Ulms *flüssiges* Gold

INFO

40. Jahrgang, **Ausgabe 139 – 03/21**

Modernisierung statt Stillstand

Im März 2021 ist in der Brauerei Gold Ochsen eine neue Fass-Abfüllanlage in Betrieb gegangen, mit der das Ulmer Traditionsunternehmen die Weichen für die Zukunft stellt. Die Anlage, die als eine der modernsten ihrer Art in Süddeutschland gilt, ermöglicht nun auch die Abfüllung von Bier in sogenannte Schlank-Kegs. Gestartet wurde das Multitalent, das dem neuesten Stand der Technik entspricht, von Geschäftsführerin Ulrike Freund höchstpersönlich.

Statt der bisherigen 30- und 50-Liter-Fässer können ab sofort erstmals Gebinde mit 10, 15 und 20 Liter Fassungsvermögen befüllt werden. Somit eröffnen sich ganz neue Spielräume in der Kundenbelieferung. Gastronomie-Partner können künftig auch kleinere Einheiten an Fassbier anfordern. Die neue Anlage mit einer Leistung von 300 Einheiten pro Stunde spielt ihre Stärken jedoch nicht nur beim Bier aus, sondern ebenso bei den alkoholfreien Erfrischungsgetränken, die unter dem Dach der Brauerei Gold Ochsen produziert werden. Wo bisher zwei Abfülllinien für Bier und Softgetränke zum Einsatz kamen, übernimmt jetzt ein System, das sich in kürzester Zeit für den jeweiligen Zweck umrüsten lässt. Auf diese Weise wird zum einen dem Aspekt der Nachhaltigkeit gezielt Rechnung getragen, aber auch die Prozessoptimierung in der Produktion weiter vorangetrieben.

Moderne Prozesse sichern Nachhaltigkeit

Wie hoch das Potenzial der neuen Anlage im Rahmen der brauereiinternen Abläufe ist, wird sich in den kommenden Wochen zeigen. Die Vorteile im Hinblick auf Raumeinsparung und kürzere Wege sowie weniger Aufwand bei Wartung und Service durch Konzentration auf nur noch eine Anlage sind bereits jetzt offensichtlich. Zudem wird sich der Umbau nicht zuletzt positiv auf die Betriebskosten niederschlagen.

Vom Plan zur Realität inmitten der Pandemie

Geplant wurde das Projekt, das mit einer Investition von 3,9 Millionen Euro einhergeht, bereits im Jahr 2019. Im Februar 2020 erfolgte noch kurz vor Ausbruch der Pandemie die Ausschreibung, die durch den ersten Lockdown zunächst ins Stocken geriet. Im Juni wurden dann Nägel mit Köpfen gemacht und der Umbau begann.

Technik auf Höhe der Zeit

Den Zuschlag für die Umsetzung erhielten zwei Unternehmen aus der Region. Die Technologie für die Reinigungs- und Füllstationen kommt von der Albert Frey AG aus Wald im Allgäu, ihres Zeichens Spezialist für Anlagenbau und eine bekannte Größe im Brauereiumfeld. Mit den hochmodernen Funktionen im Rahmen der Qualitätssicherung, auf die auch viele namhafte deutsche Großbrauereien setzen, kann die Ulmer Traditionsbrauerei ihrem hohen Anspruch bei der Bierherstellung auf ganzer Linie Tribut zollen. Durch ausgefeilte Restdruckerkennung und mehrfache Prüfläufe werden defekte Fässer umgehend aussortiert. Auch in Sachen Reinigung, Ladungssicherung und Energieeffizienz erfüllt das System höchste Standards. Für den Aufbau der Palettierung und die weitere Optimierung der Ablaufkette zeichnete die Augenstein Maschinenbau GmbH aus Günzburg als zweiter Projektpartner verantwortlich. Das Unternehmen war der einzige Anbieter, der den Senkrechtförderer zum Transport der Fässer zwischen den verschiedenen Stockwerken im vorhandenen Aufzugschacht realisieren konnte.

Bei Gold Ochsen freut man sich über die neue Abfüllanlage. Von links: Bernhard Frey (Produktionsleiter), Frank U. Schlagenhauf (Leiter Vertrieb und Marketing), Stephan Verdi (1. Braumeister und technischer Betriebsleiter), Ulrike Freund (Geschäftsführerin), Siegfried Lackner (Leiter Instandhaltung), Margot Finkler (Leiterin Abfüllung).

Auf ein Wort

Liebe Leserin, lieber Leser,

unser Alltag wird nach wie vor von Inzidenzwerten, Experteneinschätzungen und gesetzlichen Vorgaben bestimmt. Auch weiterhin gilt es auf viele Dinge, die das Leben lebenswert machen, zu verzichten: Private Begegnungen, Restaurant-Besuche oder gesellschaftliche Ereignisse stehen momentan unter keinem guten Stern. Für uns alle ist das nicht leicht. Wir müssen uns daher immer wieder ins Bewusstsein rufen: Die Rückkehr in die gewohnte Normalität ist nur eine Frage der Zeit. Dass sich diese Zeit durchaus sinnvoll gestalten lässt, zeigt nicht zuletzt der Abschluss unseres eigenen internen Großprojekts. Natürlich hätten wir uns für den Start der neuen Abfüllanlage eine andere Ausgangssituation gewünscht, aber so können wir auch einmal mehr demonstrieren, dass wir als Brauerei den Kopf nicht in den Sand stecken und fest an die Zukunft nach der Pandemie glauben. Ähnlich geht es unseren Gastronomie-Partnern, die wir auf Seite 2 vorstellen. Mit kreativen Ideen trotzen sie der Krise. Zuversicht ist also das Motto dieser Ausgabe. Ich hoffe, Sie haben Freude beim Lesen. Im Namen des gesamten Teams von Gold Ochsen wünsche ich Ihnen und Ihren Familien ein frohes Osterfest.

Herzlichst,
Ihre Ulrike Freund

Gold Ochsen an der Theke

Drive-in-Markt – Lobinger Hotel Weisses Ross, Langenau

Sonntag ist Markttag. Das Lobinger Hotel Weisses Ross interpretiert diese Tradition in Corona-Zeiten auf besonders kreative Weise: Erstmals lud das Team des Langenauer Hotels am zweiten Advent zu ihrem Drive-in-Weihnachtsmarkt – damals als Ersatz für den ausgefallenen Christkindlmarkt gedacht. Was als einmalige Advents-Aktion geplant war, kam jedoch so gut an, dass der Drive-in-Markt seitdem jeden Sonntag von 16 bis 19.30 Uhr öffnet.

Wer mit seinem Auto im Drive-in-Markt vorfährt, darf sich auf Abwechslung gepaart mit der gewohnten Qualität des Hotelrestaurants freuen. Insgesamt stehen sechs kleine Buden auf dem Parkplatzgelände vor dem Hotel, in denen unterschiedliche Speisen angeboten werden. Das Angebot wechselt sonntäglich und reicht von der beliebten Wildschwein-Feuerwurst über Reh- und vegetarische Burger bis hin zu Süßspeisen wie Kaiserschmarrn, Dampfnudeln oder gebrannte Mandeln. Im Drive-in-Markt angekommen, können die Gäste ihre Speisen bequem aus dem Auto heraus beim Servicepersonal bestellen. „Unsere sogenannten Runner nehmen die Bestellungen auf, stellen alles für den Gast zusammen und bringen es direkt ans Auto“, erklärt Hotelinhaber Axel Lobinger. Bei der Ausfahrt aus dem Drive-in wird dann bezahlt. Etwa 20 bis 25 Mitarbeiter sorgen so jeden Sonntag für kulinarische Abwechslung und lassen sich immer wieder etwas Besonderes einfallen. „Zur Faschingszeit war das Motto natürlich die fünfte Jahreszeit und wurde mit entsprechender Verkleidung und passenden Speisen ‚gefeiert‘“, berichtet Lobinger. Und kürzlich lud das Team unter dem Motto „Hüttengaudi“ zum Drive-in – inklusive Musik, aber selbstverständlich wie der gesamte Betrieb im Einklang mit den Corona-Vorschriften.

Solange der Lockdown noch geht, wird Axel Lobinger den Drive-in-Markt weiter betreiben und mit kreativen Ideen für Abwechslung sorgen. „Aber natürlich freuen wir uns, wenn wir unser Hotel wieder normal für Hotel- und Restaurantgäste öffnen dürfen“, so der Hotelier. Aktuell ist das traditionsreiche 4-Sterne-Hotel Weisses Ross nur für Geschäftsreisende zugänglich. Das Restaurant bietet aber auch unabhängig vom Drive-in-Markt montags bis donnerstags ein schmackhaftes Speisenangebot zur Vorbestellung und Abholung.

Lobinger Hotel Weisses Ross
Hindenburgstrasse 29-31
89129 Langenau bei Ulm

www.lobinger-hotels.de

Instagram

Facebook

Imbiss-To-go-Fässle – Alte Kanzlei, Stuttgart

Das Traditionslokal „Alte Kanzlei“ mitten im Herzen der Landeshauptstadt Stuttgart ist weit über die Stadtgrenzen hinaus bekannt für seine hausgemachten schwäbischen und internationalen Gerichte. In normalen Zeiten ist das zwischen Rathausplatz und Schlossplatz gelegene Restaurant von morgens bis nachts gut besucht und ein beliebter Treffpunkt für Mittag- oder Abendessen, einen Snack zwischendurch oder einen leckeren Drink an der Bar. Doch was tun während des Corona-Lockdowns?

Geschäftsführer Dennis Shipley hatte dafür bereits im März 2020 eine kreative Idee: Dort, wo sich üblicherweise ein Teil der Restaurant-Terrasse erstreckt, stellten er und sein Team das Imbiss-To-go-Fässle der „Alten Kanzlei“ auf und boten erstmals im letzten Frühjahr – sowie nun seit dem zweiten Lockdown Anfang November – schmackhafte hausgemachte Spezialitäten an. „Unser ‚To-go-Fässle‘ nutzen wir sonst für verschiedene Events und können es je nach Bedarf umrüsten. Damit haben wir also die optimale Möglichkeit, einen kleinen Teil unserer Speisen unkompliziert direkt draußen zum Mitnehmen anzubieten“, so Dennis Shipley über die Idee, das To-go-Fässle während des Lockdowns in nächster Umgebung zum Schlossplatz aufzustellen. Die „Alte Kanzlei“ kann so wenigstens einen kleinen Teil der Umsatzeinbußen kompensieren und für die zehn Auszubildenden, die den Imbisswagen täglich von 11 bis 16 Uhr gemeinsam mit ihm betreiben, ist das eine Chance, auch weiterhin im praktischen Einsatz zu bleiben. Auf der Speisekarte stehen Klassiker der „Alten Kanzlei“ wie Kalbsfleischküchle, Maultaschen, Currywurst und verschiedene Salate. Darüber hinaus gibt es eine wechselnde Tageskarte. „Wir freuen uns sehr, dass unser To-go-Angebot so gut angenommen wird und wir mittlerweile viele Stammkunden haben. Vor allem an den Wochenenden ist richtig viel los“, berichtet Shipley.

Auch in der „Alten Kanzlei“ selbst bleiben Shipley und sein Team nicht untätig. Aktuell wird umfangreich renoviert, beispielsweise werden die Theke sowie ein Teil der Innenausstattung erneuert und an der Weinkarte gearbeitet. „Wir hoffen natürlich, dass es bald losgehen darf und wir unsere Gäste wieder im Restaurant begrüßen können“, so Shipley. Neben der „Alten Kanzlei“ betreibt er als Geschäftsführer auch das Restaurant Leonhardts im Stuttgarter Fernsehturm.

Alte Kanzlei
Schillerplatz 5
70173 Stuttgart

www.alte-kanzlei-stuttgart.de

Facebook

Instagram

Gold Ochsen in der Verantwortung

5.000 Euro für das Urgeschichtliche Museum Blaubeuren

Trotz anhaltendem Lockdown und der damit verbundenen Schließung von Kultureinrichtungen gab es am 2. März 2021 im Urgeschichtlichen Museum Blaubeuren (urmu) besonderen Grund zur Freude: Gold Ochsen Geschäftsführerin Ulrike Freund und Guido Wolf – Tourismusminister des Landes Baden-Württemberg – überreichten Dr. Stefanie Kölbl, Geschäftsführende Direktorin des Museums, einen Spendenscheck in Höhe von 5.000 Euro. Mit dieser von Gold Ochsen gestifteten Summe sollen die Aktivitäten des „urmu“ als zentralem Museum für altsteinzeitliche Kunst und Musik in Baden-Württemberg gezielt unterstützt werden.

Obwohl die Übergabe aufgrund von Corona nur im kleinen Kreis und unter Beachtung der entsprechenden Hygieneregeln erfolgen konnte, tat das der Begeisterung keinen Abbruch: „Es macht mich und das gesamte urmu-Team – gerade vor dem Hintergrund der aktuellen Situation – sehr glücklich, diese Spende in Empfang nehmen zu dürfen. Wir verstehen das als besonderes Zeichen der Wertschätzung unseres Engagements und nicht zuletzt auch als Ansporn, weiterhin unser Bestes zu geben, um das kulturelle Erbe der Region zu bewahren“, so Dr. Stefanie Kölbl. Eine erste Idee zur Verwendung des Geldes hat sie bereits. „Wir möchten in Kürze gerne unseren Farbenraum überarbeiten, in dem wir den Besuchern die Herstellung und Nutzung eiszeitlicher Farben näherbringen. Insofern könnte die Spende schon bald dazu beitragen, unsere 15.000 Jahre alten bemalten Steine in neuem Glanz erstrahlen zu lassen“, verrät die Direktorin.

Dr. Stefanie Kölbl (Geschäftsführende Direktorin des Urgeschichtlichen Museums, vordere Reihe links) freute sich sehr über den Spendenscheck.

Auszubildender von Gold Ochsen glänzt mit Top-Leistung

Aufgrund der besonderen Leistung schickte die IHK Ulm im November 2020 ein Filmteam, das Niklas Schramm am Arbeitsplatz begleitete.

Die wie immer im Spätherbst eines jeden Jahres bekannt gegebenen Abschlussergebnisse der IHK Ulm lösten bei der Brauerei Gold Ochsen zuletzt ganz besondere Freude aus. Denn Niklas Schramm, der 2017 seine Ausbildung zum Brauer und Mälzer beim Ulmer Traditionsunternehmen begonnen hatte, überzeugte nicht nur mit der hervorragenden Abschlussnote 1,3. Darüber hinaus führt er mit diesem Resultat auch die baden-württembergische Bestenliste des Brauernachwuchses im Jahr 2020 an.

Wer wissen will, wie Niklas Schramm die drei Jahre seiner Ausbildung bei Gold Ochsen erlebt hat, findet auf GradPlato ein Interview, in dem der 21-Jährige unter anderem schildert, was für ihn die Faszination des Brauens ausmacht.

Interview auf GradPlato

Für alle, die jetzt Lust auf eine Ausbildung zum Brauer und Mälzer bekommen haben: Auch 2021 bietet die Brauerei Gold Ochsen wieder die Möglichkeit. Darüber hinaus gibt es viele weitere Optionen für eine berufliche Laufbahn in einem der traditionsreichsten Unternehmen Ulms. Alle aktuellen Stellenangebote und Informationen zu Gold Ochsen als Arbeitgeber lassen sich auf der Webseite www.goldochsen.de/karriere nachlesen.

Vom besonderen Tropfen bis hin zum exklusiven Souvenir

Gold Ochsen Shop Vielfalt

Ochsen Shop
Besonderes von Gold Ochsen

In unserer neuen Rubrik werden ab sofort regelmäßig ausgewählte Highlights und Neuheiten aus unserem Gold Ochsen Shop Angebot vorgestellt. Egal, ob es darum geht, der Begeisterung für Ulms flüssiges Gold optisch Ausdruck zu verleihen, oder ob Sie auf der Suche nach einem besonderen Souvenir oder ausgefallenen Geschenk sind, mit dem Sie anderen eine Freude machen möchten: In unserem Ochsen Shop im Ulmer Hafenbad, dem Brauerei Shop oder online unter **www.ochsenshop.de** gibt es viel Auswahl und etwas für jeden Geschmack.

Bavarian Cap „1597“
Erhältlich ab April, hochwertiger 3-D-Stick, Einheitsgröße für Erwachsene, Material: 60 % Baumwolle, 40 % Polyester, Schirm im Wildlederlook

39,95 €

Kapuzenpullover „Hoodie“
Schwarz oder weiß, Größe S–XXL, Material: 80 % Baumwolle, 20 % Polyester, mit Kordelzug und Kängurutasche

29,90 €

Gold Ochsen Weizenbock
Limitierte Spezialität, obergäriges Starkbier, 7,5 % vol., 0,33 l (Flasche)

Endlich wieder groß und mit Stil feiern: Ja, ich will!

Die Corona-Pandemie hinterlässt Spuren in jedem Lebensbereich. Bitter waren die Auswirkungen auch für viele Paare, die in den letzten Monaten ihre Hochzeit geplant hatten – zumal mit einem solchen Ereignis in der Regel langfristige Vorbereitungen einhergehen. Vielerorts mussten aufgrund der Restriktionen entsprechende Vorhaben abgesagt, umgedacht oder verschoben werden. Laut Statistischem Bundesamt wurden allein in den ersten sechs Monaten des Jahres 2020 fast 30.000 Ehen weniger geschlossen als im gleichen Zeitraum des Vorjahres – und das, obwohl beliebte Hochzeitsdaten wie der 02.02.2020 oder 20.02.2020 sogar noch vor dem ersten Lockdown lagen.

Umso mehr gilt es jetzt, nach vorn zu schauen – getreu dem Motto: „Aufgeschoben ist nicht aufgehoben."

Ist das Virus erst mal besiegt, werden auch wieder große Hochzeitsfeiern möglich sein. Und gerade in der Region gibt es mehr als genug Orte, an denen nicht nur der „größte Tag im Leben" zu etwas ganz Besonderem wird. Einige davon möchten wir hier gerne vorstellen – als Inspiration für Brautpaare in spe, aber auch, um den Fokus auf die schönen Dinge der Welt zu richten. Denn wenn etwas mit einer Hochzeit assoziiert wird, dann doch Freude und Glück! Lassen Sie sich also entführen.

Alle hier vorgestellten Locations – so unterschiedlich sie auch sein mögen – eint vor allem eins: Sie sind jenseits von 08/15 und bieten den perfekten Rahmen für ein „Ja, ich will!", das sowohl dem Brautpaar als auch den Gästen lange in Erinnerung bleiben wird. Egal ob Scheune mit Bullenreiten, Strandfeeling oder romantische Atmosphäre im Schlosspark: Für jeden Geschmack ist etwas dabei. Die Menschen, die hinter diesen Orten stehen, verfügen über langjährige Erfahrung in der Ausrichtung von Hochzeiten und haben vielfach ganz spezielle Extras in petto. Der Steckbrief konzentriert sich auf die im Rahmen der Planung meist wichtigsten Eckpunkte. Heiratswillige erwartet aber so viel mehr und die Profis vor Ort geben gerne Auskunft zu den vielfältigen Möglichkeiten. Und auch für alle anderen, die sich nicht mit dem Gedanken einer Hochzeit tragen, lohnt es sich, live auf kulinarische und/oder aktive Entdeckungsreise zu gehen.

Mobi Park

Ort: Laupheim
Kapazität: Festscheune bis zu 95 Personen mit zwei Außenflächen plus separate Outdoorfläche
Übernachtung vor Ort: nein, Möglichkeiten in näherer Umgebung
Besonderheiten: idyllisches Ambiente direkt am See, freie Trauung auf abgelegener Seewiese möglich, Kaminfeuer/Feuerschalen nach Witterung und Stimmung, angeschlossener Kletter- und Erlebnispark

www.mobipark-laupheim.de

Meinl Hotel & Restaurant

Ort: Reutti (Neu-Ulm)
Kapazität: bis zu 115 Personen (mit Tanzfläche)
Übernachtung vor Ort: insgesamt 30 Zimmer
Besonderheiten: spezielles Arrangement für Winterhochzeiten, Panoramablick auf Ulm und Neu-Ulm, Trauung im Grünen möglich (Terrasse plus Garten), Kinderspielplatz und Kinderspielzimmer, Mitglied der „5 Sterne Hochzeit"-Community (www.5sternehochzeit.de)

www.hotel-meinl.de

Hotel am Schloss

Ort: Illertissen
Kapazität: Hochzeitsfestzelt für bis zu 170 Personen
Übernachtung vor Ort: insgesamt 15 Zimmer, Brautpaar übernachtet gratis in der Sternenhimmel-Hochzeitssuite
Besonderheiten: 2.500 m² großer Hotelpark mit zauberhaftem Ambiente, Möglichkeit zur Trauung im 100 Meter entfernten Vöhlinschloss, zu späterer Stunde Wechsel vom Zelt in Kellerbar möglich

www.hotel-am-schloss-illertissen.eu

Café Restaurant Hildebrand

Ort: Zollhaus (Villingen-Schwenningen)
Kapazität: innen bis 200 Sitzplätze plus Sonnenterrasse mit bis zu 80 Plätzen und Saal „Pavillon" für bis zu 110 Gäste
Übernachtung vor Ort: nein, Möglichkeiten in näherer Umgebung
Besonderheiten: Lage im Grünen, nahe „Schwenninger Moos"

www.cafe-hildebrand.de

Hotel & Restaurants Seligweiler

Ort: Ulm
Kapazität: je nach Räumlichkeit von 10 bis 180 Personen (neun Räume, zum Teil mit Terrassenzugang)
Übernachtung vor Ort: insgesamt 161 Zimmer
Besonderheiten: Brautpaar übernachtet gratis, Nutzung des Spa-Bereichs mit Sauna, Whirlpool und Indoor-Schwimmbad inklusive, großer Spielplatz im Freien, Spieleecke im Haus, im Sommer Maislabyrinth in direkter Nähe, Startpunkt für Heißluftballonfahrten (Organisation vor Ort möglich)

www.hotel-seligweiler-ulm.de

Hotel und Gasthof Löwen

Ort: Wiblingen (Ulm)
Kapazität: Großer Löwen-Saal für bis zu 160 Personen, weitere kleinere Räume verfügbar
Übernachtung vor Ort: insgesamt 25 Zimmer
Besonderheiten: Organisation einer freien Trauung auf dem Gelände des Klosters Wiblingen in direkter Nähe, Empfangsmöglichkeit im Löwen-Hofgarten (im Winter auch mit Lagerfeuer)

www.loewen-ulm.com

Lochmühle

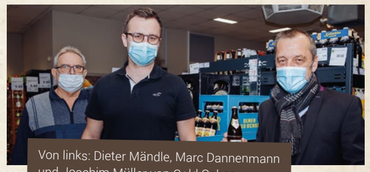
Ort: Eigeltingen
Kapazität: je nach Location von 20 bis zu 800 Personen
Übernachtung vor Ort: angeschlossenes Landhotel mit insgesamt 50 Appartements und Zimmern plus uriges Scheunenlager für Gruppen von 10 bis 300 Personen
Besonderheiten: verschiedene Locations zur Auswahl (Festscheune, Kutscherstube, Mühlenstube, Talscheune, Restaurantstube, Krebsbachstube, Bauernstube, Eventsteinbruch), vielfältiges Rahmenprogramm vor Ort realisierbar (von Kutschfahrt bis Bullenreiten), Erlebnispark mit Abenteuerspielplatz, Damwildgehege, Streichelzoo und Bauernhof

