



Schwarzwaldhof Fleisch und Wurstwaren GmbH  
50 Jahre Metzgergenuss

# SO SCHMECKT HEIMAT

## WIR PRODUZIEREN...



So abwechslungsreich wie der Schwarzwald, so vielfältig ist das Schinken- und Wurst-Sortiment von **Schwarzwaldhof**. Mit seinen Spezialitäten holen sich Genießer ein gutes Stück Schwarzwald nach Hause.



Fleisch, Milch und Eier unserer Eigenmarke **EDEKA bio** stammen vorwiegend aus regionaler Produktion, bei der das Tierwohl große Berücksichtigung findet.



Das Markenprogramm **HOFGLÜCK** wurde 2015 von EDEKA Südwest ins Leben gerufen, um regionales Schweinefleisch aus einer tiergerechteren Haltung anzubieten.



„**UNSERE HEIMAT – ECHT & GUT**“ ist die Regionalmarke der EDEKA Südwest. Rund 1.500 regelmäßig kontrollierte Betriebe aus unserer Region produzieren für hochwertige Erzeugnisse.



**GUT & GÜNSTIG** bietet Ihnen verlässliche EDEKA-Qualität mit QS-Standard zum Discount-Preis.

*Im Gespräch mit den Schwarzwaldhof-Geschäftsbereichsleitern Andreas Göhring und Andreas Pöschel über Schinken, Wurst & Co., die Freude am Tun und die Begeisterung für eine einzigartige Kulturlandschaft – den Schwarzwald.*

**Herr Göhring, Herr Pöschel, Sie feiern das 50-jährige Bestehen Ihres Produktionsbetriebes in Blumberg. Als EDEKA Südwest-Produktionsbetrieb ist der Schwarzwaldhof im nationalen Einzelhandel sehr präsent.**

**Wie zufrieden sind Sie mit der aktuellen Entwicklung?**

Wir freuen uns über ein kontinuierliches Umsatzwachstum. Das ist einerseits der Zusammenarbeit mit EDEKA Südwest zu verdanken, aber auch innovativen Produktideen wie den Schinkenstreifen und Schinkenwürfeln. Diese werden stark nachgefragt, wir gehen sogar von einem weiteren Wachstum in diesem Segment aus. Und selbstverständlich sind die guten Geschäftszahlen auch unserem Klassiker zuzuschreiben, dem Schwarzwälder Schinken.

Einen nicht unerheblichen Teil des Umsatzes erwirtschaften wir mit der Edeka-Marke GUT & GÜNSTIG, was unsere Wettbewerbsfähigkeit unterstreicht.

**Was macht Ihre Produkte so erfolgreich?**

Wissen Sie (beide schmunzeln...), den Slogan „Wir lieben Lebensmittel“ hat EDEKA eigentlich für den Schwarzwaldhof erfunden... Er passt einfach perfekt zu uns.

Und: Qualität beginnt bei Qualifikation. Ebenso bei der Wertschätzung, die man den Menschen entgegenbringt, die unsere Wurst-, Schinken- und neuerdings auch Rindfleischspezialitäten herstellen. Ihre Leidenschaft und

Sorgfalt entspricht der einer Manufaktur, die wir mit Blick auf die produzierten Mengen natürlich de facto nicht sein können – im Herzen aber sind.

Wir haben diesen Monat einen erfahrenen Mitarbeiter nach 30-jähriger Betriebszugehörigkeit in den Ruhestand verabschiedet. Er sei all die Jahre jeden Tag mit Freude zur Arbeit gegangen, bedankte er sich im Rahmen einer Feier. Solche Rückmeldungen erhalten wir von unseren über 300 Mitarbeitern immer wieder. Das macht uns stolz und unsere Produkte so besonders.

Es darf nicht über die viele Arbeit hinwegtäuschen, die es mit sich bringt, eine so ausgezeichnete Qualität dauerhaft zu halten – aber auch das sei gesagt: Die damit verbundenen Herausforderungen anzunehmen, macht uns allen hier einfach auch Spaß.

**Begeisterung und Liebe zum eigenen Tun so mit als einer der Hauptfaktoren für Qualität...**

Unbedingt.

Gleich, ob Sie unseren Schwarzwälder Schinken, die Hüttenwurst oder Bauernbratwurst kosten: das ist „Heimat zum Schmecken“. Da steckt unsere Kulturlandschaft drin, der Schwarzwald und Baden-Württemberg!

Und ja, diese mit Herzblut produzierte Premium-Qualität dürfen die Verbraucher von Schwarzwaldhof auch erwarten. Hinter ihr steht unser gesamtes Team.

Von links: Die Geschäftsbereichsleiter Andreas Göhring und Andreas Pöschel in einer Räucherammer des Schwarzwaldhofes.

**Der Schwarzwaldhof kann über ein Dutzend Zertifizierungen vorweisen.**

**Für die außergewöhnliche Qualität unserer Produkte gab es vielfach Gold-Medaillen – so von der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft.**



**Für Ihre Schwarzwälder Schinken- und Wurstspezialitäten braucht es hochwertige Rohstoffe. Woher beziehen Sie das Fleisch und die sonstigen Zutaten?**

Für sämtliche BIO Baden-Württemberg-Produkte, „Unsere Heimat“-Artikel und unseren Schwarzwälder Schinken unter der Marke „Schwarzwaldhof“ stammt das Fleisch aus

Baden-Württemberg. Unser Schwester-Betrieb EDEKA Südwest Fleisch hat dazu das Gutfleisch-Programm ins Leben gerufen, das Qualität, Transparenz, Regionalität und Tierwohl garantiert. Das Gutfleisch-Programm stellt zusätzliche Anforderungen an die Haltung der Schweine, die alle über dem gesetzlichen Standard liegen.

Und: Sämtliche Landwirte, die daran teilnehmen, sind QS-zertifiziert und müssen sich ständigen Kontrollen unterziehen.



**Unseren Schwarzwälder Schinken lassen wir uns von niemandem streitig machen.**

**Erst seine Verarbeitung nach traditioneller Art und Weise im Schwarzwald macht ihn zum weltweit geschätzten Premium-Produkt.**

Andreas Göhring

Dieser hohe Standard für alles, was wir verarbeiten, ist in unserer Unternehmensphilosophie fest verankert.

