

Lust auf Genuss

magazin

SO ZART & SAFTIG

Von spicy Flank-Steak
mit Tomatensalsa bis
zum Pulled-Pork-Burger:
Dieser Sommer wird
einfach unwiderstehlich

Steaks, Burger & Co. für Genießer

Passend: Wein zum Grillen • Im Trend: neue Cuts • Cool: Steak-Restaurants

www.lust-auf-genuss.de

Deutschland: € 4,00 Österreich: € 4,40 - Schweiz: sfr 7,90 - Benelux/Frankreich: € 4,50 - Italien/Spanien: € 4,70 - Griechenland: € 5,70

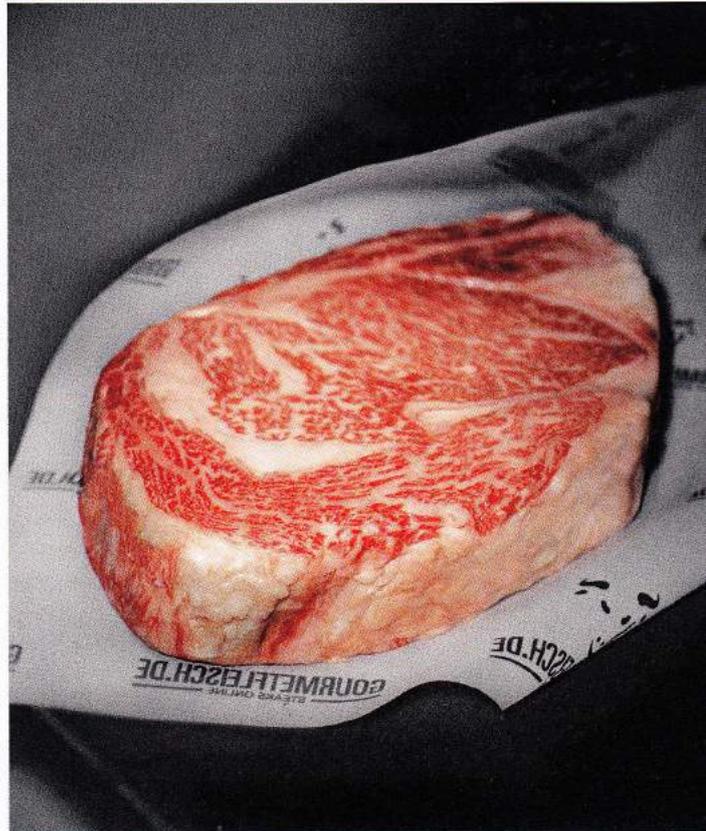




Gut gekühlt
Die Ware wird
vakuumiert
und mit Kühl-
akkus geliefert

Im Trend: Lieferung de luxe

WER BEI STEAKS, BURGERN & CO. AUF SPEZIALITÄTEN, BESONDERE CUTS ODER TOP-QUALITÄT WERT LEGT, WIRD IM INTERNET MIT WENIGEN KLICKS FÜNDIG



GOURMETFLEISCH

Ein Stück Tradition

Das Konzept, Lebensmittel im Internet zu bestellen, ist in anderen Ländern wie in den USA, Großbritannien und Irland viel üblicher als hier bei uns in Deutschland", erzählt Timo Schwarz (Foto Seite 48 unten links), der Steak-Scout von „Gourmetfleisch“.

„Weil die klassischen Metzgereien leider immer mehr aussterben, haben wir uns 2008 dazu entschieden, unser Fleisch über einen Onlineshop zu vertreiben.“ In dem Familienbetrieb Schulte + Sohn wird seit über 100 Jahren Fleisch verarbeitet. Diese Metzgertradition verbindet „Gourmetfleisch“ mit modernen Spezialitäten aus aller Welt. Bevor neue Produkte in das Sortiment aufgenommen werden, besucht Timo Schwarz die Lieferanten vor Ort in den USA, Japan oder Irland und hält Kontakt.

