Mail: giese@tageblatt.de

Er setzt auf Biofleisch vom Galloway-Rind aus artgerechter Freilandhaltung: Wilhelm Braack vor seinen Exporttieren. Foto: Anping Richter

Bio-Fleisch vom Münchhof in Jork

Die Produktion von Bio-Rindfleisch hat sich der Münchhof in Jork-Estebrügge auf die Fahnen geschrieben. Und das offenbar mit großem Erfolg, denn mittlerweile verkauft Wilhelm Braack seine Galloway-Rinder nicht nur in ganz Deutschland, sondern auch nach Russland und Litauen. Dort besteht großer Bedarf an unseren robusten Fleischrindern, um eine eigene Zucht aufzubauen.

Seit 1989 ist der Münchhof ein Herdbuchzuchtbetrieb. Die wetterfesten Tiere sind keine Mastrinder – sie wachsen langsam und stehen auf nährstoffreichen Wiesen. Das wirkt sich entscheidend auf die Fleischqualität aus. In der Broschüre wird das so beschrieben: „Die naturnahe Aufzucht sorgt dafür, dass unser Gallowayfleisch den typischen, kräftigen Geschmack erhält. Kurzfaserig, dunkel, saftig und zart soll es sein – mit einem niedrigen Gesamtfettgehalt und einem hohen Anteil an essentiellen und ungesättigten Fettsäuren. Geschlachtet wird übrigens stressfrei in einer nahen kleinen Landschlachterei. wb

Wer das Biofleisch vom Münchhof probieren möchte: Donnerstags und freitags ist der Hofladen in Jork, Osterloh 91, von 10 bis 12 und 14 bis 18 Uhr geöffnet, samstags von 10 bis 13 Uhr. Oder einfach im Onlineshop bestellen: www.galloway-biohof.de.

Reine Handarbeit und ein Wettlauf mit der Zeit

Auf dem Spargelhof Werner in Deinste werden an Spitzentagen bis zu 100 Kilogramm Spargel gestochen – pro Erntehelfer

Sie kommen aus Polen und Rumänien – und stechen in Deinste, was der Spargel hergibt: Seit vielen Jahren ist das Erntehelfer-Team am Start. Paul ist der Dienstälteste, der seit Beginn des Spargelanbaus 1984 auf dem Spargelhof Werner dabei ist. Er kommt wie viele seiner Kollegen jedes Jahr wieder und fühlt sich in diesen Wochen wie in einer großen Familie. „Inzwischen arbeiten auch viele Kinder unserer Erntehelfer auf den Feldern oder in der Produktionshalle“, sagt Christoph Werner, der für den Verkauf des Spargels sowie der Erdbeeren, Himbeeren, Heidelbeeren und Kirschen zuständig ist. Zehn Jahre nach Beginn des Spargelanbaus ist sukzessiv der Anbau von Beerenfrüchten hinzugekommen. Seit 2013 produziert Werner auch Kirschen.

Die Erntesaison startet mit dem Spargel. Auf insgesamt 180 Hektar in einem Umkreis von zehn Kilometern rund um Deinste wird das Edelgemüse angebaut. Zur Ernte reisen ab Ende März 200 polnische Helfer an, die wenige Wochen später mit Beginn der Beerenernte nach und nach von 400 rumänischen Erntehelfern ergänzt beziehungsweise abgelöst werden. „Für viele ist es immer ein großes Wiedersehen“, freut sich Christoph Werner, denn dass sich die meisten aus den Vorjahren kennen, sorgt für einen reibungslosen Arbeitsablauf. Meistens jedenfalls. Es kommt auch mal Stress auf, aber das ist angesichts der Kürze der Erntezeit verständlich.

Bei gutem Wetter wächst der Spargel fünf bis zehn Zentimeter pro Tag. Das bedeutet, dass er an solchen Tagen zweimal gestochen werden muss – ein Wettlauf mit der Zeit nicht nur für die Feldarbeiter, sondern auch für alle anderen Hilfskräfte in diesem Produktionsprozess. 17 Fahrer touren mit ihren Sprintern bis zu zwei Mal täglich auf festen Routen durch das gesamte Elbe-Weser-Dreieck, um alle Verkaufsstellen, den Lebensmittel-Einzelhandel und die Gastronomie mit feldfrischen Produkten zu beliefern.

Vater Hans-Jürgen Werner (links) und sein Sohn Christoph Werner führen das Unternehmen gemeinsam. Hier stehen beide vor dem Hofladen in Deinste, einer alten Hofstelle mit Fachwerkhaus aus dem Jahr 1848. Fotos: Julia Balzer

Hoffest mit allen Mitarbeitern

Der gezahlte Mindestlohn ist für einen Zehn-Stunden-Tag bei einer Sechs-Tage-Woche die Entlohnung für die anstrengende Arbeit.

Es gilt aber auch das Leistungsprinzip: Wer mehr als die geforderte Mindestmenge an Spargel sticht, wird extra entlohnt. Das ist für viele ein Ansporn, zumal die besten Spargelstecher beim sogenannten Bergfest feierlich gekürt werden. Dieses Hoffest ist zu einer liebgewonnenen Tradition in der Saisonmitte geworden, zu deren Anlass alle Erntehelfer, Verkäufer, Fahrer und Büromitarbeiter eingeladen werden. Hier wurde nicht nur schon einmal der Rekord im Spargelstechen gefeiert (29 Tonnen an einem Tag!), das Zusammentreffen dient auch dazu, jeden Mitarbeiter mit den Abläufen des Produktionsprozesses vertraut zu machen: Verkäufer erfahren zum Beispiel, dass das Spargelstechen nicht nur einiges Geschick erfordert, sondern auch körperliche Anstrengung bedeutet. Die Fahrer lernen, dass in der Produktionshalle vor dem Packen der Kisten jede Spargelstange nach Größe, Farbe und Krümmung sortiert, gewaschen und geschält wird. Auch über den aufwändigen Anbau, die Pflege und mühevolle Ernte der Beerenfrüchte berichtet Christoph Werner und stellt fest: „Die Mitarbeiter sind immer wieder erstaunt darüber, wie viel Fleiß, Zeit und Arbeit es kostet, bis ein Bund Spargel oder eine Schale gut schmeckender Erdbeeren in den Verkaufsständen landet.“ Nur mit sorgfältiger Planung, logistischer Weitsicht und fundiertem Know-how ist es möglich, ein Produkt so frisch vom Feld aus der Nachbarschaft in den Einkaufskorb zu bringen. „Aus der Region für die Region“ lautet die Philosophie auf dem Spargelhof Werner. Das Unternehmen setzt auf den Direktvertrieb durch sechs Hofläden, Verkaufserdbeeren und zahlreiche Verkaufsstände vornehmlich im Lebensmitteleinzelhandel, um den Anspruch an Frische und Regionalität zu erfüllen. Dass auch die Spitzengastronomie zu Werners Kunden zählt, spricht für eine hohe Qualität der Produkte. bal

Kontakt: Spargelhof Werner
Kirchweg 6, 21717 Deinste
Telefon: 0 41 49/93 48 40
Mail: info@werner-spargel.de
Web: www.werner-spargel.de

Global Fruit Point (GFP)

ist spezialisiert auf die Direktbeschaffung von frischen Früchten aus Übersee – auch in Bio-Qualität.

Zu unseren wichtigsten Importprodukten zählen Trauben, Birnen, Äpfel, Steinobst und Zitrusfrüchte, aber auch Beeren, Avocados, Ananas, Mangos, Granatäpfel und Litschis. Unsere Handlingstrukturen in Rotterdam und Hamburg garantieren europaweit eine reibungslose Logistik sowie höchste Lebensmittelsicherheits- und Qualitätsstandards.

GLOBAL FRUIT POINT
A Passion for Fruit

Sprechen Sie uns an:

- **Deutschland -** Buxtehude (Hauptsitz)
- **Tschechische Republik -** Prag (Verkauf Osteuropa)
- **Niederlande -** Rotterdam (Qualitätskontrolle)

www.frupo.de
Telefon: +49-4161-74 888 0
E-Mail: sven.heinsohn@frupo.de
rene.struve@frupo.de

Foto: fotolia

trifft Kleiner Keiler Heidschnucke

Harburgs ältestes Backhaus setzt auf Hightech und Handarbeit – Und: Franziska Wedemanns Auftritt im „Sesam-Film“

Franziska Wedemann ist Geschäftsführerin der Harburger Großbäckerei Backhaus Wedemann. Hier zeigt sie frisch gebackene Burger-Buns.

Fotos: Wolfgang Becker (1)/Wedemann

Es kommt nicht häufig vor, dass sich ein Fernsehteam in die Produktionsräume einer Großbäckerei verirrt. Und doch: Als der TV-Sender „Pro7“ bei Franziska Wedemann in Harburg anklopfte, um für das Wissensmagazin „Galileo“ den weiten Weg des Sesam-Korns auf deutscher Seite weiterzuverfolgen, war es soweit. Herausgekommen ist ein durchaus sehenswerter Film, der in Indien beginnt und in einer Burger-Braterei endet. Mittendrin: Franziska Wedemann im Interview, denn Sesam-Körner, die werden auch in Harburg zum Backen verwendet. Inzwischen lauern aber längst neue Herausforderungen: Das Backhaus Wedemann wird Brötchenlieferant beim G-20-Gipfel, der Anfang Juli in Angela Merkels Geburtsstadt Hamburg stattfinden wird.

Fast 100 Mitarbeiter

Die Beispiele zeigen: Auch für mittelständische und familiengeführte Unternehmen ergeben sich durchaus Chancen, eine Rolle bei herausragenden Ereignissen zu spielen – sei es nun als Gaststar im „Sesam-Fernsehen“ oder bei einem politischen Großereignis. Mit fast 100 Mitarbeitern zählt Wedemann zu den Großbäckereien. Allerdings hat das Backhaus nur zwei Verkaufsstandorte unter dem eigenen Label – die Zentrale am Großmoorbogen und den Wedemann-Flagstore am Veritaskai im Harburger Binnenhafen, der allein schon aufgrund seiner Lage und seiner Ausstattung einen Besuch wert ist. Für beide Standorte werden Mitarbeiter für den Verkauf gesucht – gern auch männliche Kollegen, sagt Franziska Wedemann. Und: „Wir sind ein alteingesessenes Handwerksunternehmen mit niedersächsischen Wurzeln aus dem Gründungsjahr 1888, aber einer langen Harburger Geschichte. Wir beliefern unter anderem Kunden aus der Gastronomie, Eventveranstalter, Stadien, Hotels, Betriebskantinen, Kliniken und Seniorenheime.“ Das Mehl für die fünfzehn Brotsorten und die Brötchen sowie andere Backwaren (Kuchen, Torten und so weiter) stammt aus regionalen Bezugsquellen. Und Innovationen gibt es auch: „Wir machen backen neuerdings unser Brot auch auf Stein. Bei unseren neuen Brotprodukten setzen wir auf Dinkel und wir haben den Buchweizen neu für uns entdeckt.“

„Wir wollen klar sein“

Fünfzehn Brotsorten sind vergleichsweise übersichtlich, doch das hat seinen Grund, wie die Chefin des Backhauses sagt: „Wir wollen klar sein.“ Trotzdem gibt es auch Produkte, die aus dem üblichen Rahmen fallen – zum Beispiel der „Kleine Keiler“, ein Brot auf Dinkel-Roggenschrot-Sauerteig-Basis, sowie die „Heidschnucke“, ein Brot aus Dinkel und Buchweizen. Kurzlebige Modetrends im Brotregal sind allerdings nicht die Sache von Franziska Wedemann.