Er umfasst weiter sämtliche Zutaten. Eine Sorgfalt, die nicht nur unsere Kunden, sondern ebenso unabhängige Tester schätzen: Der Schwarzwaldhof kann mehr als ein Dutzend Zertifizierungen vorweisen.

Das unabhängige Testzentrum Lebensmittel der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft, kurz DLG, hat uns bereits zum 32. Mal mit dem „Preis für langjährige Produktqualität“ ausgezeichnet.

Das DLG-Siegel erhält ein Unternehmen nur dann, wenn seine Lebensmittel seit mindestens fünf Jahren regelmäßig und erfolgreich getestet wurden. Allein im Jahr 2018 hat die DLG unsere Schwarzwaldhof-Spezialitäten mit fantastischen 23 Goldmedaillen prämiert.

**Herr Göhring, Herr Pöschel – Hand aufs Herz: Wie viel Schwarzwald steckt im Schwarzwaldhof?**

Wie es der Name schon sagt, ungeheuer viel: Ob Rezeptur oder die komplette Herstellung – sämtliche Schwarzwaldhof-Produkte entstehen im Schwarzwald, unsere komplette Wertschöpfung erfolgt in Blumberg.

Wir verarbeiten jährlich mehr als 11.000 Tonnen Fleisch. Überwiegend handelt es sich dabei um Schweinefleisch. Das gibt der Schwarzwald einfach nicht her.



Allein die jährliche Schinken- und Speckproduktion erfordert 5.000 Tonnen Schweinefleisch. Auch diesen Bedarf können die Tierhalter im Schwarzwald nicht decken: Die Landwirtschaft bei uns steht für Rinderhaltung und weniger für Schweinemast.

Andererseits erwartet der Verbraucher aber Fleisch, das aus unserer Kulturlandschaft stammt. Für unsere Bio- und Regionalmarken geben wir deshalb die regionale Herkunftsgarantie.

Beim Schwarzwälder Schinken unter der Marke Schwarzwaldhof garantieren wir „Aufzucht, Mast & Verarbeitung in Baden-Württemberg“, und bei GUT & GÜNSTIG die verlässliche Edeka-Qualität mit QS-Standard zum Discount-Preis.

**Um beim Schwarzwald zu bleiben: Wann stammt Schwarzwälder Schinken aus dem Schwarzwald?**

Immer – er ist ein Produkt unserer Kulturlandschaft. Ein Stück Ur-Schwarzwald, das wir

uns von niemandem streitig machen lassen. Der Schwarzwälder Schinken ist seit 1997 ein „g.g.A. Produkt“, seine Herstellung somit durch die Europäische Union geschützt.

Nicht die Herkunft der Schweinekeulen ist dabei entscheidend: Erst die Verarbeitung des Schinkens nach traditioneller Art und Weise im Schwarzwald macht ihn zum Schwarzwälder Schinken.

Darüber wacht der „Schutzverband Schwarzwälder Schinken e.V.“, zu dessen Initiatoren wir gehören und dessen Gütesiegel unser Schinken trägt. Es ist ein Bekenntnis zum Schwarzwald und zu höchster Qualität.

**Die Details Ihres Rezeptes verraten Sie uns natürlich nicht – aber wie entsteht beim „Schwarzwaldhof“ ein Schwarzwälder Schinken?**

Bei der Herstellung des Schwarzwälder Schinkens entspricht unsere Vorgehensweise durchaus der einer Handwerksmetzgerei, da ist einiges an Handarbeit dabei.

Doch von vorne: Obwohl die Herkunft des Fleisches nicht vorgeschrieben ist, verwenden wir für den Schwarzwälder Schinken unter unserer Marke Schwarzwaldhof ausschließlich Herkunftsfleisch aus Baden-Württemberg.

Wir reiben das Fleisch mit Pökelsalz ein und würzen es mit Knoblauch, Koriander, Pfeffer und Wacholder. Das Pökelsalz entzieht dem Schinken die Feuchtigkeit, was ihn lange haltbar macht. Die entzogene Feuchtigkeit vermischt sich mit dem Salz und den Gewürzen, es bildet sich die Mutterlake.

In ihr verbleibt der Schinken mehrere Wochen – anschließend „brennt“ er weitere Wochen im Reiferaum. Beim „Brennen“ ist kein Feuer im Spiel, vielmehr bekommen das Pökelsalz und



die Gewürze die Zeit, sich ausgewogen im Schinken zu verteilen. In hohen Türmen werden die Schinken bei ca. 25 Grad anschließend über mehrere Tage hinweg kaltgeräuchert. Wir verbrennen dazu heimische Nadelhölzer und verglimmen Sägespäne.

Das Räuchern verleiht dem Schwarzwaldhof-Schinken sein charakteristisches Aroma und die typische kastanienbraune Farbe. Dann wird der Schinken zur Schlussreife in der Schwarzwaldluft gelagert.

Sie sehen: Ganz so einfach ist es mit unserem Schwarzwälder Schinken somit nicht. Unsere hohe Qualität basiert zu allererst auf jahrzehntelanger Erfahrung.

**Beim Schwarzwälder Schinken setzen Sie auf Tradition, mit Ihrem „legalen Shit aus dem Schwarzwald“ haben Sie ein junges Produkt ins Sortiment aufgenommen.**

**Wie reagieren die Kunden auf die Rindfleischprodukte des Schwarzwaldhofes?**

„Der legale Shit aus dem Schwarzwald“ bescherte uns zum Start einen erfreulichen Aha-Effekt, dafür sorgten unser frecher Werbespot und die große Medienresonanz.

Der Canna Beef Stick ist eine Salami-Spezialität mit hohem Proteinanteil und zehn Prozent Hanf. Süchtig kann man danach schon werden..., aber keinesfalls wegen des Hanf-Anteils, der ist in dieser Form echt gesund.

Unser Beef Stick schmeckt einfach gut, so lauten die vielfachen Rückmeldungen unserer Kunden. Beef-Bacon, Rindfleischsalat oder Rinderrohschinken sind weitere Rindfleischprodukte des Schwarzwaldhofes.