www.erlebnisgastronomie.de

Leidenschaft für Einzelhandel in dritter Generation

„Familiäre Atmosphäre“ ist im EDEKA-Markt in Deggingen kein reines Lippenbekenntnis. Denn Inhaber Marc Dannenmann wurde das Einzelhandelsgen quasi in die Wiege gelegt. Heute gehen insgesamt drei Supermärkte unter der EDEKA-Flagge im Landkreis Göppingen auf seinen Großvater Dieter Mändle zurück – alle nach wie vor fest in familiärer Hand. Während seine Mutter den Markt im nur fünf Kilometer entfernten Bad Ditzenbach-Gosbach führt und sein Onkel in Böhmenkirch die Strippen zieht, ist Marc Dannenmann als ausgebildeter Einzelhandelskaufmann, der zuvor auch jenseits der Mändle-Geschäfte einschlägige Erfahrungen sammelte, seit 2018 in Deggingen verantwortlich. Den im Jahr 2000 von seinem Opa eröffneten Vollsortimenter hat er zuletzt umfangreich umgebaut und dabei viele eigene Impulse eingebracht. Vor allem die Metzgerei-Theke und die Obstabteilung sind exakt entlang seiner persönlichen Vorstellung modernisiert worden.

Entsprechend stolz ist Dieter Mändle: „Natürlich freut es mich, dass die Tradition in mittlerweile dritter Generation fortgeführt wird. Dass er es kann, hat mein Enkel hinlänglich bewiesen. Schließlich musste er – ganz unabhängig von der persönlichen Beziehung – vor der Übernahme des Marktes das anspruchsvolle Bewerbungsverfahren von EDEKA durchlaufen.“ Auf Publikumsseite kommen nicht nur die persönliche Note, sondern auch die auf den 800 Quadratmetern Verkaufsfläche gebotene Auswahl und die neue, moderne Gestaltung sehr gut an. Bis zu 1.000 Kunden frequentieren täglich den Markt, darunter viele, die dem Familienbetrieb seit der ersten Stunde die Treue halten.



Von links: Dieter Mändle, Marc Dannenmann und Joachim Müller von Gold Ochsen.

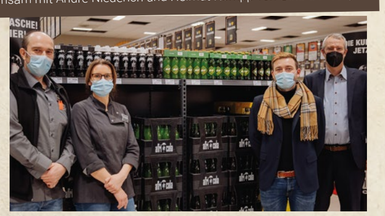
Mit Frische und Exotik ge„nau“ ins Schwarze getroffen

„Freundliches Personal, eigene Parkplätze im Hof, umfangreiche Auswahl an verschiedenen Produkten und eine super Qualität zu sehr guten Preisen.“ Die zahlreichen Rezensionen, die man auf Google zum Nau-Markt in Langenau findet, sprechen eine eindeutige Sprache. Und das, obwohl Umut Bakir sein Geschäft mit Schwerpunkt auf türkischen, arabischen und regionalen Lebensmitteln erst im November 2020 eröffnet hat. Der enorme Erfolg vom Start weg hat den Einzelhandelsprofi, der vorher lange Jahre die Position des Marktleiters einer großen Supermarktkette innehatte, selbst überrascht: „Es lief von Anfang an hervorragend. Insbesondere die Nachfrage nach unseren selbst gemachten Antipasti und Backwaren hat uns überwältigt. Da war und ist schon mal die ein oder andere Sonderschicht gefragt, schließlich legen wir vor allem Wert auf Frische“, so Bakir, der gemeinsam mit seiner Familie viel Einsatz zeigt, um Kunden ein besonderes Einkaufserlebnis zu bieten.

Für ihn und sein Team ist es wichtig, Zeit und ein offenes Ohr für die Kundschaft zu haben. Darüber hinaus geht es darum, Produkte zu führen, die es nicht an jeder Ecke gibt. Nach nur wenigen Wochen ist beispielsweise seine Regalfläche für Gewürze um ein Vierfaches gewachsen, was ihm nicht zuletzt den Beinamen „Gewürzkönig von Langenau“ eingebracht hat. Parallel dazu spielt aber auch Regionalität eine wesentliche Rolle. „Ich will, wo immer möglich, mit lokalen Anbietern zusammenarbeiten – vom hiesigen Kartoffel- und Maisbauern über Imker aus der Nachbarschaft bis hin zu den Getränkelieferanten. Die Fruchtsäfte von Junginger sowie die Biere und alkoholfreien Getränke von Gold Ochsen beziehungsweise der Ulmer Getränke Vertrieb GmbH ergänzen meine ansonsten internationale Auswahl in perfekter Weise und schaffen einen ebenso qualitativ hochwertigen, aber gleichzeitig nachhaltigen Gegenpol“, wie Bakir unterstreicht.

Von links: Helmut Römpp und Richard Motsch von Gold Ochsen freuen sich mit Umut Bakir über den erfolgreichen Start des „Nau-Marktes“.

Mit der Übernahme des E-centers in Ehingen haben sich Marion und Ralf Peterka (links) den Traum der Selbstständigkeit erfüllt (hier gemeinsam mit André Niederich und Helmut Römpp von Gold Ochsen).



Frischer Wind im E-center in Ehingen

Pünktlich zu Ostern erstrahlt das E-center in Ehingen in ganz neuem Glanz – in jederlei Hinsicht. Denn nicht nur der abgeschlossene Umbau eröffnet den Kunden ein ganz neues Einkaufserlebnis. Bereits in den Monaten zuvor hat sich vieles verändert: Der knapp 3.800 Quadratmeter große Markt besticht inzwischen mit mehr Service, mehr Regionalität und einem auf Nachhaltigkeit ausgelegten Konzept. Hinter all diesen Verbesserungen stehen Ralf und Marion Peterka, die mit der Übernahme des Objekts im November 2019 den Weg in die Selbstständigkeit eingeschlagen haben. Dass die beiden bei der allerersten Privatisierung eines E-centers im süddeutschen Raum den Zuschlag erhielten, verwundert kaum: Schließlich kamen hier in Summe 45 Jahre EDEKA-Erfahrung zusammen. Beide absolvierten bereits ihre Ausbildung im Konzern.