Zurück zum Sesam: Natürlich wird auch bei Wedemann mit Sesam gearbeitet – das Getreide ist aus dem Backhandwerk nicht mehr wegzudenken. Das Harburger Unternehmen ist mittlerweile bundesweit als Lieferant für Burger-Ketten und die Großgastronomie tätig – produziert sogenannte Burger-Buns (Brötchen). Auf Wunsch sogar vegan.

Franziska Wedemann: „Einer unserer Bausteine ist die kundenindividuelle Produktion. Wir haben deshalb vor zwei Jahren in eine neue Anlage für die Brötchenproduktion investiert.“ Diese Hightech-Anlage kostet einen mittleren sechsstelligen Betrag und backt bis zu 6000 Brötchen pro Stunde. Die Maschine, die durch Module auf bestimmte Produkte angepasst werden kann, läuft zehn Stunden am Tag. Bei aller Technik: „Bei uns ist noch viel Handarbeit gefragt. Ein gutes Brot oder Brötchen ist nicht unbedingt Ergebnis moderner Technik. Es entsteht durch Teamarbeit und Spaß am Produkt, aus neuen Ideen und Qualität bei den Zutaten.“ wb

» **Web: www.backhaus-wedemann.de; http://www.galileo.tv/video/alles-was-ihr-ueber-den-sesam-auf-euren-broetchen-wissen-muesst/**

Auf einen Kaffee ans Fleth

Buxtehude: Sven-Olaf Iwersen setzt ausschließlich auf Arabicasorten und röstet selbst

Schon mal was von Maragogype aus Nicaragua gehört? Nein, das ist nicht der Bürgermeister von Managua, sondern eine besondere Kaffeesorte, die es in einem besonderen Geschäft in Buxtehude gibt: Sven-Olaf Iwersen betreibt die Kaffeerösterei am Fleth, genau genommen am Ostfleth, und vertreibt ausschließlich Arabica-Kaffee aus den höchsten Lagen der Kaffeeanbaugebiete rund um den Äquator. Angeboten werden 16 sortenreine Kaffees und fünf Espressi. Außerdem stellt Iwersen Mischungen her. Ein reichhaltiges Sortiment für den Kaffeeliebhaber, der vielleicht mal auf einen neuen Geschmack kommen möchte. Für Neueinsteiger, die bislang nur den Milden von Tchibo kennen, hat sich der findige Röster etwas einfallen lassen: Er verschickt Probierpakete mit fünf verschiedenen 250-Gramm-Packungen. Inhalt: Kaffees aus Äthiopien, Kolumbien, Indonesien (Java), Nicaragua und Costa Rica.

Die Rösterei am Fleth gehört zu etwa 30 kleinen Geschäften am Ostfleth in Buxtehude. Hier zeigt sich die Hansestadt von ihrer besten Seite – gemütlich, fotogen und einladend. Fast wie im Urlaub. Sven-Olaf Iwersen öffnet seine Rösterei am Ostfleth 36 mittwochs von 9 bis 18 Uhr, donnerstags und freitags von 10 bis 18 Uhr und samstags von 9 bis 15 Uhr. Im angeschlossenen Café können sämtliche Sorten getestet werden. wb

» **Web: www. iwersen-kaffee.de**

www.sts-logistik.de

STS - Seevetaler Transport Service GmbH

... die aus Seevetal

SEEVETALER TRANSPORT SERVICE GmbH — zuverlässige Transporte im Bereich Norddeutschland

SEEVETALER WARENHOTEL — moderne Lagerlogistik bio-zertifiziert Umschlag bis 10t mit Kran

STS-SPEDITION — Speditionsgeschäfte weltweit Land, Luft und See

Beckedorfer Bogen 33
21218 Seevetal /
Gewerbepark Beckedorf

Tel.: 04105 / 682 688
Fax: 04105 / 682 683
home@sts-logistk.de

Kein Platz mehr ... ?

Lagerlogistik-Dienstleistungen für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU)

Von 1 bis 1.000 Paletten-Stellplätze

Das Seevetaler Warenhotel hat auch für Ihre Produkte einen Platz frei.

Wir bieten für Sie die individuelle Lösung!

immer aktuell

Sven Heinsohn (von links) hat das Unternehmen Global Fruit Point vor zehn Jahren mit seinen Partnern Rene Struve und Matthias Neuel gegründet. Thies Claußen leitet die Qualitätssicherung. Im Hintergrund sitzen Ein- und Verkäufer an ihren Bildschirmen. Foto: Andrea Heinsohn Photography

„Frucht-Business = People-Business“

Global Fruit Point in Buxtehude: Sven Heinsohn und Thies Claußen über den schnellen Handel mit Traube, Mango & Co.

Nein, die Banane kommt nicht aus dem 3-D-Drucker. Und ebenfalls nein: Äpfel und Birnen wachsen nicht am selben Baum. Manchmal wundert sich Sven Heinsohn darüber, wie wenig junge Menschen, insbesondere Kinder, über das Metier wissen, in dem er zu Hause ist. Heinsohn ist Fruchthändler und hat vor zehn Jahren zusammen mit Matthias Neuel und Rene Struve in Buxtehude die Global Fruit Point GmbH gegründet. Das Unternehmen handelt mit Früchten, die überwiegend auf der Südhalbkugel wachsen, und sorgt dafür, dass es im Lebensmitteleinzelhandel das ganze Jahr über Traube, Mango & Co. zu kaufen gibt. Eigentlich wäre ein Im- und Export-Unternehmen dieser Art eher in Hamburger Hafennähe zu vermuten, aber mit der heutigen Technik ist der Standort völlig unerheblich. Die Gründer kommen aus der Region Buxtehude/Altes Land und haben den Anspruch, Arbeitsplätze vor Ort zu schaffen.

Der Slogan heißt „A passion for Fruit“, doch Früchte sind auf den ersten Blick gar nicht zu sehen: In den Räumen von Global Fruit Point dominieren Rechner und Bildschirme. Hier sitzen unter anderem die Ein- und Verkäufer – in der Regel gelernte Groß- und Außenhandelskaufleute mit Spezialwissen aus dem Fruchthandel. Das Unternehmen beschäftigt rund 30 Mitarbeiter, darunter sechs in Rotterdam sowie zwei in Prag, und macht einen Jahresumsatz von 120 bis 130 Millionen Euro. Beliefert wird der Lebensmitteleinzelhandel in ganz Deutschland, aber auch in Skandinavien, Österreich, Frankreich, Belgien und Osteuropa sitzen Kunden. Hinzu kommen Abnehmer aus den Bereichen Catering und Gastronomie sowie im Premiumsegment auch Kunden auf den Großmärkten in Deutschland.

Ganzjährig verfügbar

„Unser Ziel ist die ganzjährige Verfügbarkeit von Früchten im Handel“, sagt Thies Claußen, Agraringenieur und Leiter der Qualitätssicherung bei Global Fruit Point. „Wenn die mediterrane Saison für Zitrusfrüchte zu Ende geht, sorgen wir für Nachschub aus den Ländern der Südhalbkugel.“ Die Handelsagentur hat sich auf Erzeuger in Süd- und Zentralamerika, Süd- und Westafrika, der Karibik sowie Neuseeland spezialisiert, aber auch Indien, Ägypten und Israel zählen zu den Herkunftsländern.

China fehlt in der Auflistung. Der Grund: „Zu wenig Transparenz“, sagt Sven Heinsohn. „Wir sind dafür verantwortlich, dass einwandfreie Ware in den Handel kommt. Dazu pflegen wir enge Kontakte zu den Erzeugern. Wir reisen in alle Herkunftsländer. Wir können jede Frucht bis in die Plantage und die Reihe, in der der Baum steht, zurückverfolgen. Und wir sprechen dabei über eine Größenordnung von 200 bis 2000 Hektar Anbaufläche pro Betrieb.“ Der persönliche Kontakt zu den Erzeugern schafft Vertrauen. Thies Claußen: „Frucht-Business ist People-Business.“

Sven Heinsohn ist ein Freund hanseatischer Kaufmannstradition und bezeichnet sich selbst als Kaufmann alter Schule: „Bei uns werden Verträge noch mit Handschlag gemacht. Wir verkaufen nur Produkte, von denen wir wissen, wo sie herkommen, und die wir selbst auch essen würden.“ Gleichwohl ist die Kontrolle der Ware Pflicht. In der Abteilung von Thies Claußen befassen sich ein halbes Dutzend Mitarbeiter damit, den hohen Qualitätsstandard zu garantieren. Das heißt: Warenproben werden von Laboren getestet, bevor die Früchte in den Handel gelangen. Heinsohn: „Unsere größte Herausforderung: Wir haben keine Zeit, denn wir handeln mit leicht verderblicher Ware. Der Weg vom Erzeuger bis in die Auslage im Supermarkt muss möglichst schnell erledigt werden.“

Ware aus Übersee

Die frische Ware aus Übersee kommt in Containern per Schiff. Thies Claußen: „Etwa 80 Prozent des Fruchtimports wird über Rotterdam abgewickelt. Deshalb haben wir dort sechs Kollegen vor Ort, die die Ware in Empfang nehmen. Die Qualitätskontrolle im Labor machen Dienstleister für uns.“ Über den Hamburger Hafen importiert Global Fruit Point etwa 20 Prozent seines Gesamtvolumens.