Mit Innovationen wie diesen wollen wir dem rückläufigen Verbrauch von Fleisch generell entgegensteuern – ein Trend, der vor allem bei unseren jüngeren Kunden schon länger zu beobachten ist.



Die Präsenz des Schwarzwaldhofes auf der EDEKA-Messe in Karlsruhe.

**Welche zukünftigen Entwicklungen erwarten Sie?**

Ein neuer Mega-Trend zeichnet sich mit den „bequemen Lebensmitteln“ ab, in der Fachsprache Convenience Food. Sie sind ideal für alle, die wenig Zeit zum Essen und Kochen haben – oder für Single- und Senioren-Haushalte.

Unsere Schinkenstreifen und die Schinkenwürfel gehen bereits in diese Richtung: Der Verbraucher öffnet einfach die Verpackung und streut das Schinkenheu über den Salat oder seine Spiegeleier – und muss nicht noch einmal das Brett rausholen und ans Kleinschneiden gehen.

Auch wir werden in dieser Sparte weitere Produkte entwickeln, da die Kunden danach verlangen. Beispielsweise in den Niederlanden kann man gut beobachten, wie sehr die Verbraucher solche Angebote wünschen.

**Biologische Landwirtschaft und Tierwohl wollen bezahlt sein.**

**Landwirte, die auf Bio-Produktion umstellen, benötigen die langfristige Sicherheit, dass ihre Erzeugnisse zu höheren Preisen auch abgenommen werden.**

Andreas Pöschel

**Eine große Zukunft wird seit Jahren den Bio-Produkten vorausgesagt. Aber sind die Verbraucher auch bereit, den arbeitsintensiven Bio-Standard zu bezahlen?**

Biologische Landwirtschaft und Tierwohl wollen in der Tat bezahlt sein – immer mehr Verbraucher sind dazu aber auch bereit.

Den Bewusstseinswandel dokumentiert das zweistellige prozentuale Wachstum unserer Bio-Artikel.

Landwirte, die auf Bio-Produktion umstellen, benötigen diese Sicherheit beim Abverkauf der Produkte, da die Umstellung ihrer Produk-



Mit dem Videoclip „Speckgeschichten“, gedreht in Oberroturach, zeichnet der Schwarzwaldhof die Jahrhunderte alte Tradition der Schinken- sprich Speckerherstellung auf den Schwarzwälder Bauernhöfen nach. Das Reisswellenmachen im Frühjahr gehört ebenso dazu wie das Pökeln, Würzen und Räuchern des Specks im Winter oder das Prüfen seiner Reife im Rauch unterm Dach des Hofes.

tion mit hohen Kosten einher geht. EDEKA Südwest schließt mit den Bauern vor diesem Hintergrund langfristige Verträge ab.

Doch das ist nicht ohne Risiko für uns: Was, wenn es der Wirtschaft gerade mal nicht so gut geht, der Kunde nicht länger nach den Bio-Produkten greift, sondern zu GUT & GÜNSTIG wechselt?

Dennoch sind wir optimistisch: Der Trend zu mehr Bio ist ungebrochen.

Wir bei Schwarzwaldhof haben uns zum Ziel gesetzt, dass der Anteil von Bioprodukten am Gesamtumsatz baldmöglichst die Zehn-Prozent-Marke erreichen sollte.

**Wer Fleischprodukte herstellt oder verzehrt, dem dürfen Tierschutz und Tierwohl nicht gleichgültig sein. Das betrifft uns alle!**

Andreas Pöschel

**Sie haben im Zusammenhang mit den Bio-Produkten das Stichwort „Tierwohl“ aufgegriffen. Wie bewerten Sie den aktuellen Vorstoß der Landespolitik?**

Wir begrüßen diesen Vorschlag! Würde jetzt ein Aufschlag auf Fleischprodukte und Milch erhoben, der zweckgebunden direkt der Landwirtschaft zugute käme, würde das den Tierschutz entscheidend verbessern.

Der Schwarzwaldhof hat hier eine klare Haltung: Wer Fleischprodukte herstellt oder verzehrt, dem dürfen Tierschutz und Tierwohl nicht gleichgültig sein. Das betrifft uns alle!

Wir sind Gründungsmitglied der Initiative Tierwohl. Mit ihr bekennen sich die Verantwortlichen aus Landwirtschaft, Fleischwirtschaft

und Lebensmitteleinzelhandel entlang der Wertschöpfungsketten für Schwein und Geflügel zu ihrer gemeinsamen Verantwortung für Tierhaltung, Tiergesundheit und Tierschutz in der Nutztierhaltung.

Der Deutsche Tierschutzbund hat unser Bemühen um das Tierwohl im Zusammenhang mit unserer Mitwirkung bei der Marke „HOF-GLÜCK“ namentlich in seinem Halbjahresbericht erwähnt.

**Herr Göhring, Herr Pöschel, kommen wir zur Nachhaltigkeit.**

**Ihr Engagement für unsere Kulturlandschaft – den Schwarzwald vor allem – hat Vorbildcharakter. Was treibt das Unternehmen an?**

Der Schwarzwaldhof ist Teil des Schwarzwaldes, das soll sich in unserem Engagement widerspiegeln: Wir fördern die Blumberger Sauschwänzlebahn, das Internationale Reitturnier in Donaueschingen oder unterstützen den Bau von Wander- und Radwegen – etwa des

**Schwarzwälder Genießerpfades in Zusammenarbeit mit dem Schwarzwaldverein.**

Selbst „Morde in der Schinkenkammer“ sind mit uns drin, wenn sie sich wie im Fall des Regionalkrimis „Schwarzwaldrauch“ ausschließlich auf dem Papier abspielen...

Und wir präsentieren uns gemeinsam mit der Stadt Blumberg und der Sauschwänzlebahn auf der CMT in Stuttgart, der weltweit größten Messe für Freizeit und Touristik.

