

**mayer
&
geyer**

FRUCHTZUBEREITUNGEN

Früchtchen

DAS MAYER & GEYER KUNDENMAGAZIN AUSGABE 7 / JÄNNER 2019

DIE 5 KILO BAG-IN-BOX

Ein Erfahrungs-
bericht

Seite 9

LAKTOSE- FREIE MILCH

Neue Chancen für
innovative Milcherzeuger

Seite 18

Die neue Generation der Milchdirekt- vermarkter

Drei spannende Interviews
mit jungen Hofnachfolgern

Seite 6, 16 und 21

**NEUE
REZEPTUREN**

Seite 10

**KURZ &
BÜNDIG**

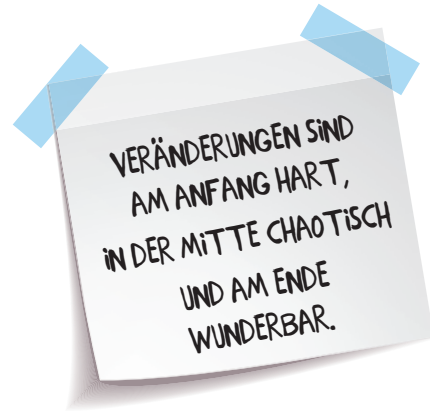
Seite 12

**NEUE VERSAND-
PAUSCHALEN**

Seite 20

**WIR STELLEN
UNS VOR**

Seite 22



„In der Realität ist die Wirklichkeit ganz anders“

Es gibt viele Versionen dieses Spruchs, für uns passt diese ganz gut. Was ich damit meine? Nun, unsere Wirklichkeit muss nicht die Wirklichkeit unserer Kunden sein und der Glaube, dass unsere Wirklichkeit auch die Realität ist, kann ein Irrglaube sein. Jeder hat eine individuelle Realität und die wird durch verschiedene Sichtweisen auch immer eine andere sein. Ich spreche in Rätseln?

Im letzten Jahr haben wir viel Zeit, Energie und Geld dafür verwendet unsere neue 5 kg Bag-in-Box einzuführen und zu bewerben sowie die Rezepturen unserer Fruchtzubereitungen zu verbessern. Wie es uns mit den kleinen Verpackungseinheiten ergeht, erfahren Sie auf Seite 9. Bei der Umstellung auf die neuen Rezepturen ist die Akzeptanz und Resonanz als durchwachsen zu bezeichnen.

In Zeiten wo Lebensmittel durch Preisdumping „verschleudert“ werden (12 Liter H-Milch zum Preis von 6) und im Handel mehr oder weniger das „Billig“ dominiert, wollen wir mit unserer Qualitätsoffensive unseren Kunden einen Wettbewerbsvorteil verschaffen, damit sich diese mit ausgezeichneter Qualität und einzigartigen Produkten von der Masse abheben können. Was wir in unserer Wirklichkeit als richtig erachten, wird in der Realität unserer Kunden oft als unwichtig und lästig eingestuft und leider von wenigen gutgeheißen. Einige negative Aussagen haben uns nachdenklich gemacht und die Erkenntnis gebracht, dass viele lieber eine billigere Qualität hätten, um im Preiskampf mitmischen zu können, als bewusst den anderen Weg einzuschlagen und den Wert ihrer Produkte zu kennen.

Natürlich gibt es auch einige Ausnahmen. Eine davon sind die „Milchbuben“ aus Tirol, welche wir in unserer diesjährigen Serie „Die neue Generation der Milchdirektvermarkter“ vorstellen (siehe Seite 16). Für diese Serie haben wir auch noch drei weitere

interessante Interviews mit (potentiellen) Hofnachfolgern geführt, die zeigen, wie unterschiedlich die Überlegungen zu diesem Thema sein können.

Zu unserer großen Überraschung gab es im Vorjahr anlässlich unseres 20-Jahr-Jubiläums zwei Highlights, mit denen wir nicht rechnen konnten, über die wir uns aber sehr gefreut haben. So wurden wir im Rahmen der österreichischen Schulmilchtagung vom Präsidenten der Niederösterreichischen Landwirtschaftskammer mit einer tollen Ehrung bedacht (siehe Seite 3) und wir durften unser Unternehmen 52 Schulmilchbetrieben vorstellen, welche uns auf ihrer siebten Lehrfahrt hier in Albersdorf besuchten (siehe Seite 15).

Mittlerweile sind wir am Beginn unseres 22. Betriebsjahres und haben uns auch personell weiter verstärkt. So kümmern sich nun Hannes und Thomas um die Bestellungen/Logistik und Barbara hat von der Projektarbeit in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis gewechselt. Nähere Infos dazu auf Seite 23. So bleibt mir nur noch ein großes DANKE zu sagen, allen Kunden für Ihr Vertrauen und meinen Mitarbeitern für ihr Engagement.

Ich wünsche Ihnen allen ein friedvolles und erfolgreiches Jahr 2019!

Andreas Geyer

Gerne bin ich für ein Feedback unter andreas.geyer@mayergeyer.at erreichbar!

EINE SCHÖNE AUSZEICHNUNG IN WIESELBURG



Seit 20 Jahren gibt es nicht nur unser Unternehmen, sondern in all den Jahren ist für uns auch die AB HOF-Direktvermarktermesse in Wieselburg (Niederösterreich) ein Fixtermin im März eines jeden Jahres. Die Messe gilt als wichtigster Treffpunkt für die Vermarktung und Verarbeitung bäuerlicher Produkte im europäischen Raum. Sie zieht alljährlich unzählige Besucher an – auch von weit über Österreichs Grenzen hinaus. Mehr als 300 Aussteller informieren über die neuesten Produkte und Trends. Die Messe gibt uns immer wieder Gelegenheit, mit Freude unsere Kunden persönlich zu treffen und zu beraten.

Im Rahmen dieser AB HOF-Messe finden nicht nur Workshops und Produktprämierungen, sondern auch jedes Mal die Tagung der österreichischen Schulmilchbauern statt. Beim letzten Mal wurde uns dabei eine ganz besondere Ehre zuteil: Aus den Händen von Ök.-Rat Ing. Hermann Schultes (Präsident der NÖ Landwirtschaftskammer) und DI Josef Weber (Geschäftsführer der Interessensgemeinschaft der bäuerlichen Schulmilchlieferanten Österreichs) bekamen wir neben einem tollen Geschenkkorb auch eine Dankesurkunde **für unser 20-jähriges Engagement für die Schulmilch in Österreich.**

Diese Auszeichnung kam ganz überraschend für uns, umso schöner war es, diese entgegen zu nehmen. Dafür möchten wir uns nochmal ganz herzlich bedanken – wir freuen uns sehr und sind stolz auf die kontinuierlich gute Zusammenarbeit mit den österreichischen Schulmilchbauern.



DIE GEWINNER UNSERES JUBILÄUMSGEWINNSPIELS

Neben der schönen Auszeichnung für uns, haben sich auch unsere Kunden einen Gewinn verdient und so haben wir im Jubiläumsgewinnspiel im letzten FRÜCHTCHEN die Preisfrage gestellt, wie die Gründer der „Ing. J.&E. Mayer OEG“ mit Vornamen heißen. „Josef & Elfriede“ war die richtige Antwort und aus allen Einsendungen wurden nun folgende Gewinner gezogen:

Den Hauptpreis, einen Genussgutschein im Wert von € 700, hat Familie Bauernfeind aus Rechberg gewonnen.

Der zweite Preis, ein Genussgutschein im Wert von € 500, geht an **Fam. Klien aus Hohenems. Frau Mayerhofer-Sebera aus Langschlag** freut sich über einen Genussgutschein im Wert von € 300. **Fam. Strasser aus Hatzendorf** (€ 200 Genussgutschein) und **Fam. Schöniger aus Groß St. Florian** (€ 100 Genussgutschein) haben den 4. und 5. Preis gewonnen.

Je ein Genusspakt mit steirischen Gustostückerln geht an:

6. Preis: Herr Zehetner aus Neulengbach
7. Preis: Fam. Judmaier aus Trofaiach
8. Preis: Fam. Hofstätter aus Jagerberg
9. Preis: Fam. Wurzinger aus Fehring
10. Preis: Frau Engst aus Hayingen-Münzdorf (D)

Die Gewinner einer Fruchtzubereitung nach Wahl in der 5 kg Bag-in-Box sind:

11. Preis: Firma Schröder GbR aus Gross Ippener (D)
12. Preis: Frau Striedner aus Görtshach
13. Preis: Fam. Kocher aus Tamsweg
14. Preis: Fam. Professner aus Hart-Purgstall
15. Preis: Fam. Pöchtrager aus St. Ulrich i. Mühlkreis
16. Preis: Frau Winkler aus Krumbach
17. Preis: Frau Funk aus Blindenmarkt
18. Preis: Fam. Schloffer aus Patsch
19. Preis: Fam. Leiner aus St. Ruprecht/Raab
20. Preis: Herr Strobl aus St. Lorenz/Mondsee

Wir gratulieren sehr herzlich und wünschen viel Freude mit Ihrem Gewinn!

Serie

TEIL 2

Steinobst

KIRSCH, MARILLE UND CO

Im zweiten Teil unserer Serie über Obstgruppen stellen wir Ihnen das Steinobst vor.

Zum Steinobst gehören Früchte, die einen harten Kern (mit einer steinartigen Schicht) in der Mitte haben, mit Fruchtfleisch und einer dünnen Haut rundherum. Geschützt in diesem Kern liegt der Samen der Frucht. Steinobst gedeiht in warmen und gemäßigten Klimazonen und wird im Sommer und Herbst reif. Es enthält viele wichtige Vitamine und Mineralstoffe, wenig Kalorien, viel Wasser und Zellulose und Ballaststoffe, die verdauungsfördernd wirken. Zu den Vertretern von Steinobst zählen Kirschen, Marillen, Pfirsiche, Nektarinen, Pflaumen und Zwetschken, aber auch Oliven, Mandeln und die Kaffeebohne.