An erster Stelle im Frucht-Ranking bei Global Fruit Point stehen übrigens Trauben – sie machen das größte Handelsvolumen aus. Sven Heinsohn: „Alle Sorten, alle Farben und überwiegend kernlos.“ Es folgen Birnen, Zitrusfrüchte (Orangen, Zitronen, Grapefruits und die sogenannten „Easy Peeler“ – die leicht zu schälenden Mandarinen und Clementinen), Steinobst (Pflaumen, Nektarinen) und Beerenobst sowie Äpfel (überwiegend Clubsorten wie zum Beispiel Pink Lady). Unter den mehr oder weniger exotischen Früchten finden sich Mangos, Avocados, Granatäpfel, Melonen (aus Brasilien und Zentralamerika), Sharon-Früchte, Litschis und Kiwis (Neuseeland). Die Auflistung zeigt auch: Der internationale Handel erfordert von den Mitarbeitern gute bis hervorragende Sprachkenntnisse. Sven Heinsohn: „Hauptsprachen sind Englisch und Spanisch, aber auch Französisch ist erforderlich.“ Bewusst wurden deshalb auch einige Muttersprachler eingestellt.

„Früchte sind sexy“

Sven Heinsohn sagt „Fruchtkaufmann“, wenn er nach seinem Beruf gefragt wird. Von Haus aus ist er Groß- und Außenhandelskaufmann. Über den Fruchthandelsverband gibt es die Möglichkeit einer Spezialisierung auf den Handel mit Früchten. Der Unternehmer bedauert, dass das Thema in den Medien eigentlich kaum vorkommt. Er sagt: „Dabei sind unsere Produkte wirklich sexy. Sie schmecken gut, machen fit, sind gesund, werden in Handarbeit geerntet. Und sie erzählen eine Geschichte. Deshalb finde ich es wirklich traurig, dass Eltern ihren Kindern so wenig zum Thema Obst und Gemüse vermitteln.“

So richtig auf die Palme brachte Heinsohn jüngst der Bericht einer Boulevard-Zeitung, die zum Thema Inflation vor allem die stark erhöhten Gemüse- und Obstpreise aufgeführt hatte: „Da fragt keiner nach den Gründen, aber auch die Verbände halten nicht dagegen – der Öffentlichkeitsauftritt unserer Branche ist verbesserungswürdig. Wenn man weiß, was vor einigen Wochen in Südeuropa los war – Kälte und Überschwemmungen –, dann kennt man die Gründe. Da sind ganze Ernten vernichtet worden. Deshalb sind die Preise temporär gestiegen.“ Es sei eben nicht selbstverständlich, dass gerade Obst und Gemüse ganzjährig im Handel verfügbar seien. Etwas mehr Wertschätzung für die Branche wäre manchmal schon wünschenswert – gerade in einem Land, das europaweit die niedrigsten Lebensmittelpreise hat.

Wertschätzung ist ein Thema, das die Verantwortlichen bei Global Fruit Point auch in entgegengesetzter Richtung verstehen. Konkret wird dies an dem sozialen Engagement in der Region, aber auch in den Erzeugerländern. Sven Heinsohn: „Wir unterstützen Schulen und Kindergärten in einigen Herkunftsländern, ebenso Wohnprojekte und Ausbildungsinitiativen vor Ort.“ Und auch vor Ort in Buxtehude: Global Fruit Point ist Sponsor beim BSV-Liga-Fußball . . . wb

» **Web: www.globalfruitpoint.de**

Liebe zum Apfel

Großhandel für
Biofrüchte seit über 25 Jahren:
· Tafelobst
· Verarbeitungsware
· Tiefkühlware

www.rolker.com

Rolker
ÖKOFRUCHT

Dry aged Beef direkt vom Züchter

BIO Osterpaket 77,00 €

Inhalt: Ca. 1kg Galloway-Steaks, ca. 1kg Lamm (Fleisch + Merguez Lamm-Grillwurst), 2x 500g Galloway-Hack, 750g Galloway-Gulasch. Vakuumverpackt. Paket bitte vorbestellen!

Einzelverkauf von Frischfleisch!

**Galloway Steaks/Braten/Gulasch/Rouladen etc.
geräucherter Galloway-Schinken,
Mettwurst, Bio-Beißer,
Lamm- und Geflügelfleisch.**

Landwirtschaft der Zukunft
Bioland

Münchhof
www.galloway-biohof.de

HOFVERKAUF:
**Do., Fr. 10-12 u. 14-18 Uhr,
Sa. 10-13 Uhr
in: Osterjork 91, 21635 Jork
Tel.: 04162-8962**

Online-Shop: www.galloway-biohof.de

Ohne Palette läuft nichts mehr

Paletten-Service Hamburg AG beliefert auch Kunden aus der Lebensmittelbranche – Weiteres Werk in Hodenhagen geht in Betrieb

Selbst im Büro immer eine Palette zur Hand: Simon Schäfer (32) ist gelernter Verlagskaufmann und hat darauf aufbauend ein Logistik-Studium abgeschlossen. Heute arbeitet er im Vertrieb und ist foodactive-Beauftragter im Unternehmen.

Foto: Wolfgang Becker

Es ist gerade erst ein paar Jahrzehnte her, da hätte sich kaum jemand vorstellen können, welchen Siegeszug diese Erfindung eines Tages erleben sollte: Anfang der 60er-Jahre wurde die Europalette „geboren" – als Ergebnis von Verhandlungen, die einige europäische Eisenbahngesellschaften geführt hatten. Heute lautet die Erkenntnis: Ohne Palette läuft nichts mehr. Das gilt insbesondere auch für die Lebensmittelindustrie. Denn fast alles, was irgendwie gelagert werden muss und nicht gerade in Tanks oder Silos aufbewahrt wird, liegt sauber gestapelt auf Paletten und passt ideal in den Standardcontainer oder auf den Lkw. Kein Wunder also, dass Simon Schäfer, stellvertretender Vertriebsleiter bei der Paletten Service Hamburg AG, regelmäßig in der Lebensmittelbranche vorstellig wird, um Kunden zu betreuen beziehungsweise neue Kunden zu gewinnen.

Die Paletten-Service Hamburg AG zählt mit fast 250 Mitarbeitern zu den großen Palettenherstellern in Deutschland. Der Ende 2015 verstorbene Gründer Horst Mönke hatte das Geschäft 1972 gemeinsam mit seiner Frau Brigitte zunächst mit dem Handel und der Reparatur von Paletten gegründet, wurde aber schon bald selbst zum Produzenten. Heute steuert die PSH AG von ihrer Zentrale im Harburger Binnenhafen aus ein Werk in Wismar und zwei in Polen. Ein weiteres Werk wird in Hodenhagen in Betrieb gehen. Die Planungen laufen bereits. Den Grund nennt Simon Schäfer: „Wir verkaufen pro Jahr rund zehn Millionen neue Paletten. Die Nachfrage ist dennoch ungebrochen." Außerdem gibt es Kooperationen mit anderen Herstellern. Parallel dazu wird an weiteren Standorten mit gebrauchten Paletten gehandelt. Allein im Harburger Binnenhafen werden täglich bis zu 1000 Paletten repariert, sortiert und wieder in den Logistik-Kreislauf eingeschleust.

Deutschlandweit konkurrieren etwa ein halbes Dutzend Palettenhersteller, die der PSH-Größe entsprechen. Sie sind fast gleichmäßig verteilt. Schäfer: „Das hat einen einfachen Grund. Paletten sind Produkte von vergleichsweise niedrigem Warenwert – deshalb wird es zu teuer, sie über weite Strecken zu transportieren. Das lohnt einfach nicht. Deshalb hat sich eine regionale Herstellerstruktur gebildet. Wir versorgen hauptsächlich den Norden Deutschlands, haben aber auch Kunden in Schweden, Dänemark und Polen. Dort ist unser zweitgrößter Absatzmarkt." Die Kunden kommen aus allen Branchen: Lebensmittelindustrie, Baustoffindustrie, Chemie, Automobilindustrie, Getränkeindustrie und so weiter.

Wichtig: der IPPC-Stempel

Auch wenn beim Palettenbau „nur" Bretter, Pressspanklötze und Nägel zum Einsatz kommen: Der Fachmann schaut auf das Detail. Da ist zum Beispiel der IPPC-Stempel, der als Nachweis für die Hitzebehandlung (30 Minuten bei 56 Grad im Holzkern) in der Trockenkammer gilt. Hintergrund: Auf diesem Wege werden mögliche Larven oder Käfer im Holz unschädlich gemacht. IPPC steht für ein internationales Pflanzenschutzabkommen, das 182 Länder (Stand 2016) unterzeichnet haben. Es soll verhindern, dass mit dem Export beispielsweise von Milchpulver nach China „blinde Passagiere" im Holz der Palette einreisen, um sich im fremden Land möglicherweise auszubreiten und Schaden anzurichten. Entsprechende Trockenkammern betreibt die PSH AG in allen Werken.

„Wir liefern unbehandeltes Holz"

Schäfer: „Gerade auch für Kunden aus dem Bereich Lebensmittel ist es wichtig, dass beim Bau der Paletten keine Chemie zum Einsatz kommt. Wir liefern unbehandeltes Holz." Und: „Um Schimmelbefall auszuschließen, werden diese Paletten auf 22 Prozent Restfeuchte im Holz heruntergetrocknet."

Seit zwei Jahren ist die Palettenlogistik-Systeme GmbH (PaLog) Mitglied bei foodactive e.V.. Beauftragter für diese Kooperation ist Simon Schäfer: „Der Verein ist sehr aktiv, bietet gute Synergieeffekte und schafft Kontakte zur Lebensmittelindustrie. Wir sind Teil des Netzwerks." wb

Web: www.psh.ag

LADR Fachbereich Lebensmittelanalytik

Mikrobiologie, Molekularbiologie und Chemie

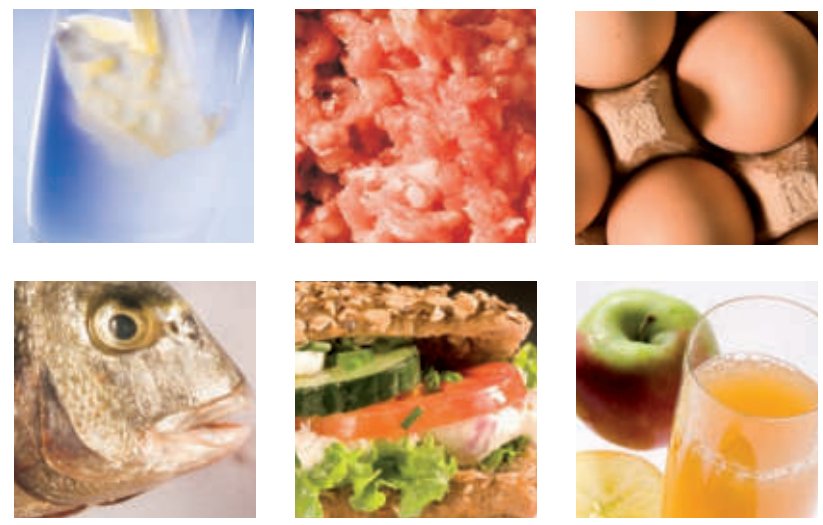
LADR – Der Partner für Ihre Qualitätssicherung

Unsere Spezialitäten

- Schnellanalytik pathogener Keime
- Identifizierungen von Mikroorganismen
- Trinkwasseruntersuchungen Legionellen Nachweise entsprechend TVO
- Nachweise Lebensmittel assoziierter Viren
- Nährwertanalysen und vieles mehr

Unser Service

- eigener Laborkurier
- eigene Probenehmer
- individuelle Beratung
- Lebensmittel
- Wasser
- Futtermittel
- Umwelt



LADR Zentrallabor Dr. Kramer & Kollegen
LADR GmbH MVZ Dr. Kramer & Kollegen | Lauenburger Straße 67 | 21502 Geesthacht | T: 04152 803-0 | F: 04152 803-331
www.LADR-Lebensmittel.de

Manuela Gerke führt die Geschäfte der Gerke-Kälte-Klima GmbH in Kakenstorf. Foto: Gerke

Kühl muss es sein . . .

