

Fleischwaren**Presstext über Messeneuheiten**

Sie haben Appetit auf mehr Umsatz? Mit der Firma Remagen ist das kein Problem!

Neue Produkte beleben den Markt

Ein Premium-Produkt musste her! So kurz und knapp umschreibt Frank Remagen eine von drei neuen Produktschienen aus dem Hause Remagen. Das Unternehmen aus Köln-Hürth wird auf der ANUGA eine betont einfalls- und variationsreiche Palette an hochwertigen Convenience-Produkten präsentieren:

NEU: Pfännchen-Frikadellen. Der Handel und die Gastronomie sehen sich mit einer wachsenden Zielgruppe konfrontiert, die gerne bereit ist, für Premium-Qualität den entsprechenden Preis zu bezahlen. Die Antwort des Kölner Traditionsunternehmens auf diese Herausforderung? Remagen's Pfännchen-Frikadellen: Hierfür werden ausschließlich frische Zutaten verwendet – und nur solche, die etwas in einer Frikadelle zu suchen haben: Schweinefleisch, Zwiebeln, Brötchen, Eier und natürliche Gewürze. Aber das ist noch lange nicht alles: Die Frikadellen werden von Hand geformt und manuell in der Pfanne gebraten! Nur so können der Handel und die Gastronomie gehobenen Ansprüchen gerecht werden und ein Segment entwickeln, das in der Zukunft entscheidende Umsätze einfahren wird.

Alles in Sauce, oder was?

NEU: Saucenprodukte. Diese neue Remagen-Produktschiene entspricht ganz genau dem kurzfristigen Konsumverhalten der Verbraucher: Heute Curry-Wurst in Sauce, morgen Wok-Pfanne und übermorgen Königsberger Klopse – am besten frisch und ohne Wartezeiten!

Auch darauf hat das Remagen-Entwicklungsteam eine Antwort gefunden, die sowohl dem Handel als auch der Gastronomie nicht nur mit Blick auf die Umsatzsteigerung schmecken wird: Würstchen-Gelüste können mit erstklassiger Curry- oder Zigeunerwurst gestillt werden, während die „Heute-mal-was-anderes“-Esser gerne bei Hardy's Asia Bällchen, Hardy's Wok-Pfanne und Hardy's Schaschlik zugreifen werden. Natürlich kommt für Remagen als Saucen-Zulieferer fast nur HELA in Frage!

Moderne Essgewohnheiten verlangen aber auch nach schnellen Zubereitungsarten, die zum Zugreifen einladen. Die hohen Wiederkaufsraten bei Hardy's Curry-Wurst haben das Remagen-Entwicklungsteam nicht nur in ihrem Produkt- und Design-Konzept bestärkt, sie haben auch wieder die 200-g-Handelspackung aus Karton gewählt, die sich in Mikrowelle und Backofen bestens bewährt.

Alle genannten Produkte werden dem Großhandel und der Gastronomie auch in 3-kg-Schalen angeboten. Abgerundet wird das GV-Sortiment mit Bolognese Sauce, Königsberger Klopfen in Kapern-Sauce sowie mit Zigeuner Klopfen mit Paprika-Zwiebel-Sauce. Dazu meint Frank Remagen überzeugt: "Gestärkt mit diesen Remagen-Spezialitäten können unsere Kunden einiges an Umsatz zulegen!"

Für neue Umsatzbringer in „die Röhre geguckt“!

NEU: Bratenspezialitäten. Seit Jahrzehnten rekrutiert sich Remagens Kundenkreis auch aus führenden Hotels und Brauhäusern, etablierter Gastronomie und Großküchen. Eine große Stärke des Firmenchefs und seines Vertriebsteams ist es, die Bedürfnisse der Kunden in neue, erfolgreiche Konzepte umzusetzen. Womit wir bei der dritten Innovation angelangt wären: Bratenspezialitäten. „Es gibt wahre Meister im Rollbraten knüpfen – zum Beispiel bei Remagen –, und es gibt Meisterköche, die sich in diesem Falle gerne helfen lassen. Dafür nehmen sie sich zwischendurch gerne die Zeit, eine frische Schürze umzubinden und ihre Stammgäste zu begrüßen“, lacht Frank Remagen. Warum auch nicht? Die neuen Remagen-Bratenspezialitäten mit durchschnittlich 2 kg pro Stück sind von erstklassiger Qualität

und zudem so lecker gefüllt, dass sich die Köche die Zeit hierfür guten Gewissens sparen können. Aber nicht nur die Füllung, auch die „Verpackung“ entspricht modernster Küchenführung: Collagenfolie gibt den Braten eine schöne, goldene Färbung und verhindert zudem das Einbraten der Schlaufen und Netze, die nach dem Garen problemlos entfernt werden können. Die Schlaufen lassen sich zudem mühelos bis zum gewünschten Aufschnitt lösen. Und welcher Feinspitz kann schon widerstehen, wenn folgende Köstlichkeiten auf der Karte stehen:

...

Backwaren**Allgemeiner Pressetext zum Thema Frühstück****Alle tun es ...**

Die Franzosen tun es, die Engländer tun es – und werden europaweit darum beneidet –, die Deutschen tun es: frühstücken. Aber nicht nur frühmorgens am Küchentisch, im Café an der Ecke, auf dem Weg zur Arbeit oder schnell am Arbeitsplatz – sondern bis spät in den Tag hