



# Fleisch und Feinkost

Schweizerische Metzgerzeitung



## Aus dem SFF

4

Werbegeschenke wie die Swiss-Meat-People-Zündhölzer passen optimal zum Start der Grillsaison.



## Institutionen

7

Seit Mitte 2018 gehört auch eine Metzgerei zur Luzerner Justizvollzugsanstalt Wauwilermoos.



Ein Gasgrill kann sicher betrieben werden, wenn die Gaskontrolle durch einen geprüften Kontrolleur durchgeführt und für den Nachweis des fachgerechten Gebrauchs die Checkliste Veranstaltung ausgefüllt wurde. (Bild: be)

## Wissen

11

Onboarding – oder wie Sie neue Mitarbeitende während der Einführungsphase gut betreuen.



### Arbeitssicherheit

## Nachweis für einen geprüften Gasgrill

Im November 2017 wurde vom Bundesrat die Richtlinie für Flüssiggas Ekas 6517 auf Antrag des Arbeitskreises LPG zur Sicherheit mit Flüssiggas gutgeheissen. Arbeiten mit Flüssiggas, und damit auch die Prüfung von Gasgrills, dürfen seither nur noch von Personen mit geprüftem Fachwissen ausgeführt werden.

Das Thema Gasgrill-Kontrolle war aufgrund der neuen gesetzlichen Vorschriften bereits im vergangenen Jahr ein Thema und hat teilweise für Verunsicherung gesorgt. Tatsache ist, dass Flüssiggasanlagen resp. Gasgrills im Einsatz an bewilligungspflichtigen Veranstaltungen einmal jährlich durch einen ausgebildeten Fachmann zu kontrollieren sind. Sie werden mit einer Kontrollbescheinigung und einer an den

Grill angebrachten Vignette dokumentiert. Diese Kontrollen dürfen nur von einer durch den Verein Arbeitskreis LPG geprüften und qualifizierten Person durchgeführt werden. Einen Link zur aktuellen Liste aller Prüfpersonen schweizweit finden Sie im blauen Infokasten im Anschluss an den Text.

In der Regel dauert eine Gaskontrolle für einen Grill 15 bis 20 Minuten und kostet (inkl. Vignette)

Verpackungssysteme  
**VC999**  
Nur das Beste ist gut genug  
info@vc999.ch www.vc999.ch

## Inhalt

Markt und Preise	9
Job und Bildung	12
Stellenmarkt	14

## Editorial

## Idealisierte Werbung als Bumerang?

Beim Betrachten von Werbespots zu Fleisch, aber auch von Werbeanzeigen in den elektronischen und den Printmedien fällt immer wieder auf, dass mit oft realitätsfernen Botschaften wie zum Beispiel den freilaufenden Schweinen auf dem Kleinbauernhof oder den über den Miststock laufenden, lautstark gackernden Hühnern mit allen Tücken und Techniken des Marketings um die Gunst der Kundinnen und Kunden gebuhlt wird. Dabei wird leider oft vergessen, dass in breiten Kreisen unserer Bevölkerung vor allem in städtischen, zunehmend aber auch in ländlichen Gebieten der Bezug zur eigentlichen Herkunft unserer Lebensmittel nur noch rudimentär vorhanden oder gar verloren gegangen ist. Als etwas überspitzte Beispiele hierzu sind sicherlich die Milch aus der Tetra-Packung, aber auch das vorverpackte Fleisch aus der Selbstbedienungstheke zu nennen. Angesichts der ständigen «Beflutung» mit idealisierten Bildern darf es daher nicht erstaunen, wenn Bilder aus der Realität der hiesigen Nutztierhaltung, die auch aufgrund der erforderlichen Wirtschaftlichkeit die oft vorhandene Vorstellung von «Wohlfühl-oasen» schlichtweg nicht erfüllen kann, irritierte, ja gar verstörende Reaktionen hervorrufen. Dass in der Praxis wohl Aspekte wie das Tierwohl, die Regionalität bzw. die Produktequalität zum Tragen kommen sollen, dazu herrscht schon heute breiter Konsens. Gerade in der aktuellen Zeit mit dem momentanen Hype um das Lebensmittel Fleisch – sei dies aus Gründen der Ethik, des Tierwohls, der Nachhaltigkeit auch unter Einbezug des aktuellen Klimas, der Ernährung und der Gesundheit – muss man sich jedoch vermehrt die Frage stellen, ob bzw. inwieweit derartige Marketingstrategien nicht immer mehr zu einem Bumerang für die ganze Fleischkette werden. Wäre es daher nicht an der Zeit, dass sich die Werbung verstärkt auf realitätsnahe, aber gleichwohl souveräne Botschaften konzentriert, die möglichst durch glaubwürdige Berufsleute noch zusätzlich untermauert werden? Ein gutes Beispiel hierfür ist sicherlich die derzeit laufende Werbekampagne von Proviande mit dem Slogan «Schweizer Fleisch – Der feine Unterschied». Warum also eine allgemeine Branchen-Werbephilosophie nicht einfach auch auf das einzelne Unternehmen übertragen? – zielführender und anhaltender wäre dies allemal!