Neue Zeiten in der Kältetechnik: Gerke-Kälte-Klima stattet ersten Frischemarkt mit CO_2-Kühlanlage aus

Der tägliche Gang in den Supermarkt ist eine Selbstverständlichkeit. Er ist fester Bestandteil eines Just-in-time-Lebens, wie es in westlichen Ländern üblich ist. Selbstverständlich finden wir dort frische Milch, Joghurt und Quark. Selbstverständlich liegt das Suppenhuhn frisch in der Truhe. Und selbstverständlich ist das Steak trotz guter Lagerzeit kühl und frisch. Die Liste der Frischeprodukte ließe sich beliebig verlängern. Doch ganz so selbstverständlich ist es nicht, denn Frische bedeutet vor allem eines: Kühl muss es sein. Manchmal sogar sehr kühl. Um dies zu erreichen, werden in den Kühlräumen, -zellen, -truhen und -schränken Kältemittel eingesetzt, die bei unsachgemäßer Entsorgung sehr klimaschädlich sein können. Doch die Technologie entwickelt sich weiter: Erstmals hat das Unternehmen Gerke Kälte Klima aus Kakenstorf im Landkreis Harburg jetzt einen Frischemarkt mit Tiefkühltechnik auf CO_2-Basis ausgestattet, ein vergleichsweise unschädlicher Betriebsstoff.

Dann geht die Party los

Wer sich mit verderblichen Lebensmitteln auseinandersetzt – als Händler oder Produzent –, der weiß, dass eine gute Kühlung das A und O ist. Vor allem bei der Frischfleischverarbeitung, aber auch bei Molkereiprodukten ist ein stetiger Kampf gegen steigende Keimzahlen die Grundlage des Geschäfts. Die oft zitierte Kühlkette darf nicht unterbrochen werden, denn das führt zwangsläufig zu einer „Beschleunigung des Verderblichkeitsprozesses“, wie Michael Chairsell, Kälteanlagenbauermeister bei Gerke, sagt.

Der Konsument macht sich über Keime am liebsten keine Gedanken, denn das ist dem Appetit eher unzuträglich. Aber der Fachmann schaut dem „Feind“ ins Gesicht: „Durch Einfrieren wird der Verderblichkeitsprozess unterbrochen. Das heißt: Die Keime stellen ihre Vermehrung ein und schalten in den Ruhemodus. Aber: Sie sind nicht tot! Auch nicht bei 30 Grad minus. Einfrieren hat keinen Sterilisationseffekt“, sagt Geschäftsführerin Manuela Gerke. Das heißt im Klartext: Wird das Grill-Kotelett nach drei Monaten wieder aufgetaut, geht die Party wieder los. Dann werden aus wenigen Keimen schnell sehr viele Keime.

Um dies zu unterbinden, baut Gerke insbesondere auch in der Lebensmittelbranche Kühlanlagen aller Art. Die Technik kann an jeden beliebigen Raum angepasst werden. Das Spektrum reicht vom zentral betriebenen Frische-Regal im Supermarkt bis hin zur befahrbaren Logistikhalle. Das Prinzip ist immer gleich: Dem Raum wird über einen Wärmetauscher, dem Verdampfer, Wärme entzogen und über einen zweiten Wärmetauscher, dem Verflüssiger, außerhalb des Kühlbereiches wieder abgegeben. Das gilt für die Tiefkühltruhe mit minus 18 bis minus 20 Grad ebenso wie für einen Bereich der Kategorie „Plus-Kühlung“ mit wenigen Grad über Null, wie sie auch im normalen Kühlschrank herrschen.

Manuela Gerke: „Die heutige Technik ermöglicht es, einen Energiesparmodus zu fahren. Das heißt: Die Kühlung läuft nicht stumpf vor sich hin, sondern sie wird intelligent gesteuert. Ist die gewünschte Temperatur erreicht, fährt das System runter und schaltet erst wieder hoch, wenn die Sensoren anschlagen. Wir arbeiten mit drehzahlgeregelten Verdichtern.“

Große Kunden, kleine Kunden

Zu den Kunden des Kakenstorfer Meisterbetriebes zählen kleine und mittlere Unternehmen wie die Mühlenbäckerei Schmacke und die Schinkenmanufaktur Basedahl in Hollenstedt ebenso wie große Player aus der Lebensmittelbranche. So warten die Gerke-Experten beispielsweise das Kühllager von Transgourmet Deutschland an der Dratelnstraße in Wilhelmsburg, einer Rewe-Tochter. Das Gegenstück ist der kleine, aber feine Kaya Frischemarkt an der Veringstraße, ebenfalls auf der Elbinsel. Dort wurde jetzt aktuell von Kälteanlagenbauermeister Andreas Borst, Technischer Betriebsleiter bei Gerke, die erste zentrale CO_2-Kühlung für den Tiefkühlbereich geplant. Mittlerweile ist sie installiert. Das Gegenstück sind Kühltruhen, die einfach nur an die Steckdose angeschlossen werden müssen. Nachteil: Die Wärme, die innen entzogen wird, wird direkt im Raum wieder abgegeben. Diese Truhen funktionieren noch nicht auf CO_2-Basis.

Die „Plus-Kühlung“ muss dagegen noch mit dem herkömmlichen Kältemittel R134A betrieben werden. Es ist zwar 1400 Mal so klimaschädlich wie Kohlendioxyd (bei falscher Entsorgung), aber CO_2-Anlagen werden unter hohem Druck in den Leitungen betrieben. Sie sind deshalb technisch sehr viel aufwendiger und folglich teurer – das rechnet sich nur bei großen Anlagen. Michael Chairsell ist dennoch sicher: „Der Einsatz von CO_2 als Kältemittel wird in der Zukunft deutlich steigen. Bis 2025 sollen alle Kältemittel mit hohem GWP vom Markt genommen werden.“ GWP steht für Global Warming Potential (Erderwärmungspotenzial) – ein Index, der die Klimaschädlichkeit benennt. wb

Mitarbeiter und Azubis gesucht

Die Auftragslage ist gut, aber der Fachkräftemangel ist nicht mehr wegzudiskutieren. Das Unternehmen Gerke-Kälte-Klima sucht dringend Verstärkung für die 24-köpfige Mannschaft. Manuela Gerke: „Wir würden gern Mechatroniker für Kältetechnik einstellen. Und ich habe auch noch einen Ausbildungsplatz zu vergeben. Wer den coolsten Job der Welt haben möchte, darf sich bewerben.“ Der Mechatroniker für Kältetechnik ist ein anspruchsvoller Lehrberuf im Handwerk. Wie der Name schon sagt, sind Kenntnisse aus dem Bereich der Elektrik von Vorteil. Gerke stellt deshalb gern Bewerber ein, die nach dem Schulabschluss ein Berufsgrundbildungsjahr Elektrotechnik absolviert haben. wb

Web: www.gerke-kaelte-klima.de

SCHLARMANNvonGEYSO

Damit Sie ernten, was Sie säen.

Nicht nur Lebensmittelrecht ist bei uns in guten Händen. Mit seinen 140 Partnern und Mitarbeitern bietet Ihnen SCHLARMANNvonGEYSO in bewährter hanseatischer Tradition eine individuelle und persönliche Beratung. So navigieren wir Sie jederzeit sicher an allen rechtlichen und steuerlichen Fallstricken vorbei. Ganz gleich ob Privatperson oder Unternehmer – am Besten gemeinsam mit unserem Wissen und unserer Erfahrung.

SCHLARMANNvonGEYSO
Rechtsanwälte Steuerberater Wirtschaftsprüfer Partnerschaft mbB
Büro Veritaskai Harburg, Veritaskai 3, 21079 Hamburg
Büro Alster Hamburg, Europa Passage, Bergstraße 28, 20095 Hamburg
Büro Buchholz, Schützenstraße 31a, 21244 Buchholz i. d. N.
Tel. +49 40 697989-0
www.schlarmannvongeyso.de

2017 Hamburgs BESTE ARBEITGEBER ★★★★

Jetzt anmelden unter: www.wirtschaftstreff-stade.de

STADE Frischer Wind im Norden

Wirtschaftstreff
Wir in Stade

Dienstag
13.06.2017
Stadeum, Stade

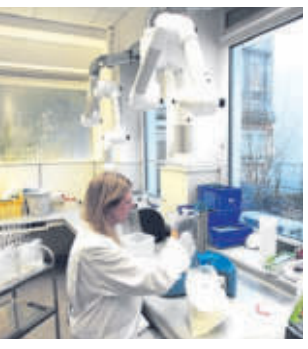
ZEIGEN SIE, WAS SIE KÖNNEN!