Die Beweggründe sind selbstredend: Der Schwarzwälder Schinken gehört für alle Welt als unverzichtbares kulturelles Element zum Black Forest einfach dazu. Wie Kuckucksuhr, Schwarzwälder Kirschtorte oder Bollenhut. Als Produzent von regionalen Spezialitäten sehen wir uns hier in der Verantwortung.

Zum Vesper gibt es Schinken aus der eigenen Produktion. Dieser Tradition fühlt sich auch der Schwarzwaldhof seit jeher verpflichtet.



**Vor diesem Hintergrund haben Sie auch die Filmdokumentation „Speckgeschichten“ realisiert?**

In der Tat. Die Herstellung des Schwarzwälder Schinkens wurzelt in der Hausschlachtung, die es so heute fast nicht mehr gibt. In Oberroturach halten unsere Hauptdarsteller, die Bärmanns, seit jeher zwei Schweine, die sie im Oktober schlachten lassen und dann teils selbst weiterverarbeiten.

Der Film dokumentiert, wie der Bauer auf einem Schwarzwaldhof seinen Schinken erzeugt, ihn nach überlieferten Rezepten zubereitet und mit Holz aus dem eigenen Wald räuchert. Unser Schwarzwaldhof sieht sich eng in diese Tradition eingebunden, wir stellen unseren Schwarzwälder Schinken letztlich nach den selben Gepflogenheiten her.





Natürlich macht die Menge den Unterschied: Wir produzieren unterstützt durch modernste Prozesstechnik ganzjährig, ansonsten wäre der Bedarf der Verbraucher nicht zu decken.

**Und natürlich müssen Sie ihre Erzeugnisse auch verpacken – welche Alternativen zum Plastik sehen Sie?**

Die Frage nach den Möglichkeiten, nachhaltiges Verpackungsmaterial einzusetzen, beschäftigt uns nicht erst seit der Greta-Bewegung.

EDEKA arbeitet kontinuierlich daran, seinen ökologischen Fußabdruck bei Produkt- und Transportverpackungen der Eigenmarken zu reduzieren – bis hin zu den Mehrwegnetzen für lose Lebensmittel. Doch die Verpackung schützt die Lebensmittel und macht sie länger haltbar, ohne sie geht es auch bei den Erzeugnissen von Schwarzwaldhof nicht!

Und wir bieten noch eine ganz andere Möglichkeit: Fast jeder EDEKA-Markt besitzt eine Bedientheke – so kann der Kunde beispielsweise ein Behältnis seiner Wahl in den Markt mitbringen und seine Fleisch- oder Wurstkäufe auf diesem Weg mit nach Hause nehmen.

Ebenso können die Kunden beim Einkaufen auf Kunststoff- und Papiertüten verzichten – und sie sollten zuguterletzt das Verpackungsmaterial bei seiner Entsorgung bewusst dem Recyclingkreislauf zuführen.

Das möchten wir unterstreichen: Ob Bio-Produkte, Tierwohl, Einsatz für die Kulturlandschaft oder Energiemanagement: Die Verantwortung für die Umwelt und unsere Gesellschaft nehmen alle bei Schwarzwaldhof sehr ernst. Da sprechen wir für das gesamte Team.

**Der Schwarzwaldhof zählt zu den großen, attraktiven Arbeitgebermarken der Region Schwarzwald-Baar.**

**Wie würden Sie einem neuen Mitarbeiter oder Auszubildenden an seinem ersten Arbeitstag vermitteln, was Ihr Unternehmen ausmacht?**

Um an den Beginn unseres Gesprächs anzuknüpfen: Wir verstehen uns als große Familie.

Unser Team gibt jedem neuen Mitarbeiter die Möglichkeit, zu dieser Familie dazuzugehören. Aber diese Familienzugehörigkeit muss man sich erarbeiten, es gibt sie nicht gratis.

Unsere Willkommenskultur ist sehr herzlich. Das gilt ohne jede Einschränkung ebenso für Arbeitskräfte die wir aus Osteuropa anwerben, da der Arbeitsmarkt leergefegt ist.

In diesen Fällen holen wir bevorzugt die komplette Familie nach Deutschland, um sie zu integrieren.

Das ist uns in gleich mehreren Fällen geglückt.

**Wie profilieren Sie sich als Arbeitgebermarke, wie schaut das Employer Branding aus?**

Zum familiären Miteinander im Unternehmen gehört wie selbstverständlich dazu, die Arbeitsbedingungen, wo eben möglich, an die private familiäre Situation oder an die jeweilige Lebensphase anzupassen.

Weil wir hier hervorragende Lösungen anbieten, wurde uns das bei Arbeitgebern und Arbeitnehmern gleichermaßen geschätzte Zertifikat „berufundfamilie“ verliehen, das dieses Bemühen honoriert.

Einen hohen Stellenwert besitzt unser betriebliches Gesundheitsmanagement. Der Schwarzwaldhof wurde als erstes Unternehmen in der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg und drittes Unternehmen in Baden-Württemberg von der AOK als „Gesundes Unternehmen“ zertifiziert. Ein toller Erfolg!

Er zeigt wie das Zertifikat „berufundfamilie“ auf: Unser Unternehmen ist auch deshalb ein attraktiver Arbeitgeber, weil bei uns die mit diesen Auszeichnungen verbundenen Werte tatsächlich gelebt werden.

Und auch das sei an dieser Stelle angemerkt: Wir schätzen Eigeninitiative – qualifizierte und motivierte Bewerber haben bei uns immer eine Chance, eine Bewerbung kann sich somit lohnen!

**Herr Pöschel, zum Schluss müssen Sie uns noch Ihr liebstes Stück vom Schwarzwaldhof verraten...**

Schinkenstreifen sprich Schinkenheu – übers Spiegelei, auf den Salat oder das Frischkäsebrot gestreut.

Ich sage Ihnen, da geht einem das Herz auf...

**Herr Göhring, mal nicht das Marketing, sondern die Produktion hat das letzte Wort – und Ihr liebstes Stück vom Schwarzwaldhof?**

Ich freue mich, wenn in unserer Kantine zum Frühstück ein Wurstsalat auf dem Buffet steht.