Neben dem japanischen Edelfleisch Wagyu verschickt „Gourmetfleisch“ andere Rindfleischsorten, Schwein, Geflügel, Lamm und Hirsch. Trendprodukte wie dry aged Beef, Pulled Pork und Burger-Patties inklusive Buns sind im Onlineshop ebenso erhältlich. Kunden, die regelmäßig gutes Fleisch genießen wollen, können ein „Steak-Abo“ abschließen. „Wir sind nicht nur klassische Händler, sondern auch Entwickler. Die Rohstoffe, die wir anbieten, sind das eine, doch unsere Stärke liegt ebenso im Portionieren und Zuschneiden. Wir haben sehr gute Produkte, versuchen aber, über bestimmte Zuschnitte das Fleisch für den Kunden noch interessanter zu machen.“ Daher wird jedes Steak, ob Rib-Eye-, T-Bone- oder Porterhouse-, einzeln von Hand geschnitten.

www.gourmetfleisch.de

ICH ESS BIO

Regionale Qualität

Ein anderer Onlineshop brachte Vasiliki Nikolaidis auf die Idee: „Ich wollte Biofleisch im Internet kaufen. Da die Auswahl sehr begrenzt war, dachte ich mir, dass ich eben selber einen Shop eröffnen muss.“ Nach ihrem Studium suchte die 32-Jährige zwei Monate lang nach einem geeigneten Biohof. Als mit dem Bauernhof „Fauser“ ein passender Partner gefunden war, konnte „Ich Ess Bio“ im April 2012 online gehen. Das Wichtigste für Vasiliki Nikolaidis ist die Transparenz: „Auf der Website bieten wir einen 360-Grad-Blick vom Hof. So kann sich der Kunde ein Bild von den Stallungen und der Weide machen.“ Obwohl der Shop für sie eine nebenberufliche Tätigkeit ist, findet sie jede Woche Zeit, um mit dem Bauern Bestellungen und neue Produkte abzusprechen. Verschiedene Zuschnitte von Rind und Schwein sind bereits erhältlich. Sobald der passende Hof für Geflügel gefunden ist, soll das Sortiment erweitert werden.

www.ichessbio.de



Transparent

Vasiliki Nikolaidis gibt Einblick in die Haltung



Kreativ

Niederländer Ivo van Rijen ging neue Wege

KAUF NE KUH

Geteilter Genuss

Das Prinzip von „Kauf ne Kuh“ nennt sich „Crowd Butchering“. „Bei uns wird die Kuh erst dann geschlachtet, sobald das gesamte Fleisch verkauft ist. Mehrere Kunden teilen sich ein Tier“, erzählt Unternehmenssprecherin Jaqueline Bode. Früher war das in vielen Dörfern gang und gäbe. Daher dachte sich Geschäftsführer Ivo van Rijen, dass dieses Prinzip auch online funktionieren müsste. Und das tut es! Der Kunde sieht auf der Homepage, wie viel von der Kuh bereits bestellt ist, und kann zwischen dem Maxi (7,2 kg; 28 Mahlzeiten) und dem

Mini-Paket (3,7 kg; 14 Mahlzeiten) wählen. Die Boxen werden gemischt gepackt, sie enthalten zum Beispiel Hüftsteaks, Suppenfleisch oder auch Hamburger-Patties. Auf der Homepage sieht man die Ohrnummer und damit den exakten Standort der Kuh. „Die Tiere stammen von fünf verschiedenen Höfen aus der Bodenseeregion. Der Kunde kann also genau nachvollziehen, woher sein Fleisch kommt“, erklärt Jaqueline Bode.

www.kaufnekuh.de



6/2016 Lust auf Genuss 49



Passioniert
Manuel Ostner, Nicolaus Stark und Matthias Kreuzer teilen dieselbe Leidenschaft für gutes Fleisch



Mutig
Michael, Wolfgang und Stephan Otto gingen volles Risiko ein

KREUTZERS

Fleisch, Wein und Gewürze

Die Fleisch- und Produktauswahl des Feinkostversenders basiert auf der langjährigen Erfahrung des gelernten Metzgers und Kochs Matthias Kreuzer. Im Onlineshop werden generell nur Produkte angeboten, die zuvor in seinem Restaurant „Kreutzers“ in Regensburg serviert wurden. „Nur die Lebensmittel, egal ob Fleisch, Wein oder Gewürze, die bei unseren Gästen gut ankommen, nehmen wir in unser Sortiment auf“, erklärt Marketing- und Vertriebschef Manuel Ostner. Als Versuchskaninchen sieht er die Gäste aber nicht, eher als kompetente Jury. Neben Fleisch bietet das Unternehmen Salami, Weine sowie selbst entwickelte Gewürzmischungen, Saucen und Öle an. Beliebt sind auch die Genuss-Pakete wie „Dinner for Two“ oder „Fleisches Lust“, die eine Auswahl der verschiedenen Produkte des Shops enthalten. Beigelegt ist immer ein passendes Rezept von Küchenchef Matthias Kreuzer.

