



Wertigkeit und Transparenz im Ladenbau: Die Thekenfront zeigt sich schlicht und elegant zu Gunsten des gezeigten Angebots.

Schrutka-Peukert

Die Theke als Schatzkästchen

In der Einrichtung von Fleischer-Fachgeschäften geht der Trend hin zur Wertigkeit und zur aufwendigeren Präsentation des angebotenen Sortiments. Vollverglaste Edelschaulinien für Fleisch, Schinken und Salami machen Fleischwaren wieder erlebbar und vermitteln Premiumqualität.

Die Einrichtung unterstützt dabei den Anspruch auf die Vielfalt der angebotenen Produkte und unterstreicht deren Hochwertigkeit. So differenziert sich die Theke über Wurst, Fleisch, Feinkost, Käse, Getränke in verschiedenen Ausprägungen, zum Beispiel als Schatzkästchen mit höherer Präsentationsfläche und völlig transparentem Glasaufbau. Die Front zeigt sich schlicht und elegant zu Gunsten des gezeigten Angebots, dabei ist Schwarz häufig die prägende Farbe des Thekeninneren, so Hans-Jürgen Päsler, Geschäftsführer des Kulmbacher Ladenbauspezialisten Schrutka-Peukert.

Entsprechend gilt es, auch Licht gekonnt einzusetzen. Die Geometrie über geschwungene „Verkaufsinselformen“ und Selbstbedienungselemente schaffen Kaufanreize für die Kunden. In Höhe und Neigung verstellbare Thekenböden erzielen weitere Hingucker. Päsler: „Wir als Ladenbauer stellen die Bühne für die Warenvorstellung zur Verfügung. Wichtig sind dabei

auch die Kulissen mit vollverglasten Edelschaulinien für Fleisch, Schinken und Salami im Rückbereich, den wir damit stärker in den Fokus stellen. Spezialkühlmöbel wie unseren Premium Meat Ager mit Salzwanne zum Beleg für Kompetenz und Geschmack in Sachen Dry Aged Beef sind eine weitere Möglichkeit, Expertise und Wissen zu zeigen. Fleisch wird wieder erlebbar und dem Konsumenten zugänglicher präsentiert.“ Der oberste Anspruch an die Technik im Bereich Kühlung und Wärmen heißt Energie sparen bei maximaler Warenschonung.

Edle, nüchterne Optik

Im Designbereich ist Retro immer noch angesagt und mitbestimmend, so Päsler. Materialien aus Stahl und Eisen, Fliesen in edler, nüchterner Optik, betont durch die Lichtgestaltungsmöglichkeiten moderner LED-Beleuchtung, schaffen hier Einkaufserlebnisse.

Der Verzehrereich differenziert und entwickelt sich permanent weiter. Dry Aged Beef mit Steaks und Burgern sowie andere hochwertige Essensangebote kombiniert mit Snackgeschmackserlebnissen erzeugen Genusswelten. Die Einrichtung unterstützt diesen Trend mit natürlichen Farben, Materialien in Echtholz, Leder und Naturstein. Tische, Stühle und Bodenbeläge unterstreichen den Bistrocharakter mit Feinschmeckeranspruch. Bewährtes wie Eintöpfe, Currywurst und Leberkäse gibt es natürlich weiterhin, aber eben aufgewertet und in hoher Qualität fürs Auge. „Die Anreize dafür schaffen wir zum Beispiel mit Wandtapeten und grafischer Gestaltung, um Geschichten zu erzählen. Geschichten zur Historie, zur Philosophie des Betreibers und zu den Ideen, die sich in der Theke oder im Verzehrangebot wiederfinden“, sagt Päsler.

Nachfolgend zeigt der Beitrag, wie sich die Kulmbacher Metzgerei Hauser mit Edelfleisch profiliert und prä-

sentiert darüber hinaus realisierte Ladenbauprojekte sowie Einrichtungs-lösungen.

Mit Edelfleisch neue Kunden gewinnen und sich profilieren

Die Fleischerei Hauser, Krefeld, bietet Dry Aged Beef mit großem Erfolg an. „Dafür fahren Gourmets viele Kilometer“, sagt Martin Hauser jun. und ist erfreut darüber, dass das Angebot so gut ankommt, denn das besondere Fleisch hebt zusätzlich die Wertigkeit des Gesamtsortiments. Die Krefelder Fleischerei hat im Zuge des Ladenumbaus bereits 2014 einen Reiferaum für Dry Aged Beef mitgebaut – direkt in den Laden und vom Laden aus begehbar. „Für uns genau der richtige Schritt in die Zukunft“, sagt der junge Fleischermeister.

„Fleisch muss zum Lifestyle-Produkt werden, das man genießt wie eine gute Flasche Wein“, meint Hans-Jürgen Päsler, Geschäftsführer von Schrutka-Peukert, Kulmbach. Der Ladenbauspezialist hat das Projekt geplant und realisiert.

Dry Aged Beef ist eine besondere Fleischspezialität, die in den USA boomt und bei uns zunehmend nachgefragt wird. Dabei reift in der Regel Rindfleisch am Knochen über mehrere



Mit Dry Aged Beef kann man sich noch mehr als Premiumfleischer profilieren. Die Reifekammer mit ihrer großen Glasfront ist ein Blickfang in der Krefelder Fleischerei Hauser.

Schrutka-Peukert

Wochen und verliert dabei bis zu zwei Drittel seines Gewichts. Gleichzeitig erhält das Fleisch einen einzigartigen Geschmack. Eine niedrige Temperatur in Verbindung mit hoher Luftfeuchte und der Wand aus Himalaya-Salz lässt ein einzigartiges Reifeklima entstehen. Für Hauser ist dies zwar ein finanzieller und zeitlicher Mehraufwand, der sich aber rechnet: „Wir merken, dass die Kunden bereit sind, gutes Geld für ein Spitzenprodukt auszugeben.“ Die Reifekammer mit ihrer großen Glas-

front ist ein Blickfang im Laden. „Das sorgt für Gesprächsstoff und wir können unsere Kompetenz noch besser darstellen“, sagt Hauser, wobei Gesprächsstoff vor allem Beratung heißt. „Mit den Kunden geht der Fleischermeister in den Reiferaum, berät und verkauft direkt. Für die Selbstbedienung steht zudem ein Dry-Aged-Beef Schauschrank im Laden. Auch hier werden durch die leuchtende Salzwand die Kundenblicke auf das Angebot gelenkt.“

DAS BESTE DER DREI MARKEN

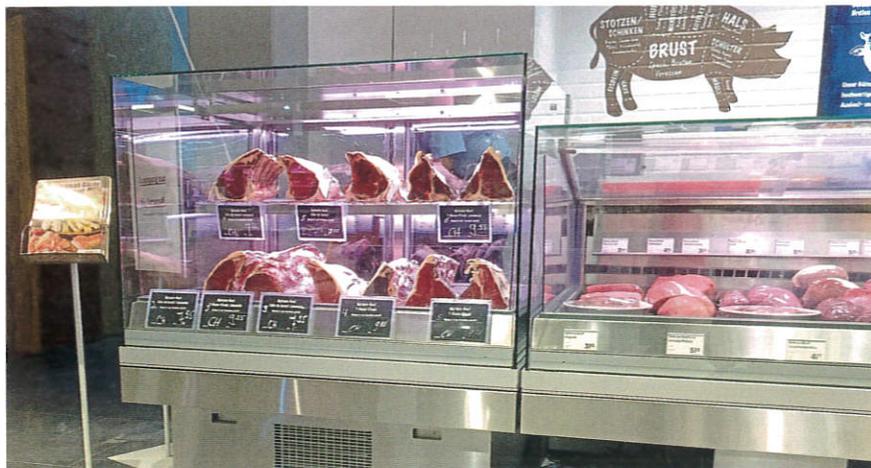
Ab Januar 2018 erstrahlt das **Kräuter- und Gewürz-Sortiment** der Traditionsmarken WIBERG, Gewürzmüller und Gewürzmühle Nesse unter der Dachmarke FRUTAROM Savory Solutions in neuer Optik.