Schön garniert mit bunter Paprika – da lacht dann mein Herz :-)

**Herr Pöschel, Herr Göhring, herzlichen Dank für das Gespräch.**



# Würzige Bacon-Nüsse



## SIE BRAUCHEN:

300g Schwarzwälder Schinken  
ca. 500 – 600g gemischte Nüsse  
(Mandelkerne, Haselnüsse, Paranussamen, Macadamia-Kerne und Cashew-Kerne)  
2 TL Butter, gemahlener Kreuzkümmel, Cayennepfeffer,  
gemahlener Zimt, 1 große Prise, Muskatnuss, Salz

Den Schwarzwälder Schinken fein schneiden und herzhaft anbraten. Das Fett aus der Pfanne aufheben!

Die Nüsse in einer Pfanne ohne Fett goldgelb rösten, das Fett des Schinkens und die Butter dazu geben, alles vermengen und erhitzen, bis die Nüsse dunkler werden.

Nun die Nussmischung nach Belieben würzen. Anschließend einige Tropfen Wasser sowie den Schinken zugeben und alles vermengen.

Abschließend die Nussmischung auf ein Backblech legen und für ca. 7 - 10 Minuten bei 160°C in den Backofen schieben.

Abkühlen lassen und luftdicht aufbewahren.

## UNSERE PRODUKTEMPFEHLUNG:



Öl in einer tiefen Pfanne erhitzen. Die Schinkenscheiben knusprig anbraten und zur Seite stellen. Jetzt die Speckwürfel anbraten, die Zwiebelwürfel hinzufügen und glasig dünsten.

Sauerkraut, zerdrückte Wacholderbeeren und Lorbeerblätter dazugeben und so lange schmoren, bis das Kraut sich zu bräunen beginnt.

Jetzt die Fleischbrühe zugeben und zugedeckt nochmal 20 Minuten garen.

Butter in einer großen Pfanne erhitzen. Schupfnudeln darin goldbraun braten, das Sauerkraut dazugeben und mit dem beiseite gestellten gebratenen Schinkenspeck anrichten.

## UNSERE PRODUKTEMPFEHLUNG:



# Schupfnudeln mit Sauerkraut & Speck

Für ca. 3 - 4 Portionen

## SIE BRAUCHEN:

ca. 500g Schupfnudeln  
100g Schinkenwürfel, 150g Schwarzwälder Schinken Scheiben  
850 ml Sauerkraut (2 Dosen), 2 Lorbeerblätter, 4-6 Wacholderbeeren,  
400ml Fleischbrühe, 1 Zwiebel, etwas Butter zum Anbraten, 1-2 EL Öl





1970 - 2020 | 50 Jahre Werk Blumberg

# Schwarzwaldhof – Zukunft, die auf Tradition gründet



Die Zeichen stehen auf Wachstum – der Schwarzwaldhof in Blumberg samt Belegschaft.

**Der Schwarzwaldhof ist mit seinen vielfach prämierten Schinken- und Wurstspezialitäten in mehr als 1.100 EDEKA-Filialen in ganz Südwestdeutschland präsent. Als Tochter von EDEKA Südwest gilt die in Blumberg angesiedelte Manufaktur seit nunmehr 50 Jahren als Garant für die traditionelle Herstellung des Schwarzwälder Schinkens.**

**Von der Lutz Fleischwarenfabrik 1970 in Betrieb genommen, gehört der Schwarzwaldhof seit 2007 zu EDEKA Südwest. Mit Investitionen in Höhe von mehr als 20 Mio. Euro sichert sich das Unternehmen aktuell seinen Standort Blumberg, startet in eine vielversprechende Zukunft, die auf der Tradition der Heimat Schwarzwald gründet.**

Der Kauf der Blumberger Metzgerei Faller am 1. Januar 1965 in der Tevestrasse 33 durch die Lutz Fleischwaren KG markiert den Auftakt zu einer Standortinitiative mit Seltenheitswert.

Nur vier Jahre nach dem Erwerb der Traditionsmetzgerei realisiert Lutz in der Stadt zwischen Buch- und Eichberg ab 1969 eine Fleisch- und Wurstwarenmanufaktur: Der 2,5 Mio. DM teure Neubau am südlichen Stadtrand von Blumberg umfasst 1.400 Quadratmeter – samt 15 Meter hohem Rauchturm, Schlachthaus, Verwaltungsgebäude und Verkaufsladen. 1970 startet die Fertigung.

Das neue Werk floriert. So reiht sich im Gewerbegebiet Vogelherd unter Regie von Karl-Heinz Blum ein Bauabschnitt an den anderen. In seiner vier Jahrzehnte währenden Ära als Verantwortlicher vergrößerte sich die Produktionsfläche vor dem Hintergrund permanenter Umsatzsteigerungen um das Zwölfwache – von 1.400 auf 17.000 Quadratmeter.

Am Ende der 1980er-Jahre vermeldet das Blumberger Werk mit einer Wochenproduktion von 10.015 Schinken einen neuen Fertigungsrekord. Und es steigt mit 82 Mio. DM Jahresumsatz zum größten Betrieb der Lutz Fleischwaren KG auf. Doch dieser Erfolg schützt nicht vor gesamtwirtschaftlichen Schwankungen: Bedingt durch die

Insolvenz der Südfleisch GmbH, zu der Lutz mittlerweile gehört, übernimmt 2006 der Vion-Konzern die Firmengruppe.

## Der Glücksfall „EDEKA Südwest“

Nur ein Jahr nach der Vion-Übernahme erwirbt 2007 EDEKA Südwest die Lutz Fleischwaren AG – inklusive ihrer 1.224 Mitarbeiter und der Blumberger Manufaktur. Zu Lutz gehören mittlerweile 116 Filialen, die in Form von Fleischtheken hauptsächlich in EDEKA-Märkten betrieben werden.

Maßgeblich eingefädelt hatte diesen „Glücksfall EDEKA“ der damalige Direktor Karl-Heinz Blum. Fünf Jahre lang leistete er im Anschluss an die Übernahme wertvolle Aufbauarbeit. Blum stellte die Weichen für den erfolgreichen Start des Werkes unter seinem neuen Namen „Schwarzwaldhof“.

