

## Pressemitteilung

**„Ich habe eine Salami-Landkarte von Europa in meinem Kopf“**

# Know-how für Pizza-Toppings aus einer Hand

Pizza zählt heute zu einem der beliebtesten Fertiggerichte in Deutschland. Laut dti-Statistik verzehrte jeder Bundesbürger im vergangenen Jahr im Durchschnitt 12 Tiefkühl-Pizzen. In der mit den Jahren gestiegenen Auswahl an Belagsorten und Teigarten ist hierzulande bis heute die Salami-Pizza nach wie vor die mit Abstand beliebteste, während im Ausland eher pikantere Varianten mit Peperoni die Nase vorn haben. Bei der Rohwurstproduktion gehört heute der Einsatz von Starterkulturen in der Fleischwarenindustrie zum Standard. Als Spezialist und Zulieferer für Starterkulturen zur Herstellung von Fleisch, Salami und Peperoni für Pizza-Toppings hat sich Meat Cracks in Deutschland wie überregional einen guten Namen gemacht. Inzwischen greifen nahezu alle großen nationalen Pizza-Hersteller direkt oder indirekt auf Fleisch-Toppings zurück, in denen Know-how aus Steinfeld-Mühlen steckt.

Einer, der sich wie kaum ein Zweiter mit dieser Materie auskennt, ist Gregor Scheffer (55). Seit 2001 stellt der Meat Cracks Geschäftsführer neben der Entwicklung, der Produktion und dem Vertrieb von funktionellen Additiven und Gewürzmischungen auch Starter- und Schutzkulturen für die Lebensmittel-, insbesondere die Fleisch- und Wurstwarenindustrie her. Aus seiner rund 30 jährigen Berufserfahrung weiß Scheffer genau, worauf es bei der Herstellung von Rohwurst im Allgemeinen bzw. von Salami und Peperoni für Pizza-Toppings im Besonderen ankommt: Die präzise Zusammenstellung qualitativ guter Rohzutaten, einer schmackhaften Fleischrezeptur mit passend darauf abgestimmten Gewürzen und vor allem der Zugabe der exakt bemessenen Menge an Starterkulturen.

„Bei der Herstellung von Rohwurst für Pizza-Toppings kann man sehr viel falsch machen“, ist sich Scheffer sicher und erinnert sich schmunzelnd an so manche weiß angelaufene Salami aus der Produktion von verzweifelten Pizza-Zulieferern, denen Scheffer dann stets gerne und zielsicher mit Rat und Tat zur Seite steht. „Gewiss“, sagt er. „Eine Rohwurst kann theoretisch auch ohne Starterkulturen hergestellt werden, aber wer produktionstechnisch auf der sicheren Seite sein und Fehlprodukte vermeiden will, kommt heute um den Einsatz von Starterkulturen nicht herum“, so der Meat-Cracks-Geschäftsführer. Der Grund hierfür ist, dass die lebenden Mikroorganismen bei der Herstellung von Rohwurst für einen sehr kontrollierten und planbaren Produktionsablauf sorgen. Die Starterkulturen (z.B. Lactobacillen und Pediococcen) bauen im Herstellungsprozess von Rohwurst die zugegebenen Kohlenhydrate und Zuckerstoffe (meist in Form von Gewürzen) zu Milchsäure um und führen so zu einer deutlichen pH-Wert-Senkung im Brät, in der Regel von 5,8 auf 4,8. Durch diese sogenannte Säurefällung wird das Wachstum von unerwünschten Fäulnisbakterien gehemmt und die

Rohwurst stabilisiert. Vor allem wird die Fermentation ausgelöst, in der die Proteine aus dem Rohfleisch denaturiert werden (Gelbildung). Durch diese Gelbildung sowie durch die pH-Wert-Absenkung findet außerdem ein Wasserverlust statt. Diese sogenannte Abtrocknung bewirkt eine Verfestigung von Fett und Muskelproteinen, wodurch sich die Schnittfestigkeit des Produkts einstellt. Außerdem ist die Abtrocknung ein weiterer wichtiger Schritt zur Haltbarmachung der Rohwurst ohne Kühlung. Die Mikroflora, die während der Reifung spontan heranwächst, sorgt für die erwünschten Veränderungen des Bräts in Konsistenz, Aussehen, Geschmack und Haltbarkeit.

Meat Cracks zeichnet aus, dass das Unternehmen vom Mikroorganismus bis hin zur fertigen Wurst die gesamte Prozesslinie und Wertschöpfungskette beeinflussen kann. So erhalten Meat Cracks-Kunden ein Gesamtpaket bestehend aus den passenden Starterkulturen mit den jeweiligen Spezifikationen - gefriergetrocknet und abgepackt in Beuteln - einer Fleischrezeptur, einer Würzmischung sowie einer Anleitungsempfehlung, die den Kunden eine exakt aufgeschlüsselte technische Anweisung zur korrekten Herstellung mit an die Hand gibt, um das optimale Ergebnis zu erzielen.

### **Systematisches Vorgehen für das optimale Produkt**

Scheffer geht sehr planvoll vor, wenn ein Kunde nach seiner Leistung verlangt. Gehe es zum Beispiel darum, eine Chorizo für den tschechischen Markt zu entwickeln, so verschaffe er sich zunächst vor Ort einen detaillierten Überblick vom hiesigen Markt, versucht, die landestypischen Geschmäcker zu ermitteln, kategorisiert seine Ergebnisse und entwickelt aus der Aufgabenstellung heraus präzise Fragen für sein weiteres Vorgehen: Wie soll die Chorizo letztlich schmecken, damit sie auf dem tschechischen Markt erfolgreich ist?

„Aufgrund meiner langjährigen Erfahrung habe ich eine Salami-Landkarte von Europa in meinem Kopf. Wer mir zur Blindverkostung eine Probe auf den Tisch legt, dem kann ich sofort sagen, aus welchem Land sie kommt“, sagt Scheffer. Er habe jedoch sehr lange dafür gebraucht, sich diesen Erfahrungsschatz zuzulegen. „Dafür muss man leben und über Jahre die Bereitschaft aufbringen wollen, sich explizit mit dieser Materie auseinandersetzen“, sagt er.

Anschließend gelte es, dem Auftrag des Kunden gemäß eine exakt auf das Gramm genaue Fleischrezeptur mit genauer Produktionsanleitung zu entwickeln. Nicht zuletzt müsse auch im Gespräch mit den Kunden die technische Ausstattung erfragt werden, um die Prozesse an die jeweiligen Produktionsverhältnisse anzupassen. Schließlich kommen auch die Starterkulturen ins Spiel: Scheffer experimentiert hierfür im komplett und modern ausgestatteten Technikum in Steinfeld-Mühlen, welche Stämme sich für das zu erstellende Produkt am besten eignen, um es geschmacklich und produktionstechnisch in die gewünschte Richtung zu lenken. Schließlich werden die Produkte in sogenannten Verkostungspanels getestet, bevor sie dem Kunden zur Abnahme vorgelegt werden. Über selektierte und geschulte Testpersonen werden so die sensorischen Ergebnisse gezielt auf übereinstimmende Geschmackstreffer überprüft und mit der Maßgabe ermittelt, dass das Topping später auf der Pizza beim Konsumenten einen Wiedererkennungswert auslöst.

**Für weitere Informationen:**

Frau Petra Grünecker, Marketing, Tel. +49 5492 55700-137, E-Mail: [petra.gruenecker@meatcracks.de](mailto:petra.gruenecker@meatcracks.de)



Foto: Meat Cracks Technologie GmbH/Adobe Stock