Marille oder Aprikose? In Österreich, Südtirol und Bayern wird sie Marille genannt, im restlichen Deutschland heißt sie Aprikose. Gemeint ist damit die süße, orange-gelbe Sommerfrucht. Über den Ursprung der Marille ist man sich nicht ganz im Klaren: Einige sagen, dass sie in Indien schon um 3000 v. Chr. angebaut wurde, andere behaupten, dass China das erste Land war, in dem Marillen gezüchtet wurden. Ihr lateinischer Name *Prunus armeniaca* lässt wiederum vermuten, dass sie aus Armenien stammt. Angebaut wird die Marille heutzutage überall auf der Welt. Hier in Österreich ist speziell Niederösterreich als Anbaugebiet zu erwähnen, wo die berühmte Wachauer Marille g.U. (geschützte Ursprungsbezeichnung) durch

die besonderen klimatischen Bedingungen ihren einzigartigen Geschmack erhält.

„Mit dem ist nicht gut Kirschen essen.“: Dieses Sprichwort warnt uns vor Personen, mit denen nicht gut auszukommen ist. Eigentlich stammt es aus dem Mittelalter, wo Kirschen noch selten und teuer waren und es sich nur wohlhabende Leute leisten konnten, diese zu essen. Öfters erlaubten sich die Edelherrn beim Kirschenessen einen Spaß und warfen die Stiele oder Kerne der Kirschen nach einfachen Leuten, die sich dazugesellen wollten.

Gut Kirschen essen können Sie hingegen ganz entspannt von Juni bis August, dort haben die Kirschen nämlich Hochsaison. Achten Sie beim Kaufen oder Pflücken aber darauf, dass Sie die reifsten und süßesten Kirschen nehmen, denn wenn Kirschen einmal gepflückt sind, reifen sie nicht mehr nach.

Saftig erfrischendes Steinobst für leckere Fruchtjoghurts, -molke oder Joghurt drinks finden Sie in konventioneller und Bio-Qualität bei uns: Kirsche, Marille, Pfirsich in Kombination mit exotischer Maracuja (fein oder mit Fruchtstücken) und Pfirsich Marille fein. Wer es gerne etwas kerniger hat, dem können wir Bircher Müesli (Pfirsich, Apfel und Müslimischung) empfehlen.



1 Marille

Marillenbäume tragen im Durchschnitt 15 bis 20 Jahre lang Früchte. Unreife Marillen sollte man nicht in den Kühlschrank geben, denn Kälte verringert den Reifeprozess drastisch. Am besten lässt man sie bei Raumtemperatur reifen und gibt erst die vollreifen Marillen in den Kühlschrank. Marillen enthalten einen sehr hohen Anteil an Beta-Carotin, einer Vitamin-Vorstufe, die der Körper dann in Vitamin A umwandelt. Vitamin A ist gut für Augen, Haut und Immunsystem.

3 Pflaume

Die Pflaume war eine der ersten Früchte, die vom Menschen aus Wildformen gezüchtet worden ist. Darauf deuten Überreste von Pflaumen hin, die man neben Oliven, Trauben und Feigen auf archäologischen Fundstellen aus der Jungsteinzeit entdeckt hat. Pflaumen sind sehr kreuzungswillig, zu ihren beliebtesten Unterarten gehören Zwetschken, Mirabellen (kleine, runde, gelbe Früchte) und Ringlotten (runde, grüngelbe Früchte, benannt nach der französischen Königin Claudia – *reine Claude*).

2 Kirsche

Kirschen haben einen sehr niedrigen glykämischen Index und helfen, den Blutzuckerspiegel zu stabilisieren. Dadurch sind sie – in Maßen genossen – auch für Diabetiker geeignet. Ernährungswissenschaftler empfehlen Kirschen auch, da sie viele Antioxidantien beinhalten, die das Immunsystem stärken. In Japan ist die Kirschblüte ein wichtiges kulturelles Symbol, inoffiziell gilt sie als Nationalblume. Sie steht für Schönheit, Höflichkeit, Bescheidenheit, Unschuld, den nahenden Frühling, aber auch Vergänglichkeit.

4 Pfirsich

Weltweit gibt es ungefähr 3000 verschiedene Pfirsicharten. Die Nektarine ist eine davon und unterscheidet sich nur dadurch, dass sie keine pelzige Haut hat. Pfirsiche sind reich an Vitamin A, B, C und Mineralstoffen und enthalten nur zwischen 30 und 50 Kalorien pro Stück. Ein berühmter Cocktail mit Pfirsich ist der Bellini: er besteht aus frischem weißen Pfirsichpüree, das mit Champagner oder Prosecco aufgegossen und dann verrührt wird.

Ich habe etwas Herausforderndes gesucht

Im ersten von vier Interviews, die wir mit jungen Milchdirektvermarktern führen, sprechen wir mit Marina Kück (24) aus dem niedersächsischen Gnarrenburg. Dort befindet sich der Bauernhof ihrer Eltern, auf dem sie aufgewachsen ist und auf dem sie schon seit sie klein war, mithilft. Marina hat 2017 ihr Volkswirtschaftsstudium beendet und ist seit Anfang 2018 wieder zurück im elterlichen Betrieb. Sie hat sich dafür entschieden, diesen später einmal zu übernehmen.

Marina, welche Tätigkeiten machst du auf dem Hof?

Ich bin hauptsächlich im Büro tätig, helfe aber auch beim Ausfahren der Milch, bei der Produktion oder auch im Stall.

Damit sich unsere Leser vorstellen können wie groß euer Hof ist: wie viele Kühe und Land habt ihr und wie viele Leute helfen euch?

Also, eigentlich sind es zwei getrennte Betriebe: einmal die Landwirtschaft und für die Direktvermarktung die Milchhof Kück GbR. Wir haben 105 ha bewirtschaftetes Land, 140 Kühe plus weibliche Nachzucht und auf der Landwirtschaft helfen uns zwei bis drei Arbeitskräfte. Auf dem Milchhof werden insgesamt 600.000 l/Jahr verarbeitet und dort haben wir 25 Mitarbeiter (hauptsächlich Minijobber).

Welche Milchprodukte bietet ihr an und wie bzw. wo vertreibt ihr diese?

Wir bieten Milch, Buttermilch, Frucht- und Naturjoghurt, Milch- und Joghurt drinks, Molke, süßen und pikanten Quark an. Das alles liefern wir direkt an 800

Privatkunden und an einige Einzelhändler (Rewe, Edeka usw.). Und wir vertreiben unsere Produkte auch noch in 300 Kindergärten und Schulen.

Wie lange dauert es ungefähr noch, bis du den Betrieb übernimmst?

Das ist noch nicht genau geplant. Mein Vater ist noch relativ jung und fit und ich bin auch gerade erst wieder eingestiegen.

Übernimmst du alleine oder hast du noch Geschwister mit denen du dann zusammen den Hof führen wirst?

Ich habe noch eine Schwester, die gerade eine Ausbildung zur Steuerfachangestellten macht. Im Moment hat sie keine Ambitionen, den Betrieb mit zu übernehmen. Wenn sie das aber doch noch möchte, wäre es auch eine Option, da wir uns sehr gut verstehen.

Gab es da jemals eine Zeit, wo du dir nicht sicher warst, ob du übernehmen wirst oder war das von vornherein klar?

Nach dem Abitur wollte ich erstmal weg und gar nichts mit dem Betrieb zu tun haben. Während des Studiums kam dann das Interesse durch den Abstand, den ich durch die räumliche Entfernung (hab in Hamburg gewohnt) bekommen hab, wieder und so entwickelte sich dann die Idee, wieder zuhause einzusteigen und den Betrieb irgendwann selbst weiter zu führen. Des Weiteren hat mir keiner der Berufe, die ich während des Studiums kennen gelernt oder ausprobiert habe, zugesagt, da mir die Abwechslung fehlte, die in einem Betrieb wie diesem an der Tagesordnung ist.

Interview

Die neue
Generation der
Milchdirektver-
markter





Marina Kück:

"Hof und Betrieb gehen über drei Generationen. Meine Großeltern Hans und Annemarie (außen) haben damit angefangen. Ich bin die zweite von links, in der Mitte sind meine Eltern Bernd und Ute und die zweite von rechts ist meine Schwester Verena."

Was war für dich ausschlaggebend, dass du dich für eine Hofübernahme entschieden hast?

Ich fand einfache Bürojobs langweilig und hab etwas Herausforderndes gesucht. Gleichzeitig wollte ich auch, dass der Betrieb, den mein Vater aufgebaut hat, weitergeführt wird.

Was sind deine Hoffnungen und Wünsche, wenn du jetzt an die Hofübernahme denkst?

Ich hoffe natürlich, dass ich den Betrieb genauso erfolgreich weiterführen kann wie mein Vater und die Marke weiter ausbauen kann.

Hast du auch Ängste, was die Hofübernahme betrifft oder siehst du der Zukunft gelassen entgegen?

Für mich besteht die Angst, durch eigene Fehler das kaputt zu machen, was mein Vater aufgebaut hat. Solange er noch da ist, kann ich ihn um Rat fragen, aber wenn man selbst die Verantwortung für so viele Mitarbeiter auch hat und eigene Entscheidungen treffen muss, ist das auch beängstigend.

Hast du eine landwirtschaftliche Ausbildung oder hast du alles so nebenbei mitgelernt, als du auf dem Bauernhof aufgewachsen bist?

Ich habe keine landwirtschaftliche Ausbildung, sondern alles so nebenbei gelernt bzw. lerne immer noch weiter.

Wie siehst du die Zukunft der Milchdirektvermarktung?

Grundsätzlich sehe ich die Zukunft

der Milchdirektvermarktung positiv, da sich die Verbraucher immer bewusster werden, was sie kaufen und woher die Produkte kommen. Gleichzeitig sehe ich aber auch Schwierigkeiten bei der Produktion, da viele Regelungen gerade den kleinen Betrieben das Leben schwer machen, da diese nicht die Kapazitäten und die Möglichkeiten von großen Unternehmen haben.