Nach einer vier Jahrzehnte währenden Ära, wechselt Karl-Heinz Blum 2012 in den Ruhestand. Seine Nachfolge treten die Geschäftsbereichsleiter Andreas Göhring und Andreas Pöschel an.

## Ein weiteres Erfolgskapitel

Das Umsatzwachstum bei Schwarzwaldhof gestaltet sich überaus positiv und ist die Grundlage für einen in zwei große Bauabschnitte gegliederten Masterplan, den die Bereichsleiter Andreas Göhring und Andreas Pöschel seit 2015 realisieren.

Er bedeutet ein klares Bekenntnis zum Standort Blumberg: Die konzipierten Investitionen von über 20 Mio. Euro sind die bislang größten in der Geschichte des Werkes und besitzen sowohl fertigungstechnisch als auch umweltpolitisch einen hohen Stellenwert.

Im Januar 2016 geht ein 3.400 Quadratmeter großer Anbau mit Warenannahme, Kühl- und Tiefkühl lagern sowie Prozess- und Trocknungsanlagen in Betrieb. Eine in diesem Zusammenhang gleichfalls realisierte neue Ablufttechnik setzt klare umweltpolitische Zeichen: Sie reinigt die stündlich anfallenden 16.000 Kubikmeter Rauch dank modernster Filtertechnik effizient und nachhaltig. Dass die Rauchgasreinigung wirtschaftliche und ökologische Vorzüge zugleich vereint, unterstreicht ebenso der auf fünf Prozent reduzierte CO<sub>2</sub>-Ausstoß.



Im Jahr 2020 hat der Schwarzwaldhof bei einem Aufwand von 11 Mio. Euro die Realisierung von weiteren 4.000 Quadratmetern Produktionsfläche in Angriff genommen: So ein acht Meter hohes Versandlager, neue Räucher- und Reifeanlagen, Kapazitäten für neue Verpackungslinien – aber auch zusätzliche Sozialräume für rund 100 Mitarbeiter.

Damit sind die Investitionen in die Zukunft jedoch längst nicht abgeschlossen: Zehn Mio. Euro erfordert der Bau der neuen Energiezentrale samt Blockheizkraftwerk, die 2022 in Betrieb gehen soll.

Das geplante Blockheizkraftwerk hat eine Leistung von einem Megawatt und versorgt ebenso den neuen Dampfkessel mit Wärme.

Zur künftigen Energiezentrale gehört eine zentrale Kälteanlage mit vier Megawatt Kälteleistung. Sie wird mit dem klimaneutralen Kältemittel Ammoniak betrieben. Und weiter steht in den kommenden zwei Jahren eine umfassende energetische Sanierung an.



## **Stolze Bilanz: Jahresumsatz von bald 73 Mio. €**

Nach Umsetzung des Masterplanes sind seit 1970 in 25 Bauabschnitten über 26.000 Quadratmeter an Flächen geschaffen worden. Das Invest erfolgte vor dem Hintergrund eines permanenten Wachstums: Im Jahr 2020 beläuft sich der Jahresumsatz der EDEKA Südwest-Tochter Schwarzwaldhof auf bald 73 Mio. Euro und hat sich damit im Vergleich zu den 1980er-Jahren nahezu verdoppelt.

Die positive Entwicklung widerspiegelt sich auch in der Zahl der Arbeitsplätze: über 300 Mitarbeiter werden beschäftigt.

„Unseren in fünf Jahrzehnten hart erarbeiteten Team-Erfolg gilt es über kontinuierliche Innovationen und Investitionen abzusichern und weiter auszubauen“, unterstreichen die beiden Bereichsleiter Andreas Göhring und Andreas Pöschel.

Wie wegweisend dieser Schritt ist, zeigt ein Blick auf den deutschlandweiten EDEKA-Verbund der Gegenwart: 3.700 selbstständige Kaufleute betreiben im Jahr 2020 mehr als 11.308 Märkte, in denen über 375.000 Mitarbeiter beschäftigt sind.

Sie erwirtschaften einen Umsatz von ca. 53 Milliarden Euro – auch dank der Schwarzwälder Spezialitäten aus Blumberg.

**Der Schwarzwaldhof ist ein stolzer Teil von EDEKA Südwest.**



**Mein liebstes Produkt? Ich mag alles hier! Wir verarbeiten bestes Fleisch und erstklassige Zutaten. Alles ist absolut frisch und das gibt mir als Produktionsleiter bei der Arbeit jeden Tag ein rundum gutes Gefühl.**

**Thomas Hoch** (Produktionsleiter)  
Der gelernte Fleischer arbeitet seit 30 Jahren beim Schwarzwaldhof.

## Wir sind Schwarzwaldhof - Ihre Manufaktur mit Herz

“

Die Jüngste im Team bringt es auf den Punkt: „Wir sind Schwarzwaldhof“, strahlt Azubi Lucia Ketterer. Die angehende Food Managerin absolviert das erste Jahr ihres Dualen Studiums – in der Blumberger Fleisch- und Wurstwarenfabrik fühlte sie sich von Anfang an rundum wohl.

Produktionsleiter Thomas Hoch lächelt anerkennend. Er freut sich: „Das ist ein supergeiles Gefühl, bei der Tochter von EDEKA Südwest einer von mehr als 300 Mitarbeitern zu sein. Die Harmonie hier ist besonders!“

Thomas Hoch arbeitet seit mehr als 30 Jahren beim Schwarzwaldhof, die vielfachen Herausforderungen seines Jobs begeistern ihn wie am ersten Tag.

Die stolze Jahresproduktion von annähernd 12.000 Tonnen hochwertiger Lebensmittel ist für ihn nur dank der gigantischen Leistung des gesamten Teams möglich.

Und diesen Einsatz honoriert der Arbeitgeber: „Die Arbeitsplätze sind sicher, der Schwarzwaldhof bietet seinen Mitarbeitern eine sorgenfreie Zukunft!“, unterstreicht der Produktionsleiter.

Der Schwarzwaldhof ist sehr fürsorglich unterwegs: Es gibt Urlaubs- und Weihnachtsgeld und ebenso eine stattliche Reihe an Sozialleistungen.