Ruedi Hadorn, SFF-Direktor



Nach erfolgreicher Gaskontrolle wird am Gasgrill eine Vignette des Vereins Arbeitskreis LPG angebracht. (Bild: Verein Arbeitskreis LPG)

40 bis 50 Franken (ohne Fahrkosten). Allfällige Reinigungsarbeiten werden zusätzlich verrechnet. Es lohnt sich durchaus, vorab mit einer Zweitofferte einen Preisvergleich durchzuführen.

Bei der Gaskontrolle werden die Dichtheit, die Aufstellung der Gasflasche, die Druckregler, die Schläuche und die Gasgeräte kontrolliert. Der Kontrolleur kann auf Wunsch auch Verbrauchsmaterial wie Schläuche und Druckregler gegen Verrechnung ersetzen. Servicearbeiten werden hingegen vom Fachhändler ausgeführt.

### Kontrolleure mit breitem Fachwissen

Um als geprüfter und zugelassener Kontrolleur arbeiten zu können, muss eine kosten- und zeitintensive Ausbildung absolviert werden. In sieben Kurstagen wird Fachwissen für Flüssiggasanlagen auf Schiffen, im Bereich Camping- und Caravanning sowie auch für Veranstaltungen (Festwirtschaft mit Verkaufständen) vermittelt. Aus Gründen der aufwendigen und schwierig zu überblickenden Vielfalt an anerkannten Kontrolleuren ist es nicht möglich, eine Person nur für den Teilbereich Flüssiggasanlagen resp. Gasgrills anzuerkennen.

### Checkliste für Veranstaltungen

Neben der Kontrolle ist auch eine fachgerechte Handhabung zu gewährleisten. Aus diesem Grund

muss vor jeder Veranstaltung eine Checkliste ausgefüllt und dem Veranstalter vorgelegt werden. Einen Link zur Checkliste finden Sie ebenfalls im blauen Infokasten. Dabei sind die Instruktion der Mitarbeiter, die Aufstellungsbedingungen, die Schläuche und weitere Punkte zu prüfen. Durch die Kontrollbescheinigung/Vignette und die ausgefüllte Checkliste ist der Nachweis der sicheren Verwendung eines Gasgrills gegeben.

Wird der Grill an eine Privatperson vermietet, kann die Wartung auch selber durchgeführt werden. Fleischfachleute und -assistenten werden entsprechend geschult. Bei einem Unfall könnte aber die Frage der Haftung aufkommen. **be**

### Verein Arbeitskreis LPG (www.arbeitskreis-lpg.ch)

Oberstes Ziel des Vereins ist es, sich dafür einzusetzen, dass Anlagen und Einrichtungen zur Lagerung oder Nutzung von Flüssiggas sicher betrieben werden können. Der Verein Arbeitskreis LPG verfolgt keine kommerziellen Zwecke und erstrebt keinen Gewinn.

#### Liste Gaskontrolleure:

[www.arbeitskreis-lpg.ch/service/verzeichnis](http://www.arbeitskreis-lpg.ch/service/verzeichnis)

**Checkliste Veranstaltungen:**  
[www.arbeitskreis-lpg.ch/kontrolleure/dokumentation-kontrolleure](http://www.arbeitskreis-lpg.ch/kontrolleure/dokumentation-kontrolleure)

## Fleisch und Feinkost

Offizielles Organ des Schweizer Fleisch-Fachverbandes

Erscheint jeden zweiten Mittwoch  
Verbreitete Auflage: 3745 Expl.  
(WEMF/SW-Beglaubigung 16-17)

Redaktion und Verlag:  
Schweizer Fleisch-Fachverband  
Postfach 1977  
Sihlquai 255  
8031 Zürich  
Postkonto 80-2960-4  
Telefon 044 250 70 60  
Telefax 044 250 70 61  
E-Mail: [info@sff.ch](mailto:info@sff.ch)  
[www.sff.ch](http://www.sff.ch)

Chefredaktorin: Alexandra Bechter (be)  
Redaktoren: Deborah Bläuer (db),  
Philipp Sax (ps) und Markus Roten (ro)

#### Bezugspreise (jährlich):

SFF-Mitglieder Fr. 99.90  
Private Fr. 99.90  
Metzgerei-Nichtmitglied Fr. 167.–  
Ausland Fr. 125.–

#### Anzeigenmarketing:

Stämpfli AG  
Wölflistrasse 1, Postfach, 3001 Bern  
Anzeigenleiterin: Manuela Stolina  
Telefon 031 300 63 81  
E-Mail: [inserate@staempfli.com](mailto:inserate@staempfli.com)  
[www.staempfli.com](http://www.staempfli.com)

#### Satz, Layout, Druck:

NZZ Media Services AG  
9015 St. Gallen  
[nzzmediaservices@nzz.ch](http://nzzmediaservices@nzz.ch)  
[www.nzzmediaservices.ch](http://www.nzzmediaservices.ch)