Am Anfang war es nur eine Idee, mittlerweile ist es eine Erfolgsgeschichte: Ein Wirtschaftstreff mit minimalistischem Aufwand – eine Veranstaltung, in der alle Beteiligten nur ein Ziel haben: Geschäftspartner kennenlernen und neue Umsätze generieren. Was in Hamburgs Süden, in Hamburgs Osten und in Hamburgs Mitte bisher hervorragend angenommen wurde, findet jetzt erstmals auch im Landkreis statt: **„Wir in Stade“ – ein Treffen der heimischen Wirtschaft, am Dienstag, 13. Juni, im Stadeum.**

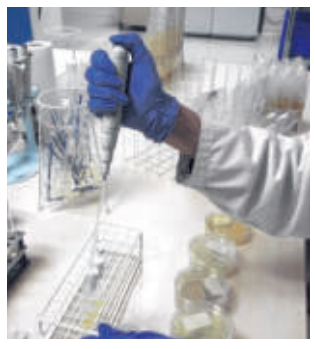
„Wir in Stade“ ist ein Wirtschaftstreff, der den Teilnehmern unmittelbare Erfolge bringen soll, denn mit minimalistischem Aufwand können sie neue Geschäftskontakte generieren. **Dies ist der Sinn dieses Wirtschaftstreffs: Machen Sie Geschäfte!** Das Konzept ist einfach: Die Volksbank Stade-Cuxhaven und das TAGEBLATT bieten eine geschlossene Veranstaltung, an der nur die Firmen teilnehmen können, die sich auch angemeldet haben. Die IHK Stade und die Wirtschaftsförderer von Kreis und Stadt Stade unterstützen diesen Netzwerk-Treff als Kooperationspartner.

Weitere Informationen erhalten Sie unter Tel: 04161 / 714335 oder im Internet: **www.wirtschaftstreff-stade.de**

Volksbank Stade-Cuxhaven eG · IHK · wf Wirtschaftsförderung Landkreis Stade · STADE · TAGEBLATT



In diesem Raum bereitet eine LADR-Mitarbeiterin Milchpulver-Proben für die Analyse vor.



Pipettieren von Proben: Hier wird der nächste Analyseschritt vorbereitet.

Vorbildlich: Dr. Burkhard Schütze zeigt einen Brutschrank, in dem ein Molkereibetrieb vorsorglich prüfen lässt, ob seine Milch auch bei Zimmertemperatur verträglich bleibt.

Hier schwimmen Sesamkörner in einer bouillonähnlichen Nährlösung.

An diesem Handbuch war Dr. Schütze beteiligt.

LADR-Mitarbeiterinnen beim Bearbeiten von Lebensmittelproben.

Auf der *Suche* nach dem *unsichtbaren* Feind

Lebensmittelanalytik: Ausflug in die Welt von Campylobacter, EHEC & Co. – Gespräch mit Laborleiter Dr. Burkhard Schütze, LADR Dr. Kramer & Kollegen

Sie sind überall. Mikroskopisch klein, oft harmlos, aber manchmal brandgefährlich. So wie diese Vertreter mit den schillernden Namen: Listeria monocytogenes, Yersinia enterocolitica und Clostridium botulinum. Bakterien, Viren und Pilze – das ist die oft feindliche und für das menschliche Auge zumeist unsichtbare Welt, in der Dr. Burkhard Schütze zu Hause ist. Der Diplom-Biologe ist öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger für Mikrobiologie der Lebensmittel, Lebensmittelsicherheit und Lebensmittelbeurteilung. Und er leitet seit elf Jahren die Abteilung für Lebensmittelanalytik der LADR GmbH Medizinisches Versorgungszentrum Dr. Kramer & Kollegen in Geesthacht. Dort steht die Zentrale des bundesweit tätigen Labor-Verbundes mit insgesamt 2800 Mitarbeitern.

80 000 Proben im Jahr

Das Labor wurde aus Angst vor Seuchen am 20. Mai 1945 auf Betreiben der britischen Alliierten von Siegfried Kramer in Geesthacht gegründet und hat heute bundesweit seinen großen Schwerpunkt im medizinischen Bereich. In Geesthacht ist jedoch über die Jahre die Spezialanalytik zu einem starken Geschäftszweig entwickelt worden. Sie umfasst die Abteilungen Hygiene, Umwelt/Wasser und Lebensmittel. Allein in der Lebensmittelanalytik sind 22 hochqualifizierte Mitarbeiter damit beschäftigt, pro Jahr 80 000 Proben zu untersuchen. Dr. Burkhard Schütze: „Das entspricht 180 000 Einzelanalysen, die wir hier durchführen."
Der weitaus größte Anteil der Proben wird per Kurierdienst von Lebensmittelherstellern aus dem ganzen Bundesgebiet und sogar aus einigen europäischen Nachbarländern angeliefert. Manchmal geht es um Aufklärung im Schadensfall – dann ist auch mal detektivische Ursachenforschung erforderlich. In vielen Fällen stehen aber Routinekontrollen an – so wie beispielsweise bei einem Wursthersteller, der vor dem Produktionsstart ausschließen will, dass im Schweinefleisch für die Zwiebelwurst Salmonellen vorhanden sind. Sicher ist eben sicher. Zwei Ziele stehen im Fokus: der Nachweis, dass das Lebensmittel frei von Keinem ist, die es verderben könnten, und der Nachweis, dass keine pathogenen Erreger vorhanden sind. Wie beispielsweise Salmonellen oder die berüchtigten EHEC-Erreger, denen 2011 bei einer durch Importsprossen ausgelösten Epidemie fast 5000 Menschen zum Opfer fielen – 50 starben, viele erkrankten schwer.

Der Fall EHEC und die Folgen

Dr. Schütze: „Wir hatten bis dahin etwa zehn routinemäßige EHEC-Analysen pro Tag in unserem Labor. Als dann die ersten Fälle bekannt wurden, war uns klar: Das wird eine große Sache. Und so kam es auch. Schließlich führten wir hier täglich 300 Analysen durch. Manche Gemüsebauern aus der Region stellten uns ganze Salat-Stiegen vor die Tür. Es herrschte Ausnahmezustand." 30 000 Proben wurden von Dr. Schütze und seinem Team untersucht – die Überraschung: Nicht eine war positiv.
Heute gehen die Fachleute davon aus, dass sich der Erreger – übrigens einer von mehreren Dutzend der infrage kommenden EHEC-Stämmen – vermutlich über importierte Bockshornkleesprossen aus Ägypten bei einem Betrieb im nördlichen Niedersachsen eingeschlichen hatte. Dr. Schütze: „Sieben Stämme von EHEC, STEC werden die Bakterien genannt, wenn sie in Lebensmitteln nachgewiesen werden, gelten als gefährlich. Dabei handelt es sich um darmpathogene Bakterien, die im schlimmsten Fall zur Zerstörung des Darms, zu Nierenversagen und schließlich Multiorganversagen führen. Während man bei Salmonellen schon mal eine Million Bakterien schlucken muss, bevor eine durchdringt und Ärger macht, reichen bei EHEC bereits 100 aus – mikrobiologisch betrachtet ist das nichts." Trotz des tragischen Verlaufs sagt der 57-Jährige: „Aus dem EHEC-Ausbruch wurde viel gelernt. Das Meldewesen funktionierte nicht richtig, die Kommunikation war schwach." Und noch etwas kam heraus: Der EHEC-Stamm zählte nicht zu den als gefährlich eingestuften.
Trotz der damals vielen 1000 negativen Proben: Es kommt immer mal wieder vor, dass EHEC nachgewiesen wird. Dr. Schütze: „Viele Wildtiere sind von Natur aus EHEC-Träger. Rinder übrigens auch. Mangelt es an der Melkhygiene, kann der Erreger in die Rohmilch gelangen. Deshalb sollte auf den Genuss von Rohmilch grundsätzlich verzichtet werden." 2008 hatte es einen schweren EHEC-Ausbruch in Diepholz gegeben – entstanden über Rohmilch. Und noch etwas weiß der Fachmann: „Nahezu jedes zweite Hähnchen in der Kühltruhe trägt Campylobacter." Zum Beispiel Campylobacter jejuni. Das Bakterium ist weltweit verbreitet und verursacht die meisten Infektionen. Symptom: bis zu zwei Wochen andauernde wässrige Durchfälle. In der Dritten Welt ist dies eine häufige Todesursache für Kinder.