- Kräuter- und Gewürz-Sortiment mit allen wichtigen Produkten der Marken WIBERG, Gewürzmüller und Gewürzmühle Nesse
- maximaler Produktschutz durch optimale Aroma- und Lichtbarriere der Verpackung
- modernes Design mit internationalem Auftritt

www.frutarom.eu / [f](#)gewürzreporter

 **FRUTAROM**
SAVORY SOLUTIONS





Nach Maß gefertigte Dry-Age-Schränke und Kühltheken mit stiller Kühlung und verkaufsfördernder Beleuchtung bringen die Frische von Fleischwaren optisch zur Geltung.

Jeka

Wer Fleisch kauft, will Frische sehen

Frische will richtig gekühlt sein. Dafür entwickelt und fertigt die Jeka AG, Arlesheim bei Basel/Schweiz, Kühltheken sowie Dry-Age-Schränke zur Fleischreifung nach den persönlichen Wünschen des Fleischers und seines Planers nach Maß. Gerade in Fleischereien ist die optische Wirkung kaufentscheidend. Fleisch soll nicht nur frisch sein, es muss in der Theke auch so wirken: Wer Fleisch kauft, will Frische sehen.

Stille Kühlungen schaffen ein Klima, das Fleischwaren nicht einfach frisch scheinen lassen, es lässt sie

frisch bleiben – nicht zuletzt durch ein Klima, das mittels erhöhter Luftfeuchtigkeit verhindert, dass die ausgestellten Fleischerzeugnisse austrocknen. Dies erlaubt ein offenes und großflächiges Präsentieren der Fleischprodukte. Dazu kommt eine spezielle Beleuchtung, die Fleisch noch ansprechender wirken lässt.

Laden in nur drei Wochen völlig neu gestaltet

„Ich war der Bremser damals“, sagt Metzgermeister Rainer Balz rückblickend und lacht. Fünf Jahre hatte seine Familie mühsame Überzeugungsarbeit leisten müssen, bis er sich end-

lich zur Neugestaltung seiner traditionellen Metzgerei überreden ließ. Heute versteht er sein Zögern von damals selbst nicht mehr, denn das neue Design hat alle Erwartungen übertroffen.

Kaum war der Entschluss gefasst, ging alles ganz schnell. Binnen drei Wochen krepelte Ladenbau Hanke, Barbing, die Metzgerei von innen völlig um. Die große Herausforderung dabei: Eine tragende Wand musste weichen. Während man also die Decke mit Stahlträgern stabilisierte, wurde die Wand entfernt und somit viel Raum für Neues geschaffen. „Unser Laden ist inzwischen fast doppelt so groß“, sagt Balz und freut sich über die gelungene Neugestaltung.

Beim Einrichtungskonzept wurde die ganze Familie mit einbezogen. Besonders wichtig war ihnen die Verwendung natürlicher Materialien. Schiefer, Glas, Granit – mehr brauchte es nicht, um Akzente zu setzen. Auch eine neue Schlemmerecke mit Bestuhlung wurde eingerichtet. Durch den großzügiger gestalteten Verkaufsraum entstand auch ausreichend Platz für eine Sortimentserweiterung. Seit den Umbauten gibt es nun neben klassischen Fleisch- und Wurstwaren auch Feinkost und regionale Spezialitäten bei Familie Balz. Abgerundet wurden die Arbeiten mit einem atmosphärischen, einladenden Beleuchtungssystem.



Schiefer, Glas und Granit setzen in der neuen Ladengestaltung der Metzgerei Balz in Battenberg Akzente.