Diese Professionalität und der Drang zur Veränderung bestehender Strukturen zahlte sich schon nach kürzester Zeit aus. Seit der Übernahme ist der Umsatz um 30 bis 40 Prozent gestiegen. Mit der arbeitsintensiven Modernisierung unter ökologischen Aspekten hat das Ehepaar Peterka die Tür zur Zukunft ein weites Stück aufgestoßen. „In den letzten Monaten haben wir den Markt komplett umgekrempelt, ohne dass dieser dabei einen Tag außer der Reihe geschlossen war. Das war enorm viel Arbeit“, berichtet Ralf Peterka. Umso schöner ist es für ihn, dass diese Initiative auf fruchtbaren Boden fällt: „Die Kunden spüren, dass ein frischer Wind weht. Wir erhalten viel Lob.“ Jetzt können er und seine Frau es jedoch kaum erwarten, nach der intensiven Zeit des Umbaus auch endlich mal wieder ein paar Tage Urlaub zu genießen.

Lager- und Filterkeller: Durch Zeit und Filtration entsteht der goldene Glanz

In der letzten Folge unserer Serie „Gold Ochsen hinter den Kulissen“ haben wir bereits einen ersten Stopp im Lagerkeller der Ulmer Traditionsbrauerei gemacht. Nachdem die Gold Ochsen Biere hier etwa vier bis sechs Wochen Ruhe zum Reifen haben, gehen alle „blanken“, der Experte spricht von glanzfeinen Spezialitäten – darunter das Gold Ochsen Original, das Ulmer Hell oder das Kristallweizen – in die Filtration. Im Filterkeller werden restliche Hefezellen und Eiweißpartikel entfernt, sodass die Biere in höchster Qualität in Fässer, Flaschen und Dosen abgefüllt werden können.

„Alt und kalt“, zitiert Gold Ochsen Produktionsleiter Bernhard Frey einen alten Brauerspruch und meint damit, dass ein Qualitätsbier ausreichend Zeit für den Reifeprozess benötigt und zudem während der Reifephase in kalter Umgebung gelagert werden muss. Letzteres spürt man beim Gang durch die Lagerkeller der Brauerei am eigenen Leib. Empfindlich kühl ist es hier unten, denn nur so kann das Jungbier bei den notwendigen 0 bis –1 Grad Celsius optimal heranreifen. In den verschiedenen Kellerabteilungen der Brauerei werden die Biere in stehenden und liegenden Tanks gelagert. Insbesondere Gold Ochsen Bierspezialitäten wie das Pils, das Ulmer Hell oder auch die Weizenbiere finden sich in den Abteilungen mit liegenden Tanks wieder. Für das Gold Ochsen Original – den Bestseller – stehen die aus dem Keller bis über das Brauereigelände emporragenden Tanks bereit. Um die optimale Temperatur zu gewährleisten, werden die stehenden Tanks direkt gekühlt, in den Abteilungen unter der Erde erreicht man dies über die Raumkühlung. Mindestens vier Wochen dauert es, bis der Großteil der für die Trübung verantwortlichen Hefezellen und Eiweißpartikel am Boden der Tanks sedimentiert. „Bei den stehenden Tanks sammeln sich die Partikel im sogenannten Konus, während in unseren liegenden Tanks der gesamte Boden von ihnen bedeckt wird“, erläutert Frey. Über die gesamte Reifezeit werden die Biere regelmäßig verkostet und somit dem hohen Qualitätsanspruch von Gold Ochsen Rechnung getragen. Am Ende der Reifephase steht dann die Zwickelprobe an, bevor ein Teil der Bierspezialitäten in den Filterkeller geleitet wird.

Kieselgur- und Schichtenfilter sorgen für glanzfeines Ergebnis

Damit aus dem gereiften Bier ein typisches Gold Ochsen Qualitätsbier wird, muss ein Teil in die Filtration. Dazu gehören alle Sorten, die nicht naturtrüb abgefüllt werden. Filtriert werden diese im ersten Schritt mithilfe des natürlichen Filterhilfsmittels Kieselgur, welches dem unfiltrierten Bier zudosiert wird. Während des sogenannten Anschwemmens auf die Filterkerzen im Kessel verteilt sich die poröse Kieselgur gleichmäßig und baut einen optimalen Filterkuchen auf. Nun können die Brauer das Bier aus den Lagertanks durch den Kieselgur-Filter fließen lassen und erhalten das gewünschte glanzfeine Ergebnis. „Damit ist das Bier schon fast so, wie wir es haben möchten. Doch für ein noch besseres Resultat und die für uns typische hohe Qualitätssicherung lassen wir das Bier im Rahmen der Nachfiltration noch durch einen Schichtenfilter aus Zellulose fließen. So werden auch minimale Reste von Hefezellen oder Eiweißpartikeln entfernt“, so Kellermeister Andreas Kindermann. Bis zu 2.000 Hektoliter unfiltriertes Bier können pro Anschwemmung und Tag filtriert werden. Während des Filtrierens verblockt der Filterkuchen und es entsteht ein immer höherer Druck, den die Filterpumpen überwinden müssen, um das Bier durch den Filterkuchen zu drücken. Wenn ca. 8 Bar Gegendruck erreicht sind, ist der Filtrationsprozess beendet. „Der Kieselgur-Filterkuchen wird dann abgeschwemmt, der Kieselgurfilter zusammen mit dem Schichtenfilter gespült und sterilisiert, dann kann ein neuer Filtrationsprozess beginnen“, präzisiert Kindermann. Am Ende der Filtration landen alle Bierspezialitäten in den Drucktanks. Von diesen aus wird das Bier auf verschiedene Abfülllinien weitergeleitet, um in Flaschen, Fässer und Dosen abgefüllt zu werden. Wie genau die Abfüllung bei Gold Ochsen funktioniert, berichten wir in der nächsten Ausgabe.

Unzählige Leitungen führen von den Lagerkellern in den Filterkeller.

Der Zellulose-Schichtenfilter sorgt für ein optimales, glanzfeines Bier ohne Trübstoffe.

Manuel Renner, Brauer und Mälzer bei Gold Ochsen, ist für die Qualitätsüberwachung im Filterkeller verantwortlich.