Hast du auch neue Ideen, Innovationen, die du dann umsetzen möchtest?

Insgesamt habe ich viele Ideen, die bei Kleinigkeiten anfangen und bei großen Dingen nicht aufhören. Zum Beispiel einen Hofladen zu eröffnen oder auch Käse herzustellen. Für diese Dinge muss ich aber nicht warten, bis ich den Hof übernommen habe, sondern da ist mein Vater schon sehr offen für und lässt sich auf solche Sachen auch schon ein und lässt mich ausprobieren, auch wenn er noch Chef ist.

Vielen Dank für das Interview, Marina.

Kontakt:

Kück's Milch & mehr
D - 27442 Gnarrenburg
www.kuecks-milch.de



WIE AUS EINER KONZERTIDEE EIN BETRIEBSAUSFLUG WURDE



Der Gedanke, zum Firmenjubiläum 2018 einen mehrtägigen Betriebsausflug zu organisieren, beschäftigte uns schon länger. Ideen wie eine Städtereise nach Hamburg oder Venedig, an den Gardasee etc. scheiterten letztendlich an den Kosten.

Dass dann doch noch ein 2-tägiger Ausflug nach Wien zustande kam, ist unserer Karin Pichlmayer zu verdanken. In einem Newsletter von Ö-Ticket fiel ihr das Konzert „Best of Austria meets Classic“ auf und nachdem mehrere Mitarbeiter sich das ansehen wollten, entstand der Gedanke, aus diesem Konzert gleich mehr zu machen.

Am Donnerstag, 21. Juni, wurde vormittags noch fleißig gearbeitet, zu Mittag ging es dann von Graz mit dem Flixbus nach Wien zum Westbahnhof, wo wir gleich unsere Zimmer im Design-Hotel „Motel One“ beziehen konnten. Beim gemeinsamen mexikanischen Abendessen fieberten wir schon dem Highlight des Wien-Ausflugs entgegen: dem Konzert „Best of Austria meets Classic“, das anlässlich des 60-Jahre-Jubliäums der Wiener Stadthalle veranstaltet wurde.

Ein wirklich tolles Konzert, das Klassik und Austropop harmonisch vereinte und zwischen den einzelnen Auftritten mit kurzen, eingespielten Videos über die Geschichte der Stadthalle informierte. Wir sangen und tanzten begeistert mit, als „Austropop-Legenden“ wie Marianne Mendt oder Wolfgang Ambros

und junge österreichische Künstler wie Conchita oder Pizzera & Jaus, begleitet von einem 70-köpfigen Symphonieorchester unter Christian Kolonovits, ihre berühmtesten Songs zum Besten gaben. Den sehr gelungenen Abend ließen wir dann noch bei einigen Cocktails ausklingen.

Noch ein bisschen müde vom Konzert und dem späten Zubettgehen, gingen wir den nächsten Tag – Freitag, den 22. Juni – ganz gemütlich an. Ein ausgiebiges Frühstück mit gutem Kaffee weckte uns wieder auf und wir waren bereit für die nächste kleine Feier: den Geburtstag unseres Chefs Andreas Geyer! Mit einem kleinen Ständchen stießen wir gleich am Frühstückstisch auf seinen Ehrentag an, bevor ein jeder von uns den Vormittag zur freien Verfügung hatte.



Kurz nach Mittag war wieder eine gemeinsame Aktivität geplant, nämlich die Besichtigung des Madame Tussaud's Wachsfigurenkabinetts im Prater. Dort trafen wir allerlei Berühmtheiten aus Politik, Sport, Film etc. und machten lustige Fotos mit den prominenten Wachsfiguren. Die danach noch verbliebene Zeit bis zum Abendessen beim Italiener verbrachten wir noch im Prater, wo die Fahrt mit dem wild wirbelnden Sombbrero bei einigen zwar zuerst für gute Laune, danach aber für flauere Mägen und bleiche Gesichter sorgte.

Nach zwei kurzen, aber intensiven Tagen traten wir wieder die Heimreise an, begleitet von vielen schönen Eindrücken und Erinnerungen.



Die neue 5 Kilo Bag-in-Box

Ein Erfahrungsbericht

„Aller Anfang ist schwer“

(wie schon Goethe gesagt haben soll)

Nun, nach acht Monaten Erfahrung mit den 5 kg Bag-in-Boxen müssen wir sagen, ganz unrecht hat Goethe damit nicht.

Seit Beginn unseres Handels mit Fruchtzubereitungen vor mittlerweile 20 Jahren begleitet uns das Thema „die schweren 25 kg Bag-in-Boxen“! Vielen (Neu- und Klein-) Kunden waren die 25 kg zu viel bzw. hatten sie auch oftmals nicht die Möglichkeit, offene Gebinde zu kühlen. Als die Anfragen nach kleineren Einheiten in den letzten Jahren konstant zunahmen, intensivierten wir unsere Bemühungen, diese von unserem Produzenten zu bekommen. Viel Überzeugungsarbeit und eine, für unsere Verhältnisse nicht unbeträchtliche, Kostenbeteiligung machten es möglich, dass dieser in eine neue Abfüllanlage investierte und wir endlich im Mai 2018 die ersten 5 kg Bag-in-Boxen bekamen.

Von dem Zeitpunkt an hatten unsere Kunden die Möglichkeit, alle Sorten unserer Fruchtzubereitungen ohne Risiko und großen finanziellen Aufwand auszuprobieren sowie kleine Chargen für Werbeaktionen zu produzieren. Vollautomatisch aseptisch befüllt, verschlossen und in einem stabilen Karton verpackt boten wir diese auch im Überkarton mit 2 x 5 kg und 4 x 5 kg nach Wahl an.

Obwohl wir von Grund auf vorsichtig veranlagt sind, haben wir uns trotz der großen Nachfrage nicht vorstellen können, dass es dann doch so schwierig

werden würde, unsere Fruchtzubereitungen in den 5 kg Bag-in-Boxen innerhalb der Mindesthaltbarkeitsdauer zu verkaufen. Fragen wie „Haben wir uns zu viel davon versprochen?“ oder „Sind wir zu sehr auf die Wünsche unserer Kunden eingegangen?“ geistern seit Ende vorigen Jahres in unseren Köpfen herum.

„Neues Spiel, neues Glück“ heißt es auch so schön. Wir geben natürlich nicht auf, sondern passen nur „die Spielregeln“ den neuen Gegebenheiten im heurigen Jahr an: **Ab sofort sind nur mehr die umsatzstärksten Sorten auch in den originalen 5 kg Bag-in-Boxen erhältlich, die restlichen Sorten werden von uns auf Vorbestellung in 5 kg Vacbeutel abgefüllt.**

Weiters wurde der Mehrpreis für die kleinere Verpackungseinheit stark reduziert!

Letztendlich liegt uns sehr viel daran, denn wir glauben, dass diese Verpackungseinheit eine große Zukunft hat. Vielleicht braucht es einfach mehr Zeit, damit die Vorteile erkannt werden bzw. mehr Mut, Neues zu wagen und umzusetzen. Diesen Mut wünschen wir einigen unserer (Neu- und Klein-) Kunden!

P.S.: Wir danken jedenfalls auch den Stammkunden, welche uns sehr verständnisvoll entgegengekommen sind und ohne großen Aufgebens 5 kg Bag-in-Boxen statt der bestellten 25 kg Bags genommen haben!



**Wir glauben daran,
dass diese Verpackungseinheit eine große
Zukunft hat.**



UNSERE NEUEN REZEPTUREN

Mehr Frucht – weniger Zucker
– kein Glucose-Fructose-Sirup



„Naturrein, Clean Labelling, Zuckeroptimierung“ – aufmerksame Leser werden diese Schlagwörter noch vom letzten FRÜCHTCHEN im Gedächtnis haben, wo wir schon einen Teil unserer neuen Rezepturen vorgestellt haben. Ein Jahr später geht der Trend im Ernährungsbereich ungebrochen weiter in Richtung gesündere, natürlichere Lebensmittel mit so wenigen Zusatzstoffen wie möglich. Dieser Trend entspricht auch zu 100 Prozent unserer Philosophie, qualitativ sehr hochwertige Produkte anzubieten, nur mit solchen Zusätzen, welche auch unbedingt nötig sind und nicht mehr.

Wir sind auf einem guten Weg, aber noch lange nicht am Ziel, alle Fruchtzubereitungen ohne Glucose-Fructose-Sirup anbieten zu können, angekommen. Heuer haben wir bereits zehn Sorten dem neuen Standard angepasst. Für die restlichen werden wir uns aber mehr Zeit lassen, denn nicht alles, was gut gemeint ist oder einfach erscheint, wird auch so angenommen oder erweist sich dann auch als solches. So machen uns ausgelastete Produktionen, gut eingeführte Produktionsabläufe, komplexe Softwareanwendungen und hohe Lagerstände an Verpackungsmaterial bei unseren Kunden des Öfteren zu schaffen. Viele Argumente sind nachvollziehbar und somit haben wir kein Problem, diese auch zu akzeptieren.

Warum machen wir das und worum geht es dabei im Detail?

Das „Warum“ ist schnell erklärt:

Erstens, weil wir selber danach leben und davon überzeugt sind, dass wir als kleines Unternehmen nur eine Chance haben zu überleben, wenn wir uns mit ausgezeichneten Produkten von anderen Anbietern

abheben. Und zweitens, „am Ende des Tages“ wird sich immer die bessere Qualität durchsetzen!