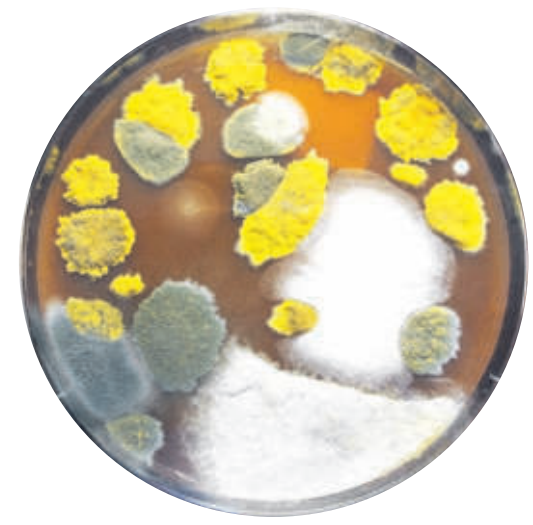
Erdbeere trifft Norovirus

Ein anderes Beispiel aus dem Laboralltag in Geesthacht: 2012 verbreitete das Norovirus Angst und Schrecken. Dr. Schütze: „Es reichen wenige Viren aus, um eine Erkrankung auszulösen. Sie äußert sich durch schwallartiges Erbrechen. Das geht von einer auf die andere Sekunde los." Ursache waren damals mit Noroviren infizierte Tiefkühlerdbeeren aus China, die vermutlich mit fäkalhaltigem Wasser bewässert worden waren. Der Fall löste einen weiteren Analyseschub im LADR-Labor Geesthacht aus, der die Mitarbeiter stark forderte. Noroviren sind übrigens 1000 Mal kleiner als Bakterien.
Ob Listerien im Zuchtlachs, multiresistente Keime in Lebensmitteln oder Hepatitis E im Schweinefleisch (Schütze: „Fast 20 Prozent der Rohwürste sind davon betroffen, also auch die geräucherte Salami.") Die Hersteller säuern die Ware deshalb mit „guten Bakterien" an, das mögen pathogene Keime nicht. Wer dem Biologen zuhört, kommt schon ein bisschen ins Grübeln. Aber der Lebensmittelanalytiker beruhigt: „Angst vor Lebensmitteln muss niemand haben, aber man sollte wissen, wie man damit umgeht. Rohes Mett esse ich nicht, einige meiner Kollegen schon. Es gibt zwei Typen Mensch: den Übervorsichtigen, der aus Angst vor Keimen vieles nicht isst, und den Unbedarften, der sich gar keine Gedanken macht. Ich bin irgendwo in der Mitte. Hygieneregeln bei der Herstellung und Verarbeitung von Lebensmitteln sind allerdings beim Produzenten und in der eigenen Küche wichtig"
Beim Rundgang durch das LADR-Labor in Geesthacht wird schnell klar: Analytik ist Hightech pur. Diverse Geräte stehen auf den Arbeitstischen – so manche Uni würde vor Neid erblassen. Dabei konzentrieren sich die Fachleute auf die Lebensmittelmikrobiologie. Nährwertanalysen (Fett, Zucker, Eiweiß, etc.) finden zentral in einem LADR-Labor in Recklinghausen statt. Schadstoffanalysen bietet das Unternehmen grundsätzlich nicht an. Unter dem Strich gilt: Der Handel will Zertifikate sehen und sich in alle Richtungen absichern. Deshalb sind die Hersteller aufgefordert, entsprechende Nachweise zu erbringen. Das klingt alles per se gefährlich, aber Dr. Schütze stellt die Relationen wieder her: „Das Risiko in Deutschland, durch Lebensmittel zu erkranken, besteht in erster Linie durch falsche Ernährung. Erst dann folgen bakterielle Ursachen und ganz zum Schluss Belastungen beispielsweise durch Pestizide. Die Grenzwerte sind so niedrig."
Etwa zwei Dutzend Fälle pro Jahr bekommt der 57-Jährige auf den Tisch, weil sich Verbraucher beschweren und Krankheitssymptome auf den Genuss verdorbener oder belasteter Lebensmittel zurückführen. „Das sind seltene Ausnahme, aber manchmal auch lustige Geschichten" sagt er. Oder auch tragische Geschichten – wie die einer Frau, über die in der Fachpresse berichtet wurde. Sie hatte Heringe falsch eingelegt. Ostseeheringe können Träger von Clostridium botulinum sein, einem Bakterium, das das tödlichste Biogift überhaupt erzeugt. Tatsächlich kam nach dem Herings-Mahl ein Mensch zu Tode. Dr. Schütze mit einem Anflug von Ironie: „Das Gift wird übrigens in kleinsten Dosen als Botox – Botulinum-Toxin – unter die Haut gespritzt, um Falten verschwinden zu lassen. Es lähmt die Nerven, die Haut entspannt sich. Zuviel Botox führt allerdings zu Atemlähmung." Und das nicht beim Ehemann, weil die faltenlose Gattin plötzlich so atemberaubend jung aussieht . . .

Modernste Methoden

Bei all den Analysen, die das LADR-Team unter Leitung von Dr. Schütze in Geesthacht durchführt, haben sich folgende Trefferquoten ergeben: fünf bis zehn Prozent bei den Salmonellen, ein Prozent beim Norovirus, drei Prozent Listerien und etwa 20 Prozent Campylobacter. Zur Keimidentifizierung werden modernste Methoden angewendet – beispielsweise die sogenannte 16S-rRNA-Gensequenzierung. Die Polymerase-Kettenreaktion (PCR), eines der heute gängigsten Verfahren in der modernen Molekularbiologie, dient dem schnellen Nachweis von pathogenen Erregern wie EHEC, Salmonellen und Listerien. Mikroorganismen wie Schimmelpilze und Hefen werden bei LADR ebenso nachgewiesen wie bakterielle Gifte. wb

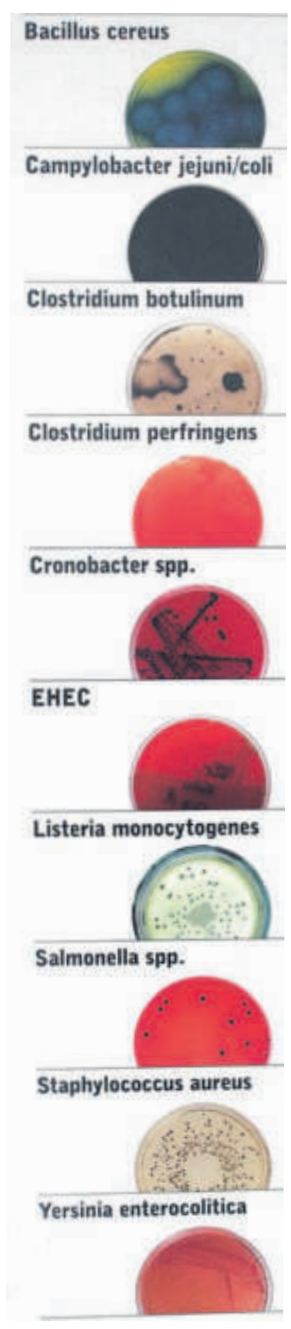
» **Web: www.LADR-Lebensmittel.de**



Steilvorlage für ein Pressefoto: Ein Getränkehersteller ließ prüfen, ob in seinem Saft ein hitzeresistenter Schimmelpilz vorhanden ist. Ergebnis: Im Labor wurden gleich mehrere Pilze nachgewiesen, wie diese bunte Petrischale nach dem „Bebrüten" belegt. Fotos: Wolfgang Becker

Eindeutiger Befund: So sieht die Petrischale aus, wenn Salmonellen vorhanden sind.

Rechts: Diese Liste zeigt die „Top Ten" der gefährlichsten Erreger und Keime, die sich in Lebensmitteln befinden können. Einige können tödliche Erkrankungen auslösen.



HYGIENE...
GALLAS
GEBÄUDESERVICE macht das!
• Lebensmittelhygiene/HACCP
• Schädlingsbekämpfung
• Taubenabwehr
• Gebäudereinigung

GALLAS Gebäudeservice · Pulvermühlenweg 17 · 21217 Seevetal · Telefon: 040/76 91 62-0 · E-Mail: info@gallas.de
WWW.GALLAS.de

Eindrucksvolle Ergebnisse aus dem Baukasten: Diese Regalanlage steht in Glinde.

Wir entwickeln tragfähige Konzepte . . .

. . . auch für Lebensmittel-Betriebe und Großküchen – Das Unternehmen LagerTechnik Hahn & Groh in Winsen

Der Name sagt alles: „Super-Inox“. Er steht für ein Baukasten-System aus Edelstahl, das der italienische Hersteller Metalsistem speziell für die Lagerung von Lebensmitteln und für die Einrichtung kommerzieller Küchen entwickelt hat. Wie beim großen Standardregal für Lager und sogar ganze Logistikhallen steht auch hier ein Grundprinzip an erster Stelle: optimale Raumausnutzung. Das Unternehmen LagerTechnik Hahn & Groh mit Sitz in Winsen vertreibt die Produkte von Metalsistem und entwickelt gemeinsam mit den Kunden im wahrsten Sinne des Wortes tragfähige Konzepte – vom vergleichsweise leichten Küchenregal bis hin zu den Schwergewichten für die Logistikbranche.

Dass Regale nicht gerade ein Produkt sind, das die Sinne anregt, ist klar. Sie sollen praktisch sein, kostengünstig und ihren Zweck erfüllen. „Super-Inox“ kann mehr. Die Edelstahlvariante überrascht im Gegensatz zu ihrer „großen Schwester“, deren Profile aus verzinkten Blechen hergestellt werden, durch ungeahnte Design-Qualitäten. Die Präsentation von Weinen à la Metalsistem macht optisch schon einen überzeugenden Eindruck. Auch im Supermarkt lassen sich die passenden Komponenten aus dem Baukasten zu eindrucksvollen Regalanlagen kombinieren.

Ole Groh, Geschäftsführer und Inhaber von Hahn & Groh in Winsen, sagt: „Für den Food-Bereich hat Metalsistem eine filigrane Variante entwickelt. Die Regale können beispielsweise im Küchenbereich auch mit Kunststoffböden ausgestattet werden. Die Bauteile sind so konstruiert, dass sie sich problemlos reinigen lassen. Das ist im Lebensmittel- und Kochbereich Grundvoraussetzung, um die Hygiene zu gewährleisten. In jedem Fall gilt auch hier: Wir können alles liefern – von der kleinen Regaleinheit bis hin zu großen Anlagen. Und das alles nach dem Lego-Prinzip.“

Freut sich über einen Rekordauftrag: Ole Groh plant und baut mit seinem Team die bislang größte Metalsistem-Anlage – in Schwarzenbek bei Hamburg.

Fotos: Hahn & Groh

Kann sich sehen lassen: Ein „Super-Inox“-Produktregal für den Handel.

Optimiert mit „Super-Inox“

„Super-Inox“ ist laut Ole Groh ein System, mit dem sich Platz optimal ausnutzen lässt. Grund sind die engen Raster, mit denen die Bauteile aneinandergefügt werden. Im März ist das Produkt auch auf der Euroshop in Düsseldorf präsentiert worden – der Weltleitmesse für den Ladenbau, wie Ole Groh sagt, der mit seinem Unternehmen im Oktober das „20-Jährige“ feiert und sich ganz aktuell über einen Großauftrag freut: Für ein bundesweit tätiges Hamburger Dienstleistungsunternehmen baut Hahn & Groh in Schwarzenbek bei Hamburg die bislang größte Regalanlage seiner Geschichte.

Mit Food hat der Einsatz in Schwarzenbek allerdings nichts zu tun. Gleichwohl ist Hahn & Groh in der Lebensmittelbranche durchaus präsent und ein gefragter Ansprechpartner. Außerdem sind die acht Mitarbeiter auch in anderer Mission unterwegs: Der Gesetzgeber fordert jährliche Überprüfungen von kommerziell genutzten Lagern auf Beschädigungen und Standfestigkeit. Hier ist Hahn & Groh unabhängig von Metalsistem sowohl gutachterlich als auch als Reparaturteam im Einsatz. wb

Web: www.lagertechnik-hamburg.de

EIN FALL FÜR

SCHLARMANNvonGEYSO

Ulrike Hundt-Neumann, Rechtsanwältin

Food und Recht: Wohl bekommt´s …

Das Recht hält für den, der Lebensmittel bewirbt, einen bunten Strauß an Vorschriften bereit. Häufig geht es dabei um die „Health-Claims-Verordnung“- das ist die EU-Verordnung, die „gesundheitsbezogene“ Angaben auflistet, die dabei verwendet werden dürfen. Damit ist aber keineswegs „alles klar“, denn ungeahnte Abgründe tun sich auf, wenn „gesundheitsbezogene“ von den Angaben abgegrenzt werden sollen, die nur das „allgemeine Wohlbefinden“ beschreiben.

In seinem Urteil vom 3. November 2016 (2 U 37/16) vertritt das Oberlandesgericht Stuttgart die Auffassung, dass nicht nur der mit einer „sanften Säure“ versehene Pfälzer Wein nicht als „bekömmlich“ angepriesen werden darf, sondern auch deutsches Bier, das, weil es einen Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Prozent aufweist, dem generellen Verbot der Verwendung gesundheitsbezogener Angaben unterliegt.