Der aktuelle Liebling von Manuel Ostner ist das Fleisch der italienischen Zucht Fassona. „Es ist genauso zart wie ein Wagyu, hat aber einen geringeren Fettanteil und ist viel intensiver im Geschmack.“

www.kreutzers.eu



Vielfältig
Jus, Saucen, Glaces und Chutneys werden selbst entwickelt

OTTO GOURMET

Familienunternehmen

Mein Bruder Stephan hat mich um vier Uhr morgens aus den USA angerufen und gesagt: „Wolfgang, wir importieren Wagyu nach Europa! Ich hab darauf geantwortet: ‚Okay. Aber das wird ein bisschen riskant!‘“, erzählt Wolfgang Otto. Trotzdem wagte er 2005 den Schritt und gründete zusammen mit seinen Brüdern Stephan und Michael „Otto Gourmet“. Über zehn Jahre später zählt das Unternehmen 77 Mitarbeiter sowie zwölf Züchter, die im Hintergrund für Rind, Bison, Schwein, Geflügel, Lamm und Wild verantwortlich sind. Genuss-helfer wie Gewürze, Fonds und Saucen ergänzen das Sortiment. Eine Besonderheit im Shop ist das französische dry aged Schwarzfederhuhn. „Gereiftes Rind kennt jeder, wir haben diese Methode gerade mit Geflügel ausprobiert“, erklärt Wolfgang Otto. „Die Hühner werden in unserer speziellen Geflügelreife-kammer 13 Tage lang trockengereift. Dadurch entwickeln sie einen intensiveren Geschmack – ein ganz besonderer Genuss.“

www.otto-gourmet.de

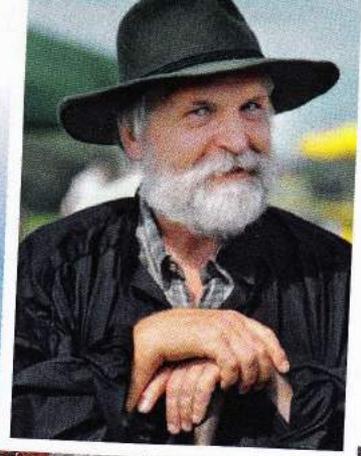


GENUSS VOM SCHÄFER

Zartes Lamm aus der Region

Um den Beruf des Schäfers zu schützen, ging Günther Czerkus neue Wege und gründete „Genuss vom Schäfer“. „Jedes Jahr gibt es weniger Betriebe und damit auch weniger Tiere“, erzählt der Vorsitzende des Verbands der Berufsschäfer Deutschland. „Kunden kommen somit immer schlechter an deutsches Lammfleisch, und wir bekommen oft keinen angemessenen Preis vom Handel dafür. So kamen wir auf die Idee, das Fleisch direkt zum Kunden zu liefern.“ Seit März 2016 ist der Shop online, es werden ungefähr 70 Produkte von neun Schäfereien angeboten. Das gesamte Tier zu verwerten und somit auch Käse, Wolle und Felle anzubieten, ist Teil der Philosophie. „Uns ist wichtig, dass der Kunde weiß, dass er beim Kauf von Lammfleisch aus Deutschland auch die deutsche Kulturlandschaft pflegt. Den meisten ist dieser positive Nebeneffekt nicht bewusst.“

www.genuss-vom-schaefer.de



Frei
Im Altmühltal
weiden die
Tiere der
Schäferei
Eichhorn



MOSEL

FASZINATION WEIN

MOSEL – WEINE GESCHÜTZTEN URSPRUNGS

Die steilen Schieferhänge an der Mosel sind ein Terroir der Extreme. Uraltes Gestein, kühles Klima und harte Arbeit lassen Rieslingweine mit einzigartigem Charakter entstehen: elegant, mineralisch und gleichzeitig komplex. Mosel ist eine geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.). Hier werden zu 90 Prozent weiße Rebsorten angebaut, vor allem Riesling, aber auch Spezialitäten wie Elbling. Die Festlegung der Reifegrade, die Methoden der Weinbereitung und die sensorische Prüfung der Weine aus der g.U. Mosel unterliegen dem Reglement der EU und sind zugleich Ausdruck der Weinkultur der Mosel.



www.weinland-mosel.de