Das „Worum“ im Detail:

Fruchtzubereitungen sind verarbeitetes Obst und bestehen im Idealfall nur aus Frucht, Zucker und einem Stabilisator/Verdickungsmittel wie z.B. Pektin. Diese Zusammensetzung erfordert einerseits hochwertigste sowie hochreife Früchte und ist andererseits aber nicht für alle Fruchtarten umsetzbar. Fruchtzubereitungen mit sehr milden Fruchtarten wie z.B. Marille, können ohne natürliches Aroma praktisch nicht angeboten werden, wenn sie auch geschmacklich überzeugen sollen. Es gibt natürlich spezielle Marillensorten, welche hocharomatisch sind, diese sind aber meist nicht in hohen Mengen verfügbar und dann auch oft unbezahlbar. So gilt es immer abzuwägen, bei welchen Sorten man auf „Naturrein-Qualität“ setzen kann und wo es notwendig ist, dem Geschmack und der Produktsicherheit zuliebe weitere Zusatzstoffe hinzuzufügen.

Da viele unserer Rezepturen historisch gewachsen sind, galt es für uns, diese zu hinterfragen, zu erneuern und den heutigen Möglichkeiten anzupassen. So haben wir im Vorjahr zusammen mit unserem Produzenten Agrana begonnen, teilweise die Rohware zu ändern und den Fruchtanteil zu erhöhen. Je nach Sorte konnte somit weniger natürliches Aroma eingesetzt werden und auch der Anteil des zugesetzten Zuckers wurde verringert. In Zuge dessen wurde auch der Glucose-Fructose-Sirup durch Saccharose ersetzt und die Natürlichkeit durch Wachsmaisstärke und Zitronensaftkonzentrat gefördert.

Bis jetzt wurden folgende Fruchtzubereitungen überarbeitet (in Grau das Vorgängerprodukt):

Artikelnummer		Artikel	Fruchtgehalt / wertbest. Bestandteil		Gesamtzucker pro 100 g Zubereitung	
NEU	ALT		NEU	ALT	NEU	ALT
258375	130392	ANANAS KOKOS (Ananas Kokos 30 % Stevia)	50,2 %	48,0 %	51,7 g	53,7 g
280063	96609	BIRCHER MÜESLI	47,9 %	41,3 %	49,3 g	53,8 g
285898	96889	ERDBEERE	50,0 %	40,9 %	52,9 g	58,8 g
284291	122665	HEIDELBEERE	50,0 %	41,0 %	50,0 g	55,5 g
268813	96891	HIMBEERE	55,6 %	40,0 %	50,1 g	54,9 g
274602	92525	KIRSCHEN	49,6 %	40,0 %	49,8 g	53,8 g
258175	181564	MANGO (Mango 30 % Stevia)	50,0 %	48,0 %	45,4 g	46,3 g
274114	120622	MARILLE	50,3 %	41,2 %	54,3 g	62,0 g
272088	96914	PFIRSICH MARACUJA FEIN	48,4 %	38,7 %	49,8 g	54,4 g
281953	120630	WALDBEERE	49,1 %	39,0 %	50,1 g	54,6 g

Bis Ende des heurigen Jahres werden wir noch die Verbesserung der beiden Eiskaffeesorten und Pfirsich-Maracuja mit Fruchtstücken in Angriff nehmen. Zimtstern und Bratapfel bleiben auf Wunsch bis auf weiteres mit der aktuellen Rezeptur bestehen, zu Tropic lesen Sie bitte weiter in den neuen Produkten.

Wozu braucht man Lebensmittel-zusatzstoffe?

Vereinfacht gesagt, damit die gewohnten, charakteristischen Eigenschaften eines Produktes (Geschmack, Konsistenz, Farbe etc.) über die Mindesthaltbarkeit konstant erhalten bleiben. Es sind Stoffe, die nicht selbst als Lebensmittel verzehrt werden und keine charakteristische Zutat eines Lebensmittels sind. Sie werden Lebensmitteln zugesetzt um deren Beschaffenheit zu verändern/beeinflussen oder eine bestimmte Wirkung oder Eigenschaften der Lebensmittel zu erzielen. Zusatzstoffe werden verschiedenen Klassen zugeordnet (z.B. Stabilisatoren, Säuerungsmittel) und sind für alle Länder der EU einheitlich mit Nummern (E-Nummern, E steht für Europa) gekennzeichnet.

Warum wird Glucose-Fructose-Sirup weggelassen?

Durch das Wegfallen aller Mengenbegrenzungen (offener EU-Zuckermarkt seit 1. Oktober 2017) animieren die günstigen Preise dazu, noch mehr Zucker zu verarbeiten. Zudem kann nun auch unbeschränkt (früher max. 5 %) aus billigem Maissirup Isoglucose gewonnen werden, welche als Glucose-Fructose-Sirup sehr günstig und produktionsfreundlich eingesetzt werden kann. Diese süße Flüssigkeit

besteht meist aus einem größeren Anteil an Glucose (Traubenzucker) und einem kleineren Anteil an Fructose (Fruchtzucker), sorgt für ein sehr gutes Geschmacksprofil und erzeugt ein „volleres Mundgefühl“. Da er im Zuge der „zu viel Zucker“-Diskussion gesundheitlich umstritten ist, haben wir uns für die natürlichere Saccharose-Variante (Haushaltszucker) in unseren Fruchtzubereitungen entschieden.

Wachsmaisstärke statt modifizierter Stärke?

Modifizierte Stärke (E1442) ist ein Verdickungsmittel, gehört zu den Lebensmittelzusatzstoffen und wird aus natürlicher Stärke (Mais, Kartoffeln oder Weizen) mittels chemischen Prozessen hergestellt. Wachsmais ist kein Zusatzstoff, sondern ein Lebensmittel. Es ist eine besonders stärkehaltige Maissorte, die auch in Österreich angebaut wird und zur Stärkegewinnung physikalisch (z.B. gekocht) behandelt wird.

Zitronensaftkonzentrat statt Zitronensäure?

In natürlicher Weise kommt Zitronensäure in Pflanzen und Obst vor, sie kann aber auch künstlich erzeugt werden: wenn man sie als Lebensmittelzusatzstoff, beispielsweise als Säuerungsmittel einsetzt, wird die Zitronensäure (E330) biotechnologisch aus Mikroorganismen hergestellt. Zitronensaftkonzentrat hingegen wird natürlich produziert, indem man Zitronensaft Wasser entzieht.

Weitere Infos dazu auch im Glossar des Produktteils. Quellen: www.lebensmittellexikon.de, www.eufic.org, www.help.orf.at

Kurz & BÜNDIG

Neue Produkte 2019



ersetzt
TROPIC

FZ Multifrucht

Diese exotische Sorte ohne Fruchtstücke ist neben Joghurt auch für Joghurt drinks und Molke geeignet. Rechtzeitig zur Sommersaison ist sie **ab Mai erhältlich**. Sie wird unsere **FZ 128555 Tropic ersetzen**, welche immer weniger Anklang findet und deshalb im **Sommer ausläuft**.

BIO



ZB Bratapfel kbA

Damit auch unsere BIO-Kunden in den Genuss einer Wintersorte kommen, bieten wir diese hochwertige Sorte **ab Oktober 2019** an. Sie ist ohne Aromazusatz und **OGT zertifiziert** (ohne Gentechnik erzeugt gem. EGGenTDurchfG). Vorbestellungen sind ab sofort möglich.

Möglich wären auch noch:

ZB Kurkuma Latte



Mit Zimt, Ingwer, Kurkuma und Vanille könnte dieses Milchmischgetränk eine trendige Alternative zu den bewährten Schulmilchgetränken à la Erdbeere & Co sein. Mit einer Dosierung von 10 % und 4,5 % Gesamtzucker könnte mit dieser Sorte auch bis zum Sommer 2021 um die neue Schulmilchförderung angesucht werden. Lassen Sie sich überraschen!

BIO



ZB Stracciatella Schokosplits kbA

Nach langem Warten könnte diese Zubereitung ab Sommer 2019 unser BIO-Sortiment erweitern, wenn sich genügend BIO-Kunden dafür interessieren. Ungefährer Richtpreis € 6,- pro kg netto. Vorbestellungen sind ab sofort möglich.

Nicht mehr bestellt...

wird seit Jahresende die **FZ 202091 Kirsche KbA**. Da die Sorte überwiegend von einem Kunden abgenommen wurde, müssen wir diese, nach dessen Ausstieg, leider aus dem Programm nehmen. Wir bitten um Verständnis für diese kurzfristige Entscheidung.

**AB HOF MESSE
WIESELBURG**
8. BIS 11. MÄRZ 2019
HALLE 3 / STAND 348



AB HOF – Die Direktvermarktermesse

Heuer findet in Wieselburg zum 25. Mal die AB HOF-Messe statt, die wichtigste Messe für die Vermarktung und Verarbeitung von bäuerlichen Produkten und Dienstleistungen. Diesmal wird es vier Themen-Tage mit je einem Schwerpunkt zu Milchverarbeitung, Obstbau, alternative Tierhaltung sowie Green Care geben. Nähere Infos dazu auf www.abhof.com.

Wir sind natürlich wie jedes Jahr dabei und stehen Ihnen in Halle 3 beim Messestand 348 für Beratungsgespräche und Verkostungen gerne zur Verfügung. Folgende Produkte können Sie probieren:

- ZB **KAKAO** für Schulmilch
- FZ **MULTIFRUCHT** - unser Tropic-Ersatz
- ZB **BRATAPFEL KBA** - unsere BIO-Wintersorte sowie zum Kennenlernen
- ZB **STRACCIATELLA SCHOKOSPLITS KBA**
- ZB **KURKUMA LATTE** für Milch



Ab 2020 verkaufen wir keine PET-Flaschen mehr!

Nachdem die PET-Preise und die Frachtkosten beständig nach oben gehen, wird es immer schwieriger, einen marktgerechten Preis anzubieten. Ein wichtiger Aspekt für uns ist auch die weltweit fortschreitende Umweltverschmutzung durch Kunststoffe aller Art. Zudem wollen wir uns zukünftig mehr unserem Kerngebiet, den Fruchtzubereitungen, widmen.