Am Ende des Filtrationsprozesses fließt das Gold Ochsen Ulmer Hell mit seinem typisch goldenen Glanz ins Glas.

Im Lagerkeller überwacht Robert Bangert, Brauer und Mälzer bei Gold Ochsen, den Reifeprozess des Bieres.

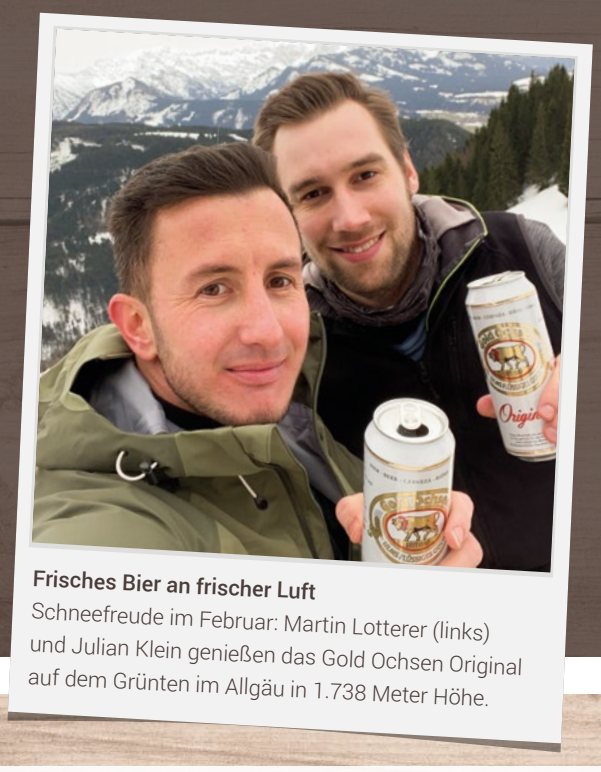
Für alle, die die ersten Folgen unserer Serie „Gold Ochsen hinter den Kulissen“ verpasst verpasst haben: Die Folgen sind auch online auf unserer Website **www.goldochsen.de** unter der Rubrik „Aktuelles“ zu finden. Wenn Sie die Gold Ochsen INFO künftig direkt erhalten möchten, mailen Sie Ihre Postadresse einfach an **marketing@goldochsen.de**.

Gold Ochsen Momente

Schnappschüsse aus aller Welt

Es ist immer wieder überraschend, wo und in welcher Form Gold Ochsen ins Spiel kommt oder in Szene gesetzt wird. Gerne veröffentlichen wir auch Ihren persönlichen Gold Ochsen Moment.

Fotos mit kurzer Beschreibung bitte direkt an **marketing@goldochsen.de** senden!



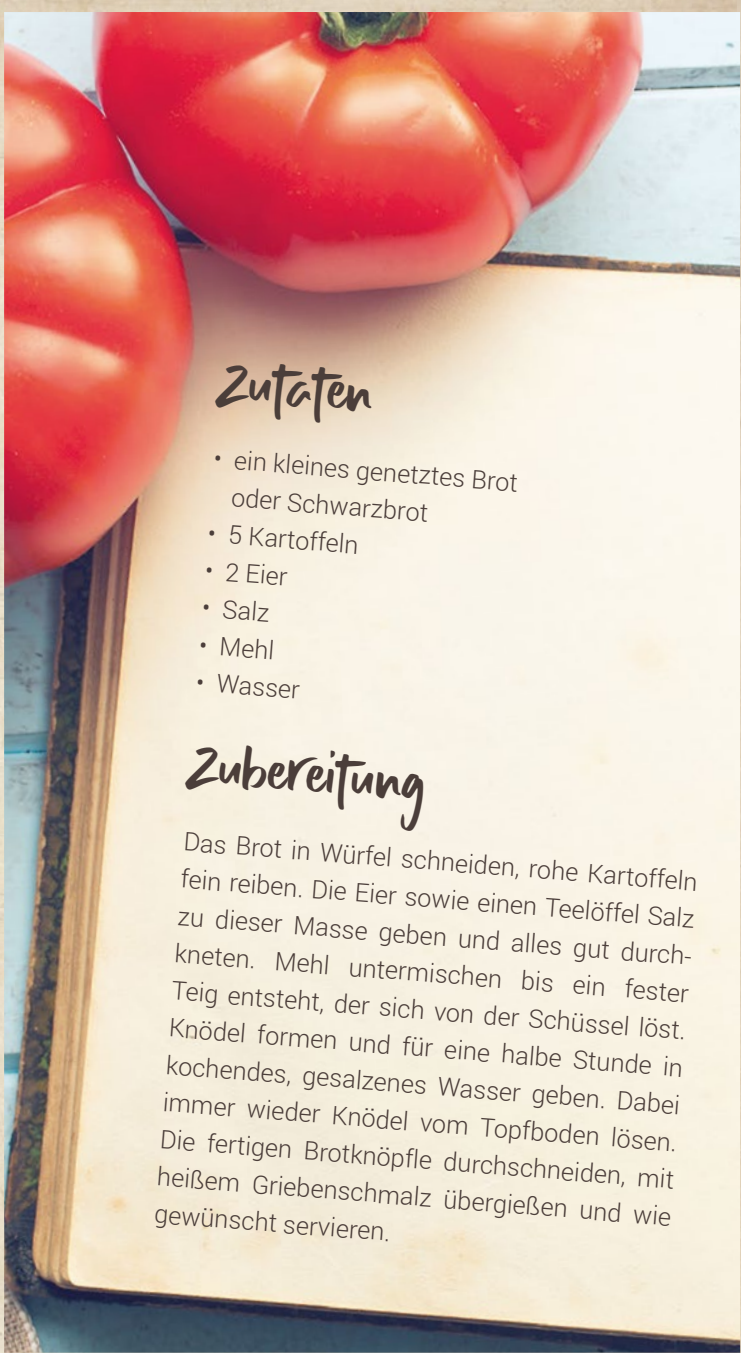
Frisches Bier an frischer Luft
Schneefreude im Februar: Martin Lotterer (links) und Julian Klein genießen das Gold Ochsen Original auf dem Grünten im Allgäu in 1.738 Meter Höhe.