Sie reichen von der betrieblichen Altersvorsorge über die hochgelobte Kantine bis hin zum preisgekrönten Gesundheitsmanagement mit seinem tollen Angebot an Gesundheitstagen, Yogakursen, Bewegungsangeboten und Raucherentwöhnung. Thomas Hoch führt weiter die flexiblen Arbeitszeiten an, die auf familiäre sprich individuelle Bedürfnisse eingehen.

Bestes Employer Branding somit – inklusive Zuschuss zum Kantinenessen und kostenloser Pausenäpfel.

Und dennoch gestaltet sich die Suche nach Facharbeitern schwierig, z. B. einen Metzgergesellen zu finden, bleibt eine echte Herausforderung, so Thomas Hoch.

### Handarbeit weiterhin gefragt

Abteilungsleiter Andreas Senn ist der Dritte in unserer Gesprächsrunde und zeichnet für die Herstellung der Pökelware verantwortlich. Auch

er hängt mit viel Herzblut am Schwarzwaldhof, arbeitet hier seit 33 Jahren. Sein liebstes Stück ist der Schwarzwälder Schinken, dessen Herstellung entsprechendes Fachwissen und Fingerspitzengefühl verlangt.

„Bis heute gelingt es keiner Maschine, dem Schwarzwälder Schinken die perfekte Würze mitzugeben“, freut er sich.

Dazu braucht es weiterhin Handarbeit: das Gespür für die richtige Gewürzmenge – das Know-how einer Manufaktur eben.

Der Fleischermeister hebt das schöne Gefühl hervor, für EDEKA-Qualitätsprodukte wie Bio oder Hofglück verantwortlich zu sein. Der gute Qualitätsstand der Schwarzwaldhof-Produkte zeige sich überall im Unternehmen – bis hin zur Sauberkeit in seinem Umfeld.

Andreas Senn schätzt es besonders, dass in Blumberg die Leistung des einzelnen Mitarbeiters entsprechend anerkannt wird. Und dass man ebenso seine Ideen zur Optimierung der Produktion einbringen kann.

Er ist überzeugt davon, dass die hohe Wertschätzung, die die Schwarzwaldhof-Produkte in den EDEKA-Märkten genießen, auch zukünftig erhalten bleibt, da die mit ihrer Herstellung verbundene Leidenschaft und Qualität einzigartig seien.

“

**Unser Team ist wie eine Familie. Jeder kann sich einbringen und erfährt Wertschätzung – die Sozialleistungen sind vorbildlich. Meinen Beruf als Abteilungsleiter übe ich mit viel Herzblut aus, auf unsere Traditionsprodukte bin ich sehr stolz.**

**Andreas Senn** (Abteilungsleiter Pökelware)  
Der 57-Jährige ist gelernter Fleischer und arbeitet seit 33 Jahren beim Schwarzwaldhof.



**Ich will wissen, was ich esse!**

**Das Tierwohl ist mir wichtig, das Fleisch muss aus der Region stammen und seine Qualität stimmen – beim Schwarzwaldhof ist all das garantiert!**

**Deshalb habe ich mich zu einer Ausbildung bei der EDEKA-Tochter entschlossen.**

**Lucia Ketterer** (Auszubildende)  
Die 19-Jährige absolviert ein Duales Studium zur Food Managerin.



## “ **Beste Produktqualität – faszinierende Aufgaben**

Lucia Ketterer sieht das ebenso. Ihr geht es ganz privat wie den meisten Verbrauchern: Sie will wissen, wie und wo die Lebensmittel produziert werden, die sie isst und greift deshalb am liebsten zu regionalen Produkten.

Die Liebe zu regionalen Lebensmitteln wird ihr in die Wiege gelegt: Die Mutter betreibt im früheren Kuhstall des 1999 stillgelegten Bauernhofes der Familie einen Hofladen.

Mit Bio-Produkten wächst die 19-jährige Abiturientin somit auf und bringt für ihre Ausbildung zur Food Managerin optimale Voraussetzungen mit. Diese erfolgt im dreimonatigen Wechsel beim Schwarzwaldhof und an der Hochschule Heilbronn.

Für Lucia Ketterer ist das die ideale Verbindung von Praxis und Theorie. Im Schwarzwaldhof begeistert sie, dass das Tierwohl eine gewichtige Rolle spielt und nur bestes Fleisch verarbeitet wird. Sie faszinieren die komplexen Abläufe der

Lebensmittelproduktion, wie alles minutiös ineinandergreift. Lucia Ketterer wird im Übrigen schon bald Lebensmittel nicht „nur“ herstellen und deren Qualität kontrollieren, sondern ebenso erfinden. Derzeit begleitet sie die Entstehung einer Neuheit: von Landjägern aus Rindfleisch.

„Unser Schwarzwaldhof ist eine Manufaktur mit viel Herz“, sind sich die zwei erfahrenen Mitarbeiter Thomas Hoch und Andreas Senn sowie die 19-jährige Berufsanfängerin am Schluss des Gesprächs einig. Und gehen mit sichtbarer Freude zurück an ihre Arbeit.

# Nachhaltig unterwegs

## – Schwarzwaldhof übernimmt vielfach Verantwortung



Schüler bauen Insektenhotel – Stadt Blumberg und Sauschwänzlebahn präsentieren sich und die Region zusammen mit Schwarzwaldhof auf der CMT – Ein Bollenhut-Kreisel für Blumberg – Der Schwarzwaldhof sponsert das Gespannfahren beim CHI Donaueschingen – Mitarbeiter pflanzen Streuobstwiese – Sport für Jedermann: Schwarzwälder Schinkenlauf



INSEKTENHOTEL

Nachhaltigkeit kennt viele Facetten – beim Schwarzwaldhof ruht sie auf den Säulen Mitarbeiter, Umwelt, Energie und gesellschaftliches Engagement.

Die Bereichsleiter Andreas Göhring und Andreas Pöschel: „Wer wie wir traditionsstarke Produkte aus der Region für die Region herstellt, praktiziert aus vollster Überzeugung heraus Wirtschaft mit Verantwortung“.

Der große Themenkreis der Nachhaltigkeit ist bei Schwarzwaldhof eng mit tierethischen Grundregeln verzahnt, dem Respekt gegenüber Lebewesen.