Ladenbau Hanke

Reduziertes, klassisches Design

Die neuen Metzgertheken von Hagola, Goldenstedt, sorgen für bestes Warenklima bei Fleisch, Wurst, Feinkost, Fisch und Käse. Die Kombination aus robuster Edelstahlausführung (Warenbereich und Unterkonstruktion), eleganter Glasfront (als Kipp- oder Hebescheiben gewölbt, schräg oder eckig) und mit einem effizienten Technikpaket (Differentialkühlung oder Kälteseeetechnik) sorgt für den gelungenen Rahmen für frische Fleischerzeugnisse und Delikatessen. Hier können in unterschiedlichen Temperaturzonen die verschiedenen Waren präsentiert werden. Das auf



Die Ware stets im Fokus: Die neue Hagola-Metzgertheke sorgt für bestes Warenklima bei Fleisch, Wurst, Feinkost und Käse.

Hagola

satznutzen verspricht die beheizbare Körperabrollkante, mit der die Fleischtheken bedienerseitig ausgestattet werden können.

Exzellente Sicht aus jeder Perspektive

Die Marke Eurocryor der Epta Deutschland GmbH, Mannheim, hat eine neue Design-Kühltheke auf den Markt gebracht. PrimoPiano steht für ein neues Einkaufserlebnis, bei dem die präsentierten Produkte den Kunden noch stärker ins Auge fallen. Denn die Rundumverglasung des Kühlmöbels ermöglicht eine exzellente Sicht auf alle Waren – aus jeder Perspektive.

das Wesentliche reduzierte, klassische Design fügt sich nahtlos in bestehende Ladenkonzepte ein und rückt – zusammen mit der brillanten und energiesparenden LED-Warenausleuchtung – die frischen Produkte in den Fokus der Kundschaft.

Moderne Heiz- und Kühlsysteme gewährleisten eine optimale Temperatur bei geringem Energieverbrauch und sorgen für appetitliche Frische. Die zusätzlich erhältliche Nachtdeckung für die Warenauslage reduziert das zeitaufwändige Ein- und Ausräumen der Waren. Intelligente Raumaufteilungen und Platzausnutzungen versprechen einen praktischen und ergonomischen Arbeitsplatz, was – in Kombination mit den

hygienischen und leicht zu reinigenden Materialien – ein Plus in Sachen Hygiene und Effizienz im Arbeitsalltag ist. Einen praktischen Zu-



Funktional, ergonomisch und sehr ästhetisch: Die neue Kühltheke PrimoPiano von Eurocryor ist in vier Varianten erhältlich.

Epta



**ANUGA
FOOD
TEC**
DLG

Internationale
Zuliefermesse für
die Lebensmittel-
und Getränkeindustrie

www.anugafoodtec.de

KÖLN, 20.–23.03.2018

ONE FOR ALL. ALL IN ONE.

Food Processing | Food Packaging | Safety & Analytics | Food Ingredients | Services & Solutions

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1, 50679 Köln
Telefon +49 1806 578 866*, Telefax +49 221 821 99-1020
anugafoodtec@visitor.koelnmesse.de

* (0,20 EUR/Anruf aus dem dt. Festnetz, max. 0,60 EUR/Anruf aus dem Mobilfunknetz)



koelnmesse

Mit sehr guten ergonomischen Eigenschaften punktet PrimoPiano auch bei den Angestellten im Lebensmitteleinzelhandel. Außerdem lässt sich die Theke an die Anforderungen jedes Kunden anpassen und individualisieren. Aktuell ist das Möbel als Bedienungstheke mit offenem oder geschlossenem Eckteil, als Selbstbedienungstheke, als Glasvitrine-Tower sowie als Heiße Theke erhältlich.

Eurocryor legte bei der Entwicklung von PrimoPiano nicht nur viel Wert auf die Optik, sondern auch auf die inneren Werte: Die Kühltheke überzeugt mit einem geringen Energieverbrauch und einem größeren Volumen im Vergleich zu anderen Theken dieser Art, so der Hersteller. Die weiterentwickelte LED-Beleuchtung sorgt dafür, dass alle frischen Waren perfekt ausgeleuchtet werden – ohne dass zu viel Wärme entsteht.