Frisch ausproBIERt

Brotknöpfle

Von Marga Gentner

Im Februar 2021 erreichte Ulrike Freund eine ganz spezielle Rezeptidee. Marga Gentner aus Heidenheim an der Brenz übermittelte die Anleitung für Brotknöpfle. Das Rezept für diese Rarität stammt noch von ihrer Großmutter, die um 1900 als Köchin bei feinen Herrschaften in München arbeitete. Damit dieses Rezept nicht länger nur ein Familiengeheimnis bleibt, möchten wir es heute mit unseren Lesern teilen. Die Brotknöpfle passen perfekt zu Sauerkraut und Schweinebraten – und natürlich zu den Bieren von Gold Ochsen. Das Rezept hat Ekkehard Freund, Ehemann von Ulrike Freund, bereits nachgekocht. Das Urteil: Es lohnt sich!



Zutaten

- ein kleines genetztes Brot oder Schwarzbrot
- 5 Kartoffeln
- 2 Eier
- Salz
- Mehl
- Wasser

Zubereitung

Das Brot in Würfel schneiden, rohe Kartoffeln fein reiben. Die Eier sowie einen Teelöffel Salz zu dieser Masse geben und alles gut durchkneten. Mehl untermischen bis ein fester Teig entsteht, der sich von der Schüssel löst. Knödel formen und für eine halbe Stunde in kochendes, gesalzenes Wasser geben. Dabei immer wieder Knödel vom Topfboden lösen. Die fertigen Brotknöpfle durchschneiden, mit heißem Griebenschmalz übergießen und wie gewünscht servieren.

Gold Ochsen Gewinnspiel

Der Frühling steht vor der Tür und mit steigenden Temperaturen zieht es viele nach draußen. Wie wäre es mal wieder mit einem Picknick zu zweit in der Sonne? Das passende Equipment dazu liefert Gold Ochsen. Mit dem Rucksack im Kellerbier-Design inklusive zwei Kunststofftellern, zwei Kunststoffgläsern, Besteck und Stoffservietten ist die Grundausstattung bereits dabei. Und im isolierten Hauptfach lassen sich die eingepackten Leckereien problemlos und kühl transportieren. Mit ein wenig Glück können Sie einen solchen Outdoor-Begleiter schon bald ihr Eigen nennen. Hierfür müssen Sie nur unsere aktuelle Gewinnspielfrage beantworten. Insgesamt verlosen wir fünf Rucksäcke. Wir drücken Ihnen die Daumen!

Senden Sie die Lösung bitte bis zum 30. April 2021 per Post oder E-Mail mit dem Kennwort „Gewinnspiel Gold Ochsen INFO Ausgabe 139“ an:

Brauerei Gold Ochsen GmbH
Veitsbrunnenweg 3-8
89073 Ulm
E-Mail: aktion@goldochsen.de

Bei mehr als fünf richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

An welchem Datum wird auch 2021 der „Tag des deutschen Bieres“ – zurückgehend auf die Verkündung des Reinheitsgebotes im Jahr 1516 – gefeiert?

A: 23. April
B: 24. April
C: 25. April

Die Gewinner des Gewinnspiels der letzten Ausgabe (138):
Renate D. aus Ulm, Emma L. aus Heidenheim und Christine B. aus Holzmaden. **Alle drei Gewinner dürfen sich über einen Verzehrgutschein im Wert von 25 Euro für die Alte Mühle am See in Roggenburg freuen.**

Die Gewinner des Gewinnspiels der vierseitigen Sonderausgabe von November 2020:
Klaus B. aus Weingarten, Manfred H. aus Amstetten, Manfred S. aus Bad Schussenried, Hugo B. aus Ulm, Willi W. aus Gosheim, Alfons G. aus Esslingen, Josef A. aus Friedrichshafen, Hermann H. aus Achstetten, Hans Jörg Z. aus Geislingen, Arno B. aus Sonthofen, Alfred R. aus Bad Wurzach, Jürgen S. aus Günzburg, Werner B. aus Stuttgart, Gerhard M. aus Salach, Eva-Maria S. aus Chemnitz, Irma S. aus Böhmenkirch, Ingrid H. aus Mühlhausen, Renate H. aus Stuttgart, Paula B. aus Schwendi, Anneliese A. aus Offingen, Siglinde P. aus Amstetten, Susanne S. aus Stuttgart, Maria Z. aus Unterschneidheim, Rosina S. aus Ulm und Ute H. aus Bad Schussenried. **Allen Gewinnern wurde ein Geschenkset „Jahrgangsbier No. 8 Kristallweizen Doppelbock“ zugeschickt.**

Hinweis zum Datenschutz
Die Daten aller Teilnehmer werden ausschließlich im Zuge der Teilnahme am Gewinnspiel erhoben, gespeichert und verarbeitet. Alle Daten werden sechs Monate nach der Gewinnerziehung automatisch gelöscht. Die Veröffentlichung der Gewinner im nächsten Kundenmagazin erfolgt mit Angabe von Vor- und Nachname sowie Ort: Max Mustermann aus Musterstadt.

Impressum

Herausgeber
Brauerei Gold Ochsen GmbH
Veitsbrunnenweg 3-8
89073 Ulm

Telefon: 0731 164-0
Telefax: 0731 164-200
E-Mail: info@goldochsen.de
www.goldochsen.de

Verantwortlich
Ulrike Freund, Frank U. Schlagenhauf

Fotos
Alte Kanzlei, Bavarian Caps, Brauerei Gold Ochsen, Café Restaurant Hildebrand, Hotel & Gasthof Löwen, Hotel & Restaurants Seligweiler, Hotel am Schloss, Lobinger Hotel Weisses Ross, Lochmühle Eigeltingen, Martin Lotterer, Meinl Hotel & Restaurant, Mobi Park, Press'n'Relations

Redaktion
Press'n'Relations GmbH, Ulm

Layout und Satz
Projekt:Agentur Heimpel Braunsteffer GmbH, Ulm

Druck
le ROUX Druckerei, Erbach

Auflage
10.000