So ist uns die Entscheidung nicht schwergefallen, mit Ende 2019 alle PET-Flaschen aus dem Programm zu nehmen. Da die Alternative in Form von „Pflanzenkunststoffen“ (aus Zuckerrüben, Mais, Soja etc.) preislich noch utopisch weit entfernt ist, werden wir auch diese Produkte nicht in Betracht ziehen. Unser Verzicht wird zwar in Summe nur zu einer Umschichtung auf andere Lieferanten führen, soll aber doch den Einen oder Anderen zum Nachdenken anregen.



Wichtige Infos zum Onlineshop auf www.mayergeyer.at

Registrierung und Login

Als wir vor einem Jahr überlegten, wie wir den Onlineshop anlegen wollen, entschieden wir uns letztendlich für die sicherere und günstigere Variante – ein Onlineshop für bestehende Kunden. Diese sind automatisch registriert und erhalten ihre Zugangsdaten auch diesmal wieder als Beilage zum aktuellen FRÜCHTCHEN.

Natürlich freuen wir uns auch über Interessenten bzw. Neukunden. Diese können sich zu unseren Bürozeiten gerne telefonisch bei uns registrieren lassen. Nachdem wir Ihre für uns relevanten Daten erhoben haben, schalten wir Sie umgehend für den Onlineshop frei. Nach erfolgter Anmeldung haben Sie in Ihrem persönlichen Kundenbereich Zugriff auf alle Artikel und Preise.

Nachdem Sie den Einkauf abgeschlossen haben, bekommen Sie eine Bestätigungsmail inklusive der Links zu den Spezifikationen der gekauften Produkte zum Download zugeschickt. Bitte beachten Sie, dass die Bestellbestätigung nicht als Auftragsbestätigung gilt.

Sobald Ihre Bestellung von uns geprüft wurde, erhalten Sie eine Auftragsbestätigung (inklusive Nebenkosten) per Mail. Darin ist nach wie vor der vorläufige Warenwert angegeben, da es bei Fruchtzubereitungen in der Bag-in-Box zu Gewichtsschwankungen kommt und wir den exakten Preis erst nach der Kommissionierung der Waren im System haben.

Bestellungen über den Onlineshop sind für alle Kunden Einkäufe auf Rechnung. Diese erhalten Sie nach Wunsch per Mail, per Post oder direkt mit der Lieferung. Für weitere Fragen zum Onlineshop stehen wir gerne zur Verfügung.

Übrigens: Für die Erstbestellung im Onlineshop gibt es ein kleines Dankeschön!

Betriebsurlaub

Die neue Sommerregelung hat sich bewährt und deshalb werden wir auch im heurigen Sommer auf einen Betriebsurlaub verzichten. Von 15. Juli bis 18. August gelten folgende Sommeröffnungs- und Versandzeiten:

- geöffnet von Montag bis Donnerstag
- Freitag geschlossen
- Versand nur Montag und Dienstag
- eingeschränkte Erreichbarkeit durch individuellen Urlaub

Um allen Mitarbeitern gute Erholungspausen zu gönnen, bleibt unser Betrieb an den Fenstertagen **FREITAG, 31. MAI 2019**, **FREITAG, 21. JUNI 2019** und zu Weihnachten von Montag, 23. Dezember 2019 bis Montag, 6. Jänner 2020 geschlossen.



Wareneingangskontrolle ist wichtig!



Trotz genauem Arbeiten kann es vorkommen, dass wir etwas übersehen und uns ein Fehler passiert. Auch beim Transport kann etwas passieren, was nicht auf den ersten Blick auffällt. Wenn Sie dies erst spät entdecken und reklamieren, können erhebliche Probleme entstehen. Kontrollieren Sie deshalb bitte Ihre Lieferung gleich auf (auch versteckte) Transportschäden, vergleichen Sie die Menge und die Etiketten auf den Waren mit dem Lieferschein bzw. Ihrer Bestellung und verständigen Sie uns bitte bei Differenzen so rasch als möglich! Vielen Dank für Ihre Mithilfe!

Jetzt bei uns erhältlich!



Das beliebte Buch „Unsere Milch – ein Märchen“ mit magischen, witzigen und abenteuerlichen Geschichten rund um Kühe und Milch ist ab sofort bei uns zum Selbstkostenpreis (€ 11) erhältlich. Die Geschichten wurden von Kindern für Kinder geschrieben und von der Landwirtschaftskammer Oberösterreich herausgegeben. Zum Selberlesen oder als Geschenk bietet dieses Buch lustiges Lesevergnügen für Jung und Alt.





BESUCH DER ÖSTERREICHISCHEN **SCHULMILCHBAUERN**

Die Steiermark war diesmal das Ziel der 52 Schulmilchbauern aus ganz Österreich, die an der siebten Schulmilchlehrfahrt vom 12. bis 14. Juli 2018 teilnahmen.

Die Teilnehmer konnten dabei wieder neue Betriebe kennenlernen, sich mit den Kollegen über Erfahrungen, technische Entwicklungen, Produktinnovationen usw. austauschen und sich neueste Fakten und Daten von der AMA sowie vom Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus holen. Unter der Leitung von DI Josef Weber und DI Peter Stückler (Landwirtschaftskammer Niederösterreich bzw. Steiermark) besuchte die Gruppe der Schulmilchbauern neben der Obersteirischen Molkerei, dem Red Bull-Ring und der Genostar Rinderbesamung auch die Schulmilch- bzw. Direktvermarkterbetriebe der Familien Judmayer (Trofaiach), Madl (Seckau), Krenn (Feldbach) und Gschier („Mantscha MÜch“ in Hitzendorf/Graz).

Auch die Mayer & Geyer GmbH war Ziel der diesjährigen Lehrfahrt und so durften wir am Freitag, den 13. Juli, die Schulmilchbauern bei uns im Betrieb begrüßen. Geschäftsführer Andreas Geyer stellte das Unternehmen vor, sprach über den Werdegang von der Ing. J.&E. Mayer OEG zur Mayer & Geyer GmbH, die Firmenphilosophie und nannte interessante Umsatzzahlen. Passend zum Thema fand auch an dem Tag der „internationale Ehrentag der Kuh 2018“ statt. Ein spezieller Tag, der verdeutlicht, welche wichtige Rolle Kühe in unserem täglichen Leben und für unsere Versorgung mit Nahrungsmitteln spielen.

Bei einer kleinen Stärkung mit regionalen Köstlichkeiten lernten wir wieder neue Gesichter kennen, nebenbei wurde über die Schulmilchförderung diskutiert und einige Schulmilchbauern nahmen die Gelegenheit wahr, Bestellungen aufzugeben oder gleich Fruchtzubereitungen mitzunehmen. Andere freuten sich, einmal die Mitarbeiter, mit denen sie sonst nur per Telefon Kontakt haben, persönlich treffen zu können. Nach einer gemütlichen Stunde bei uns in Albersdorf brachen die Teilnehmer zum nächsten Betriebsbesuch auf, bevor die Lehrfahrt am Samstag mit einer Stadtbesichtigung von Graz endete.

Wir haben uns jedenfalls sehr gefreut, dass wir von den Organisatoren der Lehrfahrt die Möglichkeit bekommen haben, uns zu präsentieren und die Schulmilchbauern bei uns zu Gast hatten. Die meisten von ihnen sind schon seit vielen Jahren Kunden bei uns. Ihnen sagen wir an dieser Stelle ein ganz herzliches Dankeschön für die Treue und auch dafür, dass sie an 170 Schultagen im Jahr engagiert, pünktlich und zuverlässig hochwertige Milchspezialitäten aus ihrer Region an über 3.800 Kindergärten und Schulen liefern und damit von Anfang an einen wichtigen Beitrag zur gesunden Ernährung der Kinder leisten. Möge dies trotz der immer schwieriger werdenden Rahmenbedingungen noch viele weitere Jahre so bleiben!

Interview

Die neue
Generation der
Milchdirektver-
markter



DIE MILCHBUBEN

EINE TIROLER MEISTERKÄSEREI

Die beiden jungen Tiroler Thomas (28, gelernter Tischler) und Markus Ehammer (26, Käsermeister) sind auf dem elterlichen Bauernhof, dem Rehaherhof, in Hopfgarten in der Nähe von Kitzbühel aufgewachsen. Gemeinsam haben sie dort eine eigene Käserei aufgebaut, die im Oktober 2017 eröffnet wurde, in der sie Camembert (Natur, Walnuss, Pistazie, Chili), Brie und Joghurt herstellen. Wir haben Thomas interviewt.

Thomas, wer hilft alles bei euch auf dem Rehaherhof mit?

Also, in der Käserei arbeiten nur wir Brüder. Bis jetzt, denn ab Mitte Dezember bekommen wir unseren ersten fixen Mitarbeiter. Die Landwirt-

schaft machen die Eltern, es sind nur noch ein paar Jahre bis sie in Pension gehen und danach führen wir zwei Brüder gemeinsam die Landwirtschaft weiter. Dann kann man sich abwechseln und auch mal Urlaub gehen und es ist alles leichter.

Wie und wann seid ihr auf die Idee gekommen eine Käserei aufzubauen?

Wir waren gerade in dem Stadium, wo entschieden wurde, wer den Hof und die Landwirtschaft übernimmt. Gestartet ist das alles so, dass Markus gefragt wurde, ob er übernimmt. Er hat gesagt, er macht es, aber wenn, will er Vollerwerbslandwirt sein und wenn, macht er das nicht alleine. Dann kam die Idee einer eigenen Käserei und er hat mich gefragt, ob ich bei der Käserei mithelfen will.





Ich hatte keine Ahnung davon, aber ich wusste, dass Markus ein sehr guter Käser ist und sauber und genau arbeitet und deshalb habe ich mich darauf eingelassen. Das Vertrauen war da und Markus hat mich angeleitet und eingeweiht. Es ist kein großer Unterschied zum Tischlersein, man arbeitet mit Rohstoffen und kreiert was Neues draus und das macht man in der Käserei auch.