Schlüsselfertige Lösungen fürs Frontcooking

Komplettpaket bestellen und nach Lieferung sofort mit dem Frontcooking starten – mit drei Turn-Key Solutions bietet Blanco Professional, Oberderdingen, jetzt die beliebtesten Ausstattungsvarianten seines Frontcooking-Systems Blanco Cook als



Die variablen Module der neuen Gastrotheke FLEXline können auf unterschiedlichste Bedürfnisse der Warenpräsentation angepasst werden. Kramer

schlüsselfertige Konzepte an: „Italian“, „Asian“ und „Burger“.

Die Turn-Key Solution „Italian“ ist beispielsweise ein farbenfroher Pasta-stand, strukturiert mit gemusterten Fliesen. „Asian“ besticht durch geflügelte Lamellentüren mit asiatischer Landschaftsmalerei. „Burger“ ist ein moderner NYC-Burger-Shop in Holzoptik, kontrastiert durch Beton- und Laminelemente. Alle drei Turn-Key Solutions sind mobil, modular und flexibel. Sie sind indoor und in witterungsgeschützten Bereichen outdoor einsetzbar.

Neben den drei Ausstattungsvarianten „Italian“, „Asian“ und „Burger“ sind auch individuelle Versionen von Blanco Cook als Turn-Key Solutions möglich. Sie sind genauso flexibel und modular inszenierbar und schlüsselfertig auf die Kundenbedürfnisse abgestimmt.

Flexible Warenpräsentation schnell realisierbar

Die Kramer GmbH, Umkirch, präsentiert eine neue Generation der flexiblen Warenpräsentation in Form multifunktionaler Gastrotheken unter dem Namen FLEXline. Ein Teil dieser neuen Produktlinie ist die Heiße und Kalte Theke, die eine warme und kalte Präsentation von Produkten auf geringstem Flächenbedarf erlaubt. Die Variabilität der Theke ermöglicht tageweise unterschiedlichste Präsentationsformen, die unter hohem Warendruck realisierbar sind.

Im tagtäglichen Einsatz bedeutet dies kurze Umrüstzeiten – von warm auf kalt und umgekehrt in 30 Minuten –, um die unterschiedlichsten Produkte den Anforderungen des Tagesverlaufs entsprechend schnell und einfach anpassen zu können. Die Waren schonende Warmtheke verfügt über eine integrierte, regelbare Feuchtebenetzung. Die Verzehrprodukte werden somit in Temperatur und Feuch-



Turn-Key Solution „Burger“ ist ein moderner NYC-Burger-Shop in Holzoptik, kontrastiert durch Beton- und Laminelemente. Blanco Professional



Futuristische Gondelform: Der halbhohe Tiefkühlschrank Iconic bietet eine gute Produktübersicht.

Viessmann

tigkeit optimal in Szene gesetzt und versprechen bestmögliche Frische und einen attraktiven Abverkauf.

Die variablen Module der Produktlinie FLEXline bieten vielseitige Möglichkeiten und können je nach Standort und Produktrange individuell den Bedürfnissen des Ladenlokals angepasst werden.