Versprechen einhalten

„Bekömmlich“ werde zwar nicht nur als „leicht verdaulich“, „zuträglich“ oder „gesund für den Magen“ (also gesundheitsbezogen), sondern auch als „passend“ oder „bequem“ (also allgemeines Wohlbefinden) verstanden. Diese Mehrdeutigkeit gehe jedoch zulasten des werbenden Unternehmens. Auch wenn Bier im allgemeinen (soweit es in Maßen konsumiert wird) gut verdaulich sein möge, dürften die mit seinem Konsum verbundenen Gefahren keineswegs bagatellisiert werden.

Der Trinkspruch „Wohl bekommt´s“ hat der Brauerei übrigens nicht geholfen, denn dies sei nur ein Wunsch, „bekömmlich“ dagegen ein Versprechen. Wünschen darf man vieles, versprechen aber nur das, was man einhalten kann. So bleibt es dabei, dass Alkohol und Bekömmlichkeit sich ausschließen, nicht aber Alkohol und „Durstlöscher“. Durstlöscher ist nämlich ebenso wenig eine gesundheitsbezogene Angabe wie ein „Anti-Aging-Drink“ . . .

Fragen an die Autorin?
hundt-neumann@schlarmannvongeyso.de

KOLUMNE VON

„Sous-vide“ – So wird der Braten saftig

Schnell ausgebucht und voll im Trend: Möbelhaus Corleis in Harsefeld bietet Kochkurse im Küchenpavillon an

Kochen „Sous-vide“ lautet die aktuelle Entwicklung in der Küche und meint damit das Garen unter Vakuum. Dabei werden Lebensmittel wie Fisch, Fleisch oder Gemüse in Plastikbeuteln vakuumverpackt und bei niedriger Temperatur lange gegart. Gewürze und Aromen können sich dabei optimal entwickeln, was ein intensives Geschmackserlebnis garantiert. „Das muss man mal probiert haben“, sagt Inhaberin Yvonne Corleis und ist selbst überzeugt von dieser neuartigen Garmethode. Aus diesem Grund hat das Unternehmen Kombigeräte unter anderem des namhaften deutschen Herstellers Miele im Programm, die die Funktionen eines Dampfgarers und Backofens vereinen und gradgenau eingestellt werden können.

Bessere Aroma-Entfaltung

Um auch die Kunden von dieser neuen Technik zu überzeugen, veranstaltet das Möbelhaus Corleis regelmäßige Kochevents im Pavillon. Mit dabei: Spitzenkoch Kevin von Holt von der Kochschule „Kev’s Kitchen“ in Hamburg. Ein smarter Typ, der mit viel Humor und großer Leidenschaft das Kombigerät vorstellt und mit seiner Hilfe ein ganzes Menü mit den Teilnehmern zubereitet. Viele seiner Gäste konnte er schon soweit begeistern, dass diese

Geschäftsführerin Yvonne Corleis ist nicht nur begeistert vom Kochen „Sous-vide“, sondern auch von ihren Musterküchen, von denen einige zurzeit günstig angeboten werden.

wiederkamen und sich das Gerät von Möbel Corleis einbauen ließen.

Seit gut zehn Jahren liegt das Dampfgaren schon im Trend. „Wenn wir Küchen verkaufen, wird immer mehr nach Geräten verlangt, die alternative und gesundheitsbewusste Zubereitungsarten anbieten“, sagt Yvonne Corleis. Mit der neu auf den Markt gekommenen Zusatzfunktion „Sous-vide“ trifft das Kombigerät den Nerv aller leidenschaftlichen Hobbyköche. Vorher nur in der professionellen (Sterne)- Küche eingesetzt, überzeugt es mit Funktionen, die sowohl gesundheitsfördernden Wert haben als auch zu einer deutlich verbesserten Aroma-Entfaltung und einer nicht unwesentlichen Arbeitserleichterung beitragen.

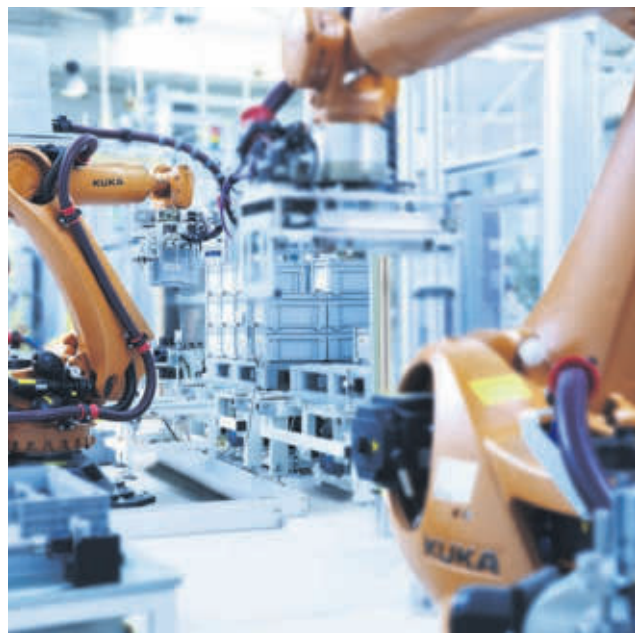
Das zunehmende Gesundheitsbewusstsein und die erfolgreichen Koch-TV-Formate leisten ihren Beitrag zu dieser Entwicklung. „Außerdem wird heute mehr Wert auf das Kocherlebnis gelegt und sehr gern mit Freunden gemeinsam gekocht“, erklärt Yvonne Corleis die große Nachfrage. Ein Trend, den das Möbelhaus Corleis nicht nur mit einer großen Küchenauswahl und professioneller Beratung aufgreift, sondern auch mit Zusatzangeboten wie „Kochschule im Pavillon“ für die Kunden schmackhaft macht. Hier wird dann natürlich das „High-End“-Gerät vorgestellt, das es aber auch in abgespeckter Form von anderen Herstellern und in anderen Preisklassen gibt. Übrigens: Viele Backöfen mit Dampfgar-Funktion können durch ein Software-Update nachgerüstet werden. bal

Kontakt: Möbel-Corleis GmbH, Yvonne Corleis, Buxtehuder Straße 9, 21698 Harsefeld, Telefon 0 41 64/22 66, Mail info@moebel-corleis.de
Web: www.corleis.europa-moebel.de

Das bietet Heitec: Steuerungen für hochkomplexe Maschinenanlagen im Food- und Non-Food-Bereich.

Hightech *à la* Heitec

Wegbereiter für die Industrie 4.0 – Automatisierung und virtuelles Engineering auch in der Lebensmittelindustrie



Frau Antje aus Holland, der drollige Bärenmarken-Bär, eine seit 25 Jahren gertenschlanke, weißgekleidete Lady, die am weiten Strand genüsslich ein Kokos-Konfekt vernascht – es schwang schon immer ein Hauch Romantik mit, wenn es um die Vermarktung von Lebensmitteln ging. Dass sich auch die zarte Raffaello-Kugel vor dem ersten und zumeist letzten Kontakt mit einem Menschen durch eine Maschinenanlage quälen muss, wird dabei zumeist übersehen. Sicherlich ist die automatisierte Welt der Food-Branche nicht wirklich romantisch, faszinierend ist die Technologie dennoch. Und sie entwickelt sich im digitalen Zeitalter rasant weiter, wie Christian Kurtz, Vertriebsleiter Nord der Heitec AG, im Gespräch mit B&P erläutert.

Christian Kurtz ist Vertriebsleiter der Nord Heitec AG. Er hat sein Büro im hit-Technopark.

Seit Ende vorigen Jahres ist die in Erlangen ansässige Heitec AG im Großraum Hamburg präsent. Kurtz leitet den 19. Standort und ist zurzeit dabei, Kontakte zur Industrie aufzubauen. Er sagt: „Wir verstehen uns als System-Integrator im Bereich der Automatisierung. Das gilt per se erstmal für Produktionsanlagen aller Art, aber einen Schwerpunkt haben wir durchaus auch in der Lebensmittelindustrie." Zum Beispiel in der Verpackungstechnik, der Energie- oder Medienversorgung oder im Bereich der Logistik. Wenn es beispielsweise darum geht, eine Highspeed-Getränkeabfüllanlage zu optimieren oder weitere Komponenten zu integrieren, ist das ein Fall für die Heitec-Ingenieure.

Typischerweise ist das Unternehmen überall dort im Einsatz, wo produziert wird. Stichworte: Verpackung, Logistik, Sicherheitstechnik, Datenverwaltung, Visualisierung. Die Kernkompetenz liegt in der Verbindung der drei Bereiche Software, Elektronik und Mechanik. Zu den Kunden zählen Unternehmen wie BMW, Airbus, KUKA, Siemens, Dräger, Nestlé, Vestas und Lürssen.

Der digitale Zwilling

Das Thema Digitalisierung ist derzeit in aller Munde. So langsam setzt sich auch im Mittelstand die Erkenntnis durch, dass sich hier tatsächlich eine industrielle Revolution abzeichnet. Unter dem Begriff Heitec 4.0 bringt das Unternehmen nun einen Service auf den Markt, der exakt hier ansetzt: „Wir sind in der Lage, eine Produktionsanlage gleich welcher Art eins zu eins virtuell nachzubauen. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um eine neue Anlage oder eine bereits vorhandene handelt. An vorhandenen Schnittstellen können wir neue Komponenten virtuell einfügen und die Steuerung programmieren. Der Vorteil: Diese Programmierung lässt sich dann ohne Zeitverlust sofort auf die reale Anlage übertragen. Der Produktionsausfall wird minimiert, dadurch spart der Kunde Geld", sagt Christian Kurtz.

Beim virtuellen Engineering wird ein digitaler Zwilling erzeugt. Kurtz: „Das ist zwar zunächst ein zusätzlicher Aufwand, führt aber zu einer hohen Fehlervermeidungsquote, welche den Aufwand wiederum rechtfertigt." Im Klartext: Wenn eine Anlage neu aufgebaut, überholt oder erweitert wird, liegt die fertige Programmierung bereits vor, wenn die Hardware betriebsbereit ist. Gerade in Bereichen, in denen die Produktion rund um die Uhr läuft, ist das ein großer Vorteil, wie Kurtz sagt. Zudem lassen sich am virtuellen Modell auch unterschiedliche Auslastungsszenarien sowie eine Integration in eine übergeordnete Gesamtanlage testen. Und: „Wo andere noch über Industrie 4.0 nachdenken, sind wir bereits seit Jahren tätig. Wir beherrschen die digitale Methodik, das digitale Engineering und die digitale virtuelle Umsetzung – das alles ebnet den Weg zur vernetzten Produktion."