Waren eure Eltern schon Milchdirektvermarkter?

Nein, gar nicht. Die Eltern haben eine normale Milchwirtschaft und haben die Milch an die Tirol Milch verkauft.

Wie seid ihr auf die Herstellung von Weichkäse gekommen?

Wenn man eine Käserei baut, muss man sich für eine bestimmte Richtung entscheiden, welchen Käse man herstellt. Wir produzieren ausschließlich Weichkäse. In Tirol gibt es eher weniger Weichkäseproduzenten und wir haben eine Nische gesucht. Wir wollten keinen Bergkäse, weil es den hier ja überall gibt. Und Markus hat gemeint, Camembert ist interessanter, weil man da ganz exakt und sauber produzieren muss.

Wo kann man eure Produkte kaufen?

Direkt bei uns am Hof in der Milchbuben-Stube, beim MPPreis, in regionalen Spar- und Merkurmärkten, österreichweit in vielen Feinkostläden und in anderen Käsereien, mit denen wir zusammenarbeiten. Und in Deutschland beim Käsehändler Jäckle, die vertreiben unsere Produkte in Edeka-Märkten und Feinkostläden in Deutschland.

Ihr werdet also den Hof in ein paar Jahren übernehmen. Hattet ihr Zweifel, ob ihr übernehmen sollt oder nicht?

Ja, bevor das ganze Projekt gestartet ist, gab es Zweifel. Irgendwann fängt man zum Überlegen an,

weil der Hof da ja schon seit 1654 steht und da haben wir uns gedacht, das wäre jetzt auch blöd, wenn wir die Generation sind, die aufhört. Das hat uns dann schon Mut gegeben und auch a bisserl Stolz, weil wir sagen wir führen es weiter und hören nicht auf mit dem Ganzen.

Welche Tipps könnt ihr jungen Direktvermarktern geben, die ähnliche Ideen haben wie ihr oder die einen Hof übernommen haben?

Der wichtigste Tipp ist, man soll die Familie als Ganzes sehen damit es funktioniert. Das Team ist wichtig. Und alles ausreden, versuchen, dass man immer miteinander auskommt und darauf hoffen, dass die Eltern mitspielen. Und was auch noch ganz wichtig ist: man darf sich nicht unter dem eigenen Wert verkaufen. Das machen leider ganz viele, da gibt es so viele gute Produkte, die unterm Wert im Regal liegen.

Wie sehen eure Pläne bezüglich Käserei aus?

Wir wollen die Produktion um ein Drittel steigern, dann sind wir bei einer schönen Produktionsauslastung. Dann können wir drei Familien davon ernähren und das ist unser Ziel mit dem Ganzen.

Wie seht ihr die Zukunft der Milchdirektvermarktung?

Es wird sicher nicht einfacher, aber es gibt viel Platz für qualitativ hochwertige Produkte. Wenn die Qualität passt und alles sauber und richtig gemacht wird, dann ist da noch viel Potenzial. Man muss halt 100 Prozent dahinter stehen, dann ist da noch viel drinnen.

Vielen Dank für das Interview, Thomas.

Kontakt:

Milchbuben KG
6361 Hopfgarten
www.milchbuben.at
@milchbuben auf Facebook und Instagram



NEUER TREND

LAKTOSEFREI

.....
Allergien und Unverträglichkeiten von verschiedenen Nahrungsmittelbestandteilen sind stark im Steigen
.....

Die meist verbreitetste Nahrungsmittelunverträglichkeit ist definitiv die Laktoseintoleranz. Deshalb haben wir dieses Phänomen aufgegriffen und möchten aufzeigen, welche Möglichkeiten es gibt, sich dem neuen Trend „laktosefrei“ zu stellen.

Was genau bedeutet Laktoseintoleranz?

Laktose ist der in der Milch enthaltene Milchzucker. Diese Zuckerart muss im Dünndarm vom Enzym Laktase in die Einfachzucker Galaktose und Glukose gespalten werden, um optimal verdaut werden zu können. Säuglinge haben im Normalfall ausreichend Laktase zur Milchverdauung zur Verfügung. Erst später sinkt die Aktivität der Laktase ab. Beim überwiegenden Anteil der Weltbevölkerung ist nach der natürlichen Entwöhnung von der Muttermilch ein langsamer, mit dem Alter steigender Funktionsverlust der Laktase nachzuweisen. Laktoseintolerant zu sein ist insofern der Normalzustand, da nur etwa ein

Drittel der Menschen, aufgrund einer genetischen Mutation, die vor etwa 7500 Jahren durch regelmäßigen Milchverzehr bei uns in Europa entstand, Milchzucker lebenslang verdauen kann.

Mit zunehmendem Alter bzw. in Abhängigkeit von internationaler Region und Kultur, lässt aber bei einigen Menschen die Produktion dieses Enzyms nach, sodass Milchzucker nicht oder nur mehr unvollständig verdaut werden kann. Laktose, die auf diese Weise in die unteren Darmabschnitte gelangt und dort von Bakterien abgebaut wird, verursacht dort meist Verdauungsprobleme wie Blähungen, Bauchkrämpfe, Übelkeit und Durchfälle. Laktoseintoleranz darf aber nicht mit einer echten Milcheiweißallergie verwechselt werden, bei der es zu einer aktiven Immunreaktion auf das Eiweiß in der Milch kommt.

Schätzungen zufolge sind 75 Prozent der Weltbevölkerung von Laktoseintoleranz betroffen, besonders stark China (fast 100 Prozent), Asien und Afrika. In Gesellschaften, die seit langer Zeit Milchwirtschaft betreiben, wie bei uns in Europa, hat sich eine Mutation durchgesetzt, die dazu führt, dass auch noch im Erwachsenenalter genügend Laktase produziert wird und die Milch problemlos verdaut werden kann.

Nichtsdestotrotz haben auch bei uns in Mitteleuropa bereits 15 - 20 Prozent der Erwachsenen einen Mangel an diesem Enzym.

Für Personen mit Laktoseintoleranz steht heute eine Vielzahl von „laktosefreien“ Milchprodukten zur Verfügung. Es sind aber nicht nur die laktoseintoleranten Menschen, die laktosefreie Milchprodukte kaufen: Die letzten Jahre zeigen einen Trend zu „free from“ Produkten, da sich Verbraucher beim Verzicht auf bestimmte Kohlenhydrate oder Proteine gesundheitliche Vorteile erwarten. Aktuell wächst der Markt für laktosefreie Milchprodukte jährlich um etwa 20 Prozent. Ein positiver Nebeneffekt von laktosefreier Milch ist, dass sie eine deutlich höhere Süße als herkömmliche Milch aufweist. Somit kann man bei der Produktion von Fruchtojoghurt und Fruchtmilch ca. 10 - 15 % Zucker einsparen und das bei einem deutlich geringeren Kaloriengehalt.



Wie sieht es nun konkret aus? Wie viel Laktose enthalten Trinkmilch, Joghurt, Käse & Co?

Der Laktosegehalt von Kuh- und Schafmilch liegt bei ca. 4,5 – 5 %, bei Ziegenmilch liegt der Anteil etwas darunter bei ca. 4 – 4,5 %. Deutlich höher fällt der Wert bei Stutenmilch aus, hier liegt er bei ca. 6 – 6,5 %.

Sauermilchprodukte wie Joghurt, Sauermilch und Buttermilch haben einen etwas geringeren Laktosegehalt als Trinkmilch, da bei der Reifung ein Teil des Milchzuckers bereits in Milchsäure umgewandelt wurde, er liegt aber dennoch meist noch über 3 %. Trotzdem werden diese Milchprodukte von laktoseintoleranten Personen meist besser vertragen, weil die darin enthaltenen Milchsäurebakterien mikrobielle Laktase erzeugen und es beim Verzehr von gesäuerten Milchprodukten zu einer verlängerten Zeit im Darm kommt, in der dann auch mehr Laktose gespalten werden kann. Wird bei der Joghurtherstellung für die bessere Konsistenz des Joghurts Milchpulver zugesetzt, muss allerdings wieder mit einem höheren Anteil an Milchzucker gerechnet werden.

Gereifte Hart- und Schnittkäse, welche unter üblichen Käsungs- und Reifungstechnologien hergestellt wurden, sind laktosefrei bzw. enthalten Laktose nur in geringen Spuren. Auch Weichkäse weist im Allgemeinen einen sehr niedrigen Laktosegehalt (unter 0,1 %) auf. Bei Topfen und Frischkäse liegt dieser Wert zwischen 2 und 4 %.

Gibt es eine allgemeine Regelung bezüglich Laktose-Grenzwert im „Laktosefrei-Sortiment“?

Während eine Allergenkennzeichnungsverordnung auf europäischer Ebene den Risikogruppen durch die verpflichtende Allergenkennzeichnung die Sicherheit gibt, Lebensmittel mit relevanten Allergenen zu erkennen, gibt es bei Unverträglichkeiten keine allgemeine internationale Regelung: Die Definition von „laktosefrei“ korreliert mit einer Restlaktosekonzentration von 0,1 oder 0,01 %, abhängig von Land und Hersteller aufgrund unterschiedlicher bzw. fehlender nationaler Regelungen. Deshalb kann sich in Österreich jeder Hersteller für den niedrigeren oder höheren Laktose-Grenzwert entscheiden. Dieser ist dann auch am Produkt zu deklarieren bzw. zu kontrollieren.

Wie kann man sich als Milchverarbeiter dem wachsenden Markt an laktosefreien Milchprodukten anpassen?

Um selbst laktosefreie Milch herzustellen braucht man erst einmal das Enzym Laktase* in flüssiger Form, das die Laktose in der Milch spalten kann. Die

Verwendung dieses Enzyms ist relativ einfach und lässt sich gut in den Produktionsablauf integrieren.