Optimale Warensicht, erhöhter Nutzinhalt

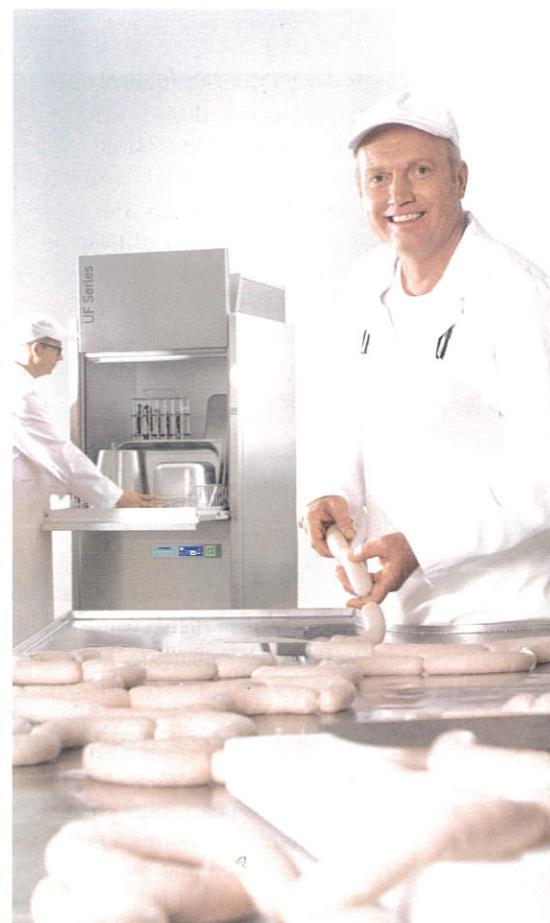
Viessmann Kühlsysteme, Hof, präsentiert mit dem halbhohen Tiefkühlschrank Iconic einen neuen Möbeltyp. Mit einer Höhe von 1,50 m bietet dieser eine ausgezeichnete Warensicht und optimiert die Präsentation der Tiefkühlprodukte am Point of Sale, so das Unternehmen.

Die futuristische Gondelform mit den schräg nach vorne verlaufenden Türen macht die Iconic-Schränke nicht nur zum optischen Hingucker, sondern überzeugt auch hinsichtlich Handling und Ergonomie: Für Mitarbeiter ist das Einräumen der Ware einfach und bequem und Kunden müssen sich beim Einkaufen nicht mehr in die Tiefkühlinsel bücken, sondern können Gemüse, Pizza, Pommes & Co. in aufrechter Haltung aus dem Schrank nehmen. Darüber hinaus überzeugt das Tiefkühlmöbel durch einen erhöhten Nutzinhalt.

Lichtplanung ist Sache von Spezialisten

Im Fleischer-Fachgeschäft kommen nahezu nur noch LED-Leuchten zum Einsatz. Allerdings gibt es nicht nur gute Produkte und für eine Fleischerei optimale Fleisch-LEDs, sondern auch „Billigleuchten“, von denen Jörg D. Klein, Geschäftsführer der KL-Lichttechnik Klein, Schweinfurt, abrät. Der Beleuchtungslieferant mit 30-jähriger Erfahrung berät Fleischer vor Ort und plant dann die für sie optimale Beleuchtung im Fleischer-Fachgeschäft. „Inzwischen haben die hochwertigen LED-Chips der schon fünften und sechsten Generation die Niedervolt-, Hochvolt- oder Natriumdampf-Lampen längst überholt und komplett ersetzt. Heute werden keine anderen Leuchten in Fleischer-Fachgeschäften mehr eingesetzt“, sagt Klein, der auf seine LED-Leuchten eine Garantie von fünf Jahren gewährt.

Kleine LED-Leuchten sind etwas teurer als Niedervolt-Leuchten, aber die großen, hauptsächlich eingesetzten LED-Leuchten über der Theke und vor der Rückwand sind rund 20 Prozent günstiger als die Natriumdampf-Leuchten, weiß der Lichtspezialist. „Eine LED mit 7 W ersetzt eine 50-W-Niedervolt-Lampe mit 600 lm. Daraus ergibt sich eine Energieein-



WIR SPÜLEN,
WIE SIE ARBEITEN.
PASSIONIERT.

Die neue Winterhalter Gerätespülmaschine.
Saubere. Ergonomisch. Wirtschaftlich.

UF-Serie. Part of your Passion.



www.winterhalter.de/uf-serie



Viele Fleischereien rüsten von Natriumdampf- auf LED-Beleuchtung um. Licht-technisch ist das kein großer Unterschied.