Büros im hit-Technopark

Heitec Hamburg hat sich im hit-Technopark angesiedelt. Standortleiter Christian Kurtz: „Hier passen wir inhaltlich am besten hin. Ich finde es sehr komfortabel, wenn man bestimmte Fragen direkt auf dem Flur klären kann, weil hier zufällig jemand aus dem Themenbereich arbeitet." Er wohnt in Holm-Seppensen und ist bereits seit 18 Jahren in der Region. Nach dem Studium in Stuttgart war er unter anderem für Siemens und E&K Automation in Rosengarten tätig. Die Heitec AG wurde 1984 von Richard Heindl in Erlangen gegründet – eine Ingenieurgesellschaft mit zunächst drei Mitarbeitern. Heute beschäftigt das Unternehmen mehr als 1000 Mitarbeiter in ganz Deutschland, Österreich, Rumänien, der Slowakei und der Türkei. wb

» **Web: www.heitec.de; https://www.youtube.com/watch?v=VyxsUqE7Kcw**

Herbst

Herbst Maschinenfabrik GmbH
Gegründet 1874 in Halle an der Saale.
Seit 1997 erfolgt die Projektierung, Konstruktion und Fertigung von Rühr- und Mischanlagen in Buxtehude.

Unser neuer Geschäftszweig:
Blechbearbeitung/Lohnfertigung

CNC - Laserschneidanlage / CNC - Abkantpresse
Seit Anfang des Jahres 2015 sind wir mit modernster CNC Technik aus dem Hause Trumpf ausgestattet.

Zur Vervollständigung unseres Teams suchen wir noch:
WIG-Schweißer und Anlagen-Bediener CNC

Wir sind in der Lage
Laserzuschnitte
aus • Stahl bis 25 mm • Edelstahl bis 20 mm und • Aluminium bis 12 mm mit hoher Präzision durchzuführen.
Ein aufwendiges Nacharbeiten, wie z. B. beim Brenn- und Plasmaschneiden entfällt.
Infolge sehr kurzer Rüstzeiten können zudem mit eigener CNC - Abkantpresse einzelne Unikate jedoch auch Serienteile in hoher Stückzahl gefertigt werden.

Hier die wichtigsten Daten:
CNC Abkantpresse TrumaBend V320 der Marke Trumpf
• Presskraft: 320 Tonnen
• Abkantlänge: 4000 mm

CNC Abkantpresse TrumaBend V85 der Marke Trumpf
• Presskraft: 85 Tonnen
• Abkantlänge: 2050 mm

Gemäß Kundenvorgabe können wir anhand von Musterstücken oder auch nach Zusendung von dxf/dwg oder Step Dateien sehr schnell ein Angebot erstellen.

Herbst

Die Firma **Herbst Maschinenfabrik GmbH** garantiert:
• Sehr schnelle Bearbeitung der Anfragen
• Sehr hohe Qualität der Zuschnitte und Kantungen
• Kurzfristige Lieferzeiten • Eine vertrauensvolle Zusammenarbeit
Auf Nachfrage bieten wir den Kunden auch gerne Baugruppen gesondert an.

HERBST Maschinenfabrik GmbH • 21614 Buxtehude • Rudolf-Diesel-Straße 7
Dipl. Ing. (FH) Oliver Herold
Fon 0 41 61 / 72 39 - 28 • Fax 0 41 61 / 72 39 - 11 • Mobil 01 71 / 6 32 01 61
o.herold@herbst-mischtechnik.de • www.herbst-mischtechnik.de

Spezialisiert: Vor allem auch Lebensmittelhersteller nutzen das Warenhotel in Beckendorf.

Hell, sauber und perfekt temperiert: Detlev Dose deutet auf die Palettenregale im STS Warenhotel. Fotos: Wolfgang Becker

Chilli und Lemon: Chips aller Art gehören ebenfalls zum Lagerei-Portfolio.

***** für das STS Warenhotel in Seevetal

Spezialisiert auf Lebensmittel – Biozertifiziert – Verkehrsgünstig gelegen

Wer Lebensmittel bei einem logistischen Dienstleister lagern lässt, braucht großes Vertrauen, denn kaum eine Branche unterliegt so vielen gesetzlichen Vorgaben und Kontrollen wie die Lebensmittelindustrie. Detlev Dose, Inhaber und Geschäftsführer des Seevetaler Warenhotels im Gewerbepark Beckedorfer Bogen, schätzt die Zahl der biozertifizierten Logistikdienstleister in Nordniedersachsen auf „unter zehn“. Seit 2001 betreibt er Lagerei im weitesten Sinne auch für Food-Unternehmen – wenn es sich um Ware handelt, die nicht gekühlt werden muss. Das Warenhotel setzt dabei konsequent auf ein breites Serviceangebot, wie Dose zu fünf Stichworten erläutert:

- **QUALITÄTSFÜHRERSCHAFT:** „Wir betreuen jeden Kunden individuell, schauen also vor Vertragsabschluss genau hin, was er braucht und wie wir ihm am besten helfen können. Die Palette reicht vom Wareneingang über die Qualitätskontrolle, die eigentliche Lagerung und die Kommissionierung bis zum Versand.
- **ALLES AUS EINER HAND:** „Wenn gewünscht, übernehmen wir auch die Beschaffungslogistik – das heißt: Wir holen die Ware beim Lieferanten ab und organisieren den Transport nach Seevetal. Wir sind dann in der Lage, punktgenau die gewünschte Menge (just in time) zum richtigen Zeitpunkt vorzuhalten. Auch der Versand an die Empfänger unserer Kunden kann über Paketdienste, Transportunternehmen oder Speditionen durch die Abteilung STS – Spedition durchgeführt werden.“
- **SCHWERGUTLAGERUNG:** Zusätzlich zur Einlagerung von Paletten wie wir sie im Bereich Food zumeist vorfinden, können wir in unserem Warenhotel auch Schwergut bis zu zehn Tonnen Gewicht bewegen. Das können Maschinen, unhandliche Langgüter oder auch mal Flugzeugteile sein.“
- **ZOLL-LAGERUNG:** „Neben der Abfertigung von normalen Zollabfertigungen ist das Warenhotel auch als offenes Zolllager zugelassen. Wir haben ebenfalls die Genehmigung, als zugelassener Empfänger beziehungsweise Versender tätig zu werden.“
- **TRANSPORTE:** „Im Namen STS - Seevetaler Transport Service verbirgt sich auch der Begriff Transport. Das verdeutlicht: Wir haben unseren eigenen Fuhrpark mit 16 Fahrzeugen, darunter fünf Sattelzüge, eigenes Fahrpersonal und hohe Flexibilität durch Multifunktionskräfte. Eine Selbstverständlichkeit ist es auch, dass wir Berufskraftfahrer selbst ausbilden.“

Zurzeit lagern im Warenhotel aus dem Bereich Food beispielsweise Nahrungsergänzungsmittel und diätische Lebensmittel, vegane und vegetarische Produkte, Tee, Kräuter und Gewürze, Süßwaren, Müsli-Produkte, Nüsse und Trockenfrüchte sowie Vitaminpräparate. Dose: „Wir brauchen Kunden, die Qualität und Service haben wollen und dafür auch bereit sind, einen fairen Preis zu zahlen. Billige Lagerfläche ist nicht unser Geschäftsmodell. Ideal sind Kunden mit einem Bedarf von 50 bis zu 500 Stellplätzen. Wir lagern aber auch gern kleinere Mengen ein.“ Der umtriebige Unternehmer ist durchaus kreativ, wenn es darum geht, Lösungen für Kunden zu erarbeiten: „Wir haben auch schon mal das gesamte Lagereigeschäft eines Partners übernommen – samt Mitarbeiter. Die Firma wollte die Logistik outsourcen und war mit diesem Wunsch bei uns genau an der richtigen Adresse.“

Auf 4000 Quadratmetern Fläche bietet STS rund 6000 Palettenstellplätze an. Das Lager ist hell und blitzsauber. Dose beim Rundgang mit B&P: „So muss das auch sein. Wir sind Spezialisten, die zuallererst eine hochqualitative Dienstleistung anbieten. Da kann der Kunde erwarten, dass es hier geordnet und sauber zugeht. Das gilt auch für das Personal. Ich habe hier an die 50 tolle Menschen, auf die ich nichts kommen lasse. Da kann ich voll vertrauen. Das lässt sich auch an den Inventurdifferenzen und der nicht vorhandenen Diebstahlquote ablesen. Beides ist nahezu Null.“ Und: „Jeder Mensch, der hier an die Tür klopft, wird als Gast behandelt – egal ob es sich um einen Lagereikunden handelt oder einen Lkw-Fahrer. Die STS-Familie ist freundlich. Darauf lege ich besonderen Wert.“

Dass Highend-Logistik ihren Preis hat, daran lässt Dose keinen Zweifel: „Wir brauchen Kunden mit Qualitätsproblemen, nicht mit Preisproblemen. Unsere Vorbilder sind die Unternehmen Dachser und Kraftverkehr Nagel, die Lebensmittellogistik für Großkunden anbieten. Das ist quantitativ eine andere Liga, quasi Champions League. Aber diese Unternehmen machen vor, wie Lagerei für die Food-Branche auszusehen hat. Wir sind eben sehr zufrieden, mit kleinen und mittelständigen Kunden in der Regionalliga Nord zu spielen“

Abgerundet werden die STS-Dienstleistungen im Seevetaler Warenhotel noch durch gute Kooperationen mit den Paketdiensten wie GLS (eigener Paketshop), UPS und DHL. wb

Web: www.sts-logistik.de

BY SUSANN

Susann Till
Harsefelder Straße 62
21680 Stade
Telefon: 04141 • 64269
info@bysusann.de
www.bysusann.de

OHNE KONSERVIERUNGSSTOFFE HAND-MADE

Chutneys, Öle und mehr

Würzig, süß, sauer, fruchtig, scharf – ein Chutney ist eine Geschmacksexplosion und lässt sich ideal zum Kochen und Backen verwenden – nicht nur zum Käse!

Sie stammen ursprünglich aus der indischen Küche und lassen sich auf unterschiedlichste Art genießen.

BySusann-Produkte können Sie in ausgewählten EDEKA- Filialen und Feinkostgeschäften wie Edeka Drewes, Edeka Warncke, Jithofer Käserei, Feinkost Lindner u.v.m., sowie im Onlineshop erwerben:
www.bysusann.de

Als originelles Geschenk für Ihre Firma, Hochzeit oder Veranstaltung entwerfen und fertigen wir Ihnen auf Wunsch Ihr eigenes Chutney mit Ihrem persönlichen Label – sprechen Sie mich gerne an!