Der Ablauf in der Produktion von laktosefreier Trinkmilch sieht folgendermaßen aus:

- Ausgangsprodukt Rohmilch
- Standardisieren des Fettgehaltes
- Pasteurisieren/ggf. Homogenisieren
- Kühlen auf 8 – 10 °C
- Zugabe von 1 – 2 g Laktase/Liter Milch
- Reaktionszeit von ca. 24 Stunden abwarten
- Zweites Pasteurisieren (empfohlen um Keimfreiheit zu erhalten und die Laktase zu deaktivieren, ist aber nicht zwingend nötig)

Der Prozess der Laktosespaltung kann auch schneller und unter weniger Zugabe von Laktase erfolgen, dabei müsste die Milch aber über mehrere Stunden warm gehalten werden, was hygienetechnisch eher bedenklich ist. Bei ca. 20 – 25 °C wird die Laktose in ca. 16 Stunden, bei 40 °C in ca. 4 Stunden gespalten.

Bei der Joghurtproduktion kann man die Reifungstemperatur im Produktionsprozess nutzen, somit vereinfacht es die Herstellung von laktosefreiem Joghurt.

- Nach dem Pasteurisieren der Rohmilch kühlen auf Reifungstemperatur ca. 40°C
- Zugabe Laktase
- Nach 1 Stunde Zugabe der Joghurtkultur
- Reifung
- Kühlung und Weiterverarbeitung



Um die Restlaktose in laktosefreien Produkten zu messen, stehen bereits hochentwickelte Biosensoren zur Verfügung, die auch für Kleinanwender geeignet sind. Diese bestehen aus einem Lesegerät und den dazugehörigen Teststreifen (z.B. von der Firma DirectSens). Diese Geräte sind einfach zu bedienen und messen minutenschnell den Restlaktosegehalt der Milch. Da das Messgerät klein und mobil ist, kann es auch von mehreren Milchverarbeitern gemeinsam angeschafft und benutzt werden. Für innovative, bäuerliche Milcherzeuger bietet sich hier eine gute Chance mit dem Trend „laktosefrei“ zu wachsen.

Wir danken der Firma DirectSens und der BAM Rotholz, für die zur Verfügung gestellten Informationen.

* Bei adäquater Kundennachfrage können wir flüssige Laktase in unser Produktsortiment aufnehmen.

WENIGER IST MEHR – UNSERE NEUEN VERSANDPAUSCHALEN

Der Transport unserer Pakete zu Ihnen kostet Geld, jedes Jahr mehr! Einerseits steigt das Paketvolumen durch den Onlinehandel jährlich im zweistelligen Prozentbereich, neue Verteilzentren müssen gebaut werden, mehr Zustellpersonal wird benötigt, die Treibstoffpreise steigen und auch der Staat erhöht die Straßenmaut immer mehr.

Andererseits werden (Personal-)Kosten gespart und zum Teil Dumpingpreise angeboten, mit dem Versprechen „das Rad neu erfunden“ zu haben. Dass dies im Frachtbereich nicht immer gut geht, erleben wir leider viel zu oft.

Mit der österreichischen Post und der Spedition Dachser haben wir zwei Transportpartner, denen zum Glück noch die (Zustell-)Qualität am Herzen liegt. Verlässlichkeit und recht wenige Transportschäden haben aber ihren Preis und so stehen wir vor dem Dilemma,

dass ihn die Kunden immer weniger bezahlen wollen und wir ihn nicht zur Gänze allein tragen können.

Nach zwanzig Jahren, viel Kopfzerbrechen und einigen Verhandlungen haben wir uns nun für ein neues System entschieden. Da wir von klein bis groß an alle Kundenschichten denken müssen, kristallisierte sich schlussendlich eine **Mischlösung aus Einzeltarifen und Versandpauschalen** heraus. Weiters haben wir die Wünsche unserer süddeutschen Kunden berücksichtigt und eine zweite Zone für Deutschland geschaffen. Diese ist identisch mit den Postleitzahlgebieten unserer Spedition Dachser. Durch Umschichtungen und erhöhte Paketmengen konnten wir Einsparungen erzielen, welche wir natürlich in dieses neue Modell haben einfließen lassen.

In Summe wird es nun für Sie als Kunde günstiger und einfacher als zuletzt!

Unsere neuen Versandtarife ab 01.02.2019

- 5 Versandtarife pro Land/Zone, davon 4 Versandpauschalen!
- Österreich bleibt eine Zone, Deutschland wird in Süd- und Norddeutschland unterteilt
- Zu Süddeutschland zählen die Postleitzahlen: 02, 07-08, 70-75, 80-98
- alle restlichen Postleitzahlen zählen zu Norddeutschland: 01, 03-06, 09-69, 76-79, 99

	von 1-9 VE	von 10-19 VE	von 20-29 VE	von 30-44 VE	von 45-58 VE
Österreich	€ 6,60/VE	€ 59,- Pausch.	€ 77,- Pausch.	€ 95,- Pausch.	€ 107,- Pausch.
Süddeutschland	€ 8,50/VE	€ 87,- Pausch.	€ 125,- Pausch.	€ 149,- Pausch.	€ 178,- Pausch.
Norddeutschland	€ 9,40/VE	€ 99,- Pausch.	€ 142,- Pausch.	€ 165,- Pausch.	€ 199,- Pausch.

- Eine Versandeinheit (VE) wird mit 25 kg berechnet, das gilt auch für 1 – 4 Bag-in-Boxen zu je 5 kg.
- Das Höchstgewicht einer Europalette beträgt inkl. Tara max. 750 kg!
- Für Großmengen ab 3 Paletten erstellen wir gerne ein individuelles Angebot.
- Alle bisherigen Frachtangebote und Sonderkonditionen verlieren ab 01.02.2019 ihre Gültigkeit.

Weitere Details entnehmen Sie bitte der aktuellen Preisliste.

Mit dieser Neugestaltung haben wir einen guten Weg für die Zukunft gefunden. Wir bitten aber gleichzeitig auch um Verständnis, dass der oft geäußerte Wunsch nach Frei-Haus-Lieferungen kalkulatorisch einfach nicht möglich ist.

IMPRESSUM

Herausgeber, Medieninhaber und für den Inhalt verantwortlich: Mayer & Geyer GmbH, Geschäftsführer Andreas Geyer, Rupert-Gutmann-Straße 6, A-8200 Albersdorf/Gleisdorf, Telefon: (+43) 03112 / 62333-0, Fax: -20, Mail: office@mayergeyer.at, Web: www.mayergeyer.at. Layout: Icono Werbeagentur, Weiz. Auflage: 1.300 Stück, Druck: Medienfabrik, Graz. Fotos: Cover iStock, S. 2 Foto Furgler, S. 3 LK NOE/Eva Posch, S. 4, 9, 10 & 18 Shutterstock, S. 5 & 20 Fotolia, S. 6 & 7 Marina Kück, Symbolfoto Shutterstock, S. 12 & 13 Shutterstock, LK OÖ (Buch) u. Messe Wieselburg, S. 14 rawpixel, S. 15 Alexandra Muhr, S. 16 & 17 Christina Ehammer, S. 19 DirectSens, S. 21 Florian Zierer, S. 22 & 23 Bernhard Bergmann, alle anderen Fotos Mayer & Geyer GmbH

Aus Gründen der Lesbarkeit wird oft nur die männliche Form verwendet. Gemeint sind natürlich beiderlei Geschlechter. Irrtum, Satz- und Druckfehler vorbehalten. © 2019 – Mayer & Geyer GmbH



Interview

Die neue
Generation der
Milchdirektver-
markter

FÜR MICH WAR KLAR, **DASS ICH ÜBERNEHME**

Zwischen Hügeln und Wäldern im Dorf Kleinbachern (in der Nähe von Freising) liegt der Bio-Bauernhof der Familie Zierer. Florian Zierer hat den Betrieb im Juli 2017 von seinen Eltern Gregor und Hildegard übernommen und bewirtschaftet ihn im Vollerwerb gemeinsam mit seiner Frau Irena und den beiden Kindern.



Florian, in wievielter Generation arbeitest du auf eurem Bauernhof?

Wir sind schon die dritte Generation, die auf dem Hof arbeitet. Mein Vater und mein Opa (hat den Hof in den 40er Jahren ausgebaut) waren Vollerwerbslandwirte.

Ihr habt eine eigene Hofmolkerei, seit wann gibt es diese und wie entstand die Idee dazu?

Die gibt's seit 1999. Damals gab es keine Bio-Molkereien und da eine Bio-Supermarktkette einen Bauern suchte, der Bio-Milch liefern konnte, hat mein Vater damals auf Bio umgestellt.

War es für dich von vornherein klar, dass du den Hof übernehmen wirst?

Ja, das war klar für mich, dass ich übernehme, da hatte ich keine Zweifel. Ich habe eine Bäckerlehre absolviert und als klar war, dass ich übernehmen werde, habe ich auch eine landwirtschaftliche Ausbildung gemacht und habe schon angefangen hauptberuflich daheim mitzuhelfen.

Was würdest du jungen Menschen raten, die nicht wissen ob sie den Hof der Eltern übernehmen sollen oder nicht?

Wenn sie nicht sicher sind, sollen sie es ausprobieren. Einmal für ein halbes Jahr wirklich voll im Betrieb mitarbeiten, keine andere Arbeit nebenbei machen. Sie sollen Einblick in den Betrieb bekommen, in die Bücher, mit Kunden in Kontakt kommen. Es kann sein, dass es mit den Kunden nicht geht, mit den Eltern läuft, aber mit dem Sohn oder der Tochter nicht. Also voll mithelfen und dann entscheiden.

Was war ausschlaggebend für dich, dass du den Hof übernimmst?

Dass man selbstständig arbeitet, dass man selbst was auf die Beine stellt und sein eigener Herr ist. Und dass die Arbeit sehr vielfältig und abwechslungsreich ist.

Welche Produkte stellt ihr her und wo kann man diese kaufen?