KL-Lichttechnik Klein

sparung von rund 85 Prozent. Eine LED mit 40 W ersetzt eine 100-W-Natriumdampf-Lampe mit 2.600 lm und erzielt somit 60 Prozent Energieeinsparung – immer von einem hochwertigen Fleisch-LED-Chip ausgehend. Andere Lichtfarben können nicht mit der Fleischfarbe oder den Watt-/Lumen-Angaben verglichen werden“, sagt Klein und warnt vor billigen LED-Lampen, die bei einem Stromverbrauch von 8 W nur eine 35-W-Niedervolt-Lampe mit 350 lm ersetzen. „Ebenso verhält es sich mit der Lichtfarbe. Hier gibt es viele so genannte Fleisch-Chips, die den Namen nicht verdienen“, sagt Klein und rät, sich die Leuchten immer vorführen zu lassen.

Conny Salzgeber

Kupfer's Metzgermarkt in Heilsbronn: Modernes Gastrokonzept realisiert

Sie hatten eine klare Vision: Das traditionelle Metzgerhandwerk in neuer geschmackvoller Umgebung wiederbeleben. Jakob Kupfer, Urenkel des Firmengründers, und seine Frau Julia realisierten ihre Vision und eröffneten im Oktober 2017 im fränkischen Heilsbronn bei Nürnberg Kupfer's Metzgermarkt mit einem über 400 Quadratmeter großen, attraktiv gestalteten Verkaufs- und Gastrobereich.

Der Neubau liegt verkehrsgünstig am westlichen Stadteingang von Heilsbronn und ist die „moderne Vision einer Metzgerei mit Bistrobereich“, sagt Thomas Wunder, Verkaufsleiter von Kramer Ladenbau, Umkirch. Ein besonderer Blickfang in Kupfer's Metzgermarkt ist die 12 m lange Umluftkühltheke mit Holzplanken in der Front, einem geraden Glasaufsatz und den eingebauten Waagen in der Arbeitsplatte. Kramer realisierte neben der Kühltheke eine große Imbissstheke mit heißen und kalten Zonen, eine Bartheke mit Getränkeausschank sowie die Gestaltung des Bistros, das mit 70 Sitzplätzen ausgestattet ist.



Kalte und heiße Spezialitäten gibt es an der großen Imbissstheke. Die italienischen weißen Fliesen mit Facetten unterstreichen die stilvoll gehaltenen Angebotstafeln.

Kramer



Ein attraktiver Blickfang ist die 12 m lange Umluftkühltheke in modernem Design.

Kramer

Der Ladenbauspezialist setzt in puncto Design auf den stilistisch perfekt abgestimmten Mix von modernen Elementen in traditionell-handwerklicher Optik: Die unterschiedlichen Bereiche sind in verschiedenen Holzoptiken gehalten, kombiniert mit Naturmaterialien und modernem Betonlook. Hinter den Theken zeigen großformatige, historische Schwarz-Weiß-Fotos Szenen aus der „kupferschen“ Produktion. Dazu passend hinter der Imbissstheke italienische weiße Fliesen mit Facetten. Infobildschirme in kastenförmigen Holzeinfassungen runden den Gesamteindruck stilvoll ab.

Wie „im Grünen“ fühlen sich die Kunden beim gemütlichen Snack unter einem raumhohen Dekobaum. Ob klassische Tischgruppen, Lounge oder Stehtische – für jeden Geschmack bietet sich die passende Sitzgelegenheit. Auch für das Wohl der Jüngsten ist gesorgt: Sie können sich nach dem Essen im Kinderhaus nach Lust und Laune austoben. „Wichtig war für uns, eine Wohlfühlatmosphäre zu schaffen, bei der die Ware immer im Mittelpunkt steht“, erklärt Wunder. Dazu trägt auch die passende Beleuchtung bei, die ebenfalls von Kramer realisiert wurde.