Ebenso mit umweltpolitischen Aspekten wie Energieverbrauch oder CO<sub>2</sub>-Fußabdruck. Die umweltfreundliche Ablufttechnik, eine zukunftsweisende Energiezentrale mit Blockheizkraftwerk oder neue Ansätze bei der Kühlung und Pro-



SCHINKENLAUF

duktverpackung sind die großen Initiativen in Sachen Umwelt.

Wie ernst es dem EDEKA-Unternehmen mit seinen vier Säulen der Nachhaltigkeit ist, dokumentieren auch viele „kleine“ Initiativen: Gemeinsam haben die Mitarbeiter unmittelbar neben ihrem Werk Obstbäume gepflanzt und so eine Streuobstwiese geschaffen.

Realschüler bauen auf Initiative des Schwarzwaldhofes unter fachkundiger Anleitung Insektenhotels. Und der Schwarzwaldverein wird in seinem Bemühen um die Pflege



BOLLENHUT-KREISEL



SAUSCHWÄNZLEBAHN

der Landschaft sowie Bereitstellung von Wanderwegen unterstützt: Ob Schinkenlehrpfad, Sauschwänzleweg, Radwanderweg, Stegneubau in der Wutachschlucht oder Sicherung des Lotenbachkamms nach Unwetter: Der Blumberger Schinken- und Fleischwarenspezialist leistet einen erheblichen Beitrag.



CHI-GESPANNFAHREN

Eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, schließt mit ein, sich ebenso den Bedürfnissen ihrer Bewohner zu öffnen: „Wir bei Schwarzwaldhof wollen nicht nur einen Beitrag zur Pflege der Kulturlandschaft des Schwarzwaldes leisten, sondern sie zugleich mit Leben füllen“, verweisen Andreas Göhring und Andreas Pöschel auf eine weitere Kernthese des



SCHINKENLEHRPFAD

Nachhaltigkeitskonzeptes – die gesellschaftliche Verantwortung.

Ob als Sponsor bei regionalen Sportevents oder kulturellen Veranstaltungen: Das Logo des Schwarzwaldhofes gibt bei vielerlei Anlässen den Hinweis darauf, dass sich hier auch die EDEKA-Tochter im Dienst der Allgemeinheit engagiert.

Sie unterstützt den Betrieb der Blumberger Sauschwänzlebahn, das CHI-Reitturnier in Donaueschingen, ermöglicht den Schwarzwälder Schinkenlauf oder das Fest der Pferde auf den Immenhöfen.

Weiter sponsert das Unternehmen die Herausgabe von Büchern zur Region, so das Jahrbuch „Almanach“ des Schwarzwald-Baar-Kreises oder von wertvoll aufgemachten Bildbänden.

„Aus der Region für die Region“ – für den Schwarzwaldhof ist der Schwarzwald eine Herzenssache.



# DER SCHWARZWALDHOF IN ZAHLEN

## HOLZBEDARF ZUM RÄUCHERN

Für die Räucherung des  
Schwarzwälder Schinkens  
benötigen wir jährlich

**600 Kubikmeter**  
an Tannen und Fichtenreißig.

## WIR PRODUZIEREN JÄHRLICH u.a.:

3.800 t Schwarzwälder Schinken  
und andere Rohschinken  
4.400 t Rohschinkenwürfel  
10,1 Mio. Landjäger

Unser Unternehmen wurde  
**1970**  
durch die Lutz Fleischwaren KG  
in Blumberg in Betrieb genommen.  
Im Jahr 2007 erfolgte die  
Übernahme durch  
EDEKA Südwest.

## GESAMTPRODUKTION AN WURST- UND FLEISCHWAREN:

**11.600** Tonnen im Jahr  
**223** Tonnen in der Woche

## UNSER UMSATZ beläuft sich auf bald

**73 Mio Euro.**  
Bezogen auf die letzten sieben  
Jahre ergibt sich eine Steigerung  
von mehr als 24 Prozent.

WIR BESCHÄFTIGEN:  
über  
**300 Mitarbeiter**  
und wir bilden aus!

UNSERE PRODUKTE FINDEN SIE IN ganz Südwestdeutschland in **1.100**  
EDEKA-Filialen in ganz Südwestdeutschland sowie eine Auswahl der Artikel ebenso national in  
allen anderen EDEKA-Regionen.

WIR SIND ZERTIFIZIERT NACH:  
IFS seit 2004 (Higher level), QS, BIO, Bio Baden-Württemberg, Regionalfenster, g.g.A., QZBW,  
berufundfamilie, Gesundes Unternehmen, SWA, Energiemanagement DIN ISO 50001



Kommen Sie doch mal  
**VORBEI!**

**Werksverkauf Öffnungszeiten**

Montag bis Freitag: 08:00 – 18:30 Uhr  
Samstag: 08:00 – 13:00 Uhr  
Telefon: 07702 531-172

Wir freuen uns auf Sie!

Schwarzwaldhof Fleisch und Wurstwaren GmbH  
Waldshuter Str. 37 · 78176 Blumberg



# *So schmeckt der Schwarzwald*



## **Schwarzwaldhof – Qualität durch regionale Produkte**

*Die Schwarzwälder Schinken- und Wurstspezialitäten von Schwarzwaldhof sind immer ein Genuss. Ob auf einer Scheibe Brot, als raffinierte Vorspeise oder einfach pur direkt aus dem Kühlschrank – unsere Produkte sind unvergleichlich lecker.*

*Denn wir von Schwarzwaldhof wissen, was unsere Spezialitäten so einzigartig macht: Zeit, Geduld, beste Zutaten und die Erfahrung unserer Mitarbeiter.*

*Besonders wichtig ist uns dabei unsere bewährte Qualität. Aus diesem Grund verarbeiten wir nur ausgewähltes Fleisch mit meisterlicher Fachkenntnis nach sorgsam gehüteten Rezepten und unter strengsten Kontrollen.*

*Dadurch werden alle unsere Schwarzwaldhof- Spezialitäten zum Genuss!*







[www.schwarzwaldhof.de](http://www.schwarzwaldhof.de)