Pasteurisierte Vollmilch in der Glasflasche, Natur- und Fruchtojoghurt und Milchdrinks (Erdbeermilch, Vanillemilch, Kakao und Eiskaffee) für Schulen. Unsere Produkte gibt es bei Ökokisten, in Bio-Läden, kleinen Dorfläden und Rewe.

Wie siehst du die Zukunft der Milchdirektvermarktung?

Teils positiv, teils negativ. Der Markt ist da, die Leute wollen regionale Produkte und direkt vom Bio-Bauern, sie finden es überall toll, dass jemand so was macht. Momentan kann man sehr gut neue Kunden kriegen und das Geschäft läuft gut. Allerdings wenn die strengen Hygiene-Voraussetzungen noch strenger und anstrengender werden, dann kann das von heute auf morgen alles komplett anders sein.

Herzlichen Dank für das Interview, Florian.

Kontakt:

Milchhof Zierer
D - 85354 Freising
www.milchhof-zierer.de
@milchhofzierer auf Facebook

DAS MAYER & GEYER TEAM



v.l.: Karin Pichlmayer, Hannes Kranixfeld, Thomas Garber, Elfriede Mayer, Andreas & Silvia Geyer, Jasmin Schrank, Barbara Reitbauer

Andreas Geyer

GESCHÄFTSFÜHRER

Einen zahlenaffinen Bauplaner verschlug es der Liebe wegen zu den Früchten: so oder so ähnlich beginnt die Erfolgsgeschichte der Mayer & Geyer GmbH. Seit 2006 führt Andreas den Betrieb mit unternehmerischem Gespür und seinem Leitspruch „Ehrlichkeit schafft Vertrauen“. In seiner Freizeit liest er gerne und fotografiert mit Leidenschaft, besonders auf Reisen ist die Kamera immer dabei.

Elfriede Mayer

FIRMENGRÜNDERIN, PRODUKTBERATUNG

Vor 20 Jahren hat sie zusammen mit ihrem Mann Josef den Betrieb als „Ing. J. & E. Mayer OEG“ gegründet und aufgebaut. Auch jetzt steht sie uns noch mit ihrem umfassenden Wissen über Milch, Fruchtzubereitungen und allem, was die Käse- und Joghurtzubereitung betrifft, zur Seite und freut sich, wenn sie auf Messen die Besucher persönlich beraten kann.

Jasmin Schrank

EINKAUF, VERKAUF, PRODUKTBERATUNG

Herzlich empfängt Jasmin unsere Kunden, berät sie professionell, nimmt Bestellungen entgegen und wickelt – wenn notwendig – Reklamationen ab. Sie kümmert sich um den reibungslosen Ablauf von Ein- und Verkauf und ist mit vollem Engagement bei der Sache. In ihrer Freizeit findet man sie auf Wanderwegen oder im Einsatz beim Roten Kreuz, wo sie als Sanitäterin hilft.

Silvia Geyer

PROKURISTIN, PRODUKTBERATUNG

Silvia ist schon von Anfang an dabei. Als ihre Eltern den Betrieb gegründet haben, war sie zuständig für Schriftverkehr und Rechnungswesen. Mittlerweile ist sie auch Prokuristin und hilft mit ihrem Fachwissen bei Produktberatungen weiter. Zusätzlich gibt Silvia als diplomierte Trainerin auch noch Fitness- und Pilateskurse und bewegt sich am liebsten mit ihren beiden Hunden in der freien Natur.

Karin Pichlmayer

BUCHHALTUNG, PRODUKTBERATUNG

Karin ist aus dem Betrieb nicht mehr wegzudenken: seit 2003 gehört sie zum Team und ist für die ganze Buchhaltung verantwortlich. Zu Karin's Stärken zählen Genauigkeit und Kommunikationsfähigkeit – für unsere Kunden hat sie immer ein offenes Ohr. Außerdem ist sie eine passionierte Musikerin und spielt Geige im Weizer Stadtorchester.

Hannes Kranixfeld

LAGERVERWALTUNG, LOGISTIK UND VERSAND

Täglich 25-Kilo Bag-in-Boxen heben? Für Hannes kein Problem, er ist nämlich der Sportlichste in unserem Team. Wenn er nicht gerade Bestellungen verpackt, Waren auslädt oder Versandstatistiken erstellt, trainiert er fleißig für Marathons und fährt quer durch Europa, um an diesen teilzunehmen. Außerdem organisiert er auch jedes Jahr selbst einen – den Sommeralm-Marathon.



Thomas Garber



Barbara Reitbauer

NEU IM TEAM

Seit Anfang Juni 2018 ist Thomas Garber bei uns im Betrieb. Zusammen mit Hannes Kranixfeld ist er für die Verwaltung des Lagers, Logistik und Versand zuständig. Im nachfolgenden Interview dürfen wir Thomas kurz vorstellen.

Thomas, was hast du vorher beruflich gemacht?

Vorher habe ich bei einem internationalen Lebensmittelhändler gearbeitet, dort war ich für das gesamte Lager verantwortlich.

Was machst du denn in deiner Freizeit?

Also ich bin gern draußen, fotografiere sehr gern, am liebsten mit Langzeitbelichtung. Ich verbringe auch gern Zeit mit meiner Lebensgefährtin oder treffe mich mit Freunden und ich koche gern, am liebsten mit Gemüse und Kräutern aus dem eigenen Garten.

Dein erster Eindruck von Mayer & Geyer?

Mein erster Eindruck ist ein sehr guter. Ich freue mich, dass es einige „Zuckerl“ im Betrieb gibt: eigener Schreibtisch, Fitnessraum, Gemeinschaftsküche, Firmenausflug...

Hast du dich schon gut eingearbeitet?

Die wichtigsten Abläufe sind drinnen, bei den anderen Arbeiten bin ich gerade am Lernen. Ich muss mich noch daran gewöhnen so viel am PC zu sitzen.

Herzlich Willkommen im Team, Thomas. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit.

WIR SAGEN DANKE

Sandra Schrank, die seit November 2016 bei uns in Teilzeit arbeitete und bei den vielfältigen Aufgaben des Büroalltags und dem Versand der Kleinmengen half, hat Ende März in ein anderes Unternehmen auf

Ursprünglich sollte sie nur als Verstärkung beim Schreiben der Artikel für die Jubiläumsausgabe unseres Kundenmagazins FRÜCHTCHEN helfen, doch die Aufgaben sind immer mehr geworden, sodass wir sie gleich behalten haben. Nun ist sie schon seit fast eineinhalb Jahren bei uns und werkt hinter den Kulissen: Barbara Reitbauer hält die Homepage und den Online-Shop auf dem neuesten Stand, ist für das Kundenmagazin, Übersetzungen auf Englisch und alles, was die Umsetzung der Datenschutzverordnung in unserem Betrieb betrifft, zuständig.

Barbara, wie sieht dein beruflicher Werdegang aus?

Eigentlich bin ich ja Lehrerin (Englisch und Psychologie/Philosophie). Ich habe insgesamt drei Jahre unterrichtet und bin dann vom Lehrersein abgekommen, da ich was Neues ausprobieren wollte. Mit Kundenmagazinen bzw. Werbung und Marketing im weitesten Sinne habe ich vorher nichts zu tun gehabt, es hat mich aber irgendwie immer fasziniert.

Was machst du denn in deiner Freizeit?

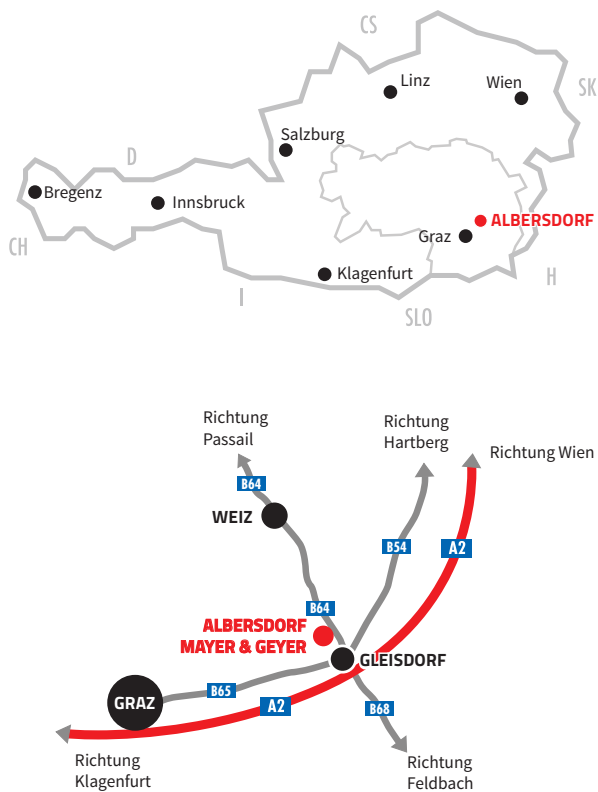
Ich lese gerne englische Blogs - vorzugsweise über Mode - und englische Zeitungen online. Ein bisschen Sport darf auch nicht fehlen: ich gehe öfters wandern, mache gerade einen Natural Movement-Kurs (natürliches Bewegungstraining) und weil ich neugierig bin, probiere ich gerne neue Sportarten aus. Außerdem macht es mir viel Freude, so oft wie möglich Zeit mit meiner kleinen Nichte zu verbringen.

Barbara, vielen Dank für das Interview und die gute Zusammenarbeit.

eine Vollzeitstelle gewechselt. Wir bedanken uns bei Sandra für ihren Einsatz in diesen Jahren und die gute Zusammenarbeit. Wir wünschen ihr alles Gute für die Zukunft!



SO FINDEN SIE UNS:



MAYER & GEYER GMBH

Rupert-Gutmann-Straße 6
 A - 8200 Albersdorf/Gleisdorf
 T: (+43) 03112 / 62333-0
 F: (+43) 03112 / 62333-20
 M: office@mayergeyer.at
www.mayergeyer.at

**Wir sind von Montag bis
 Freitag von 8 – 12 und von
 13 – 15 Uhr gerne für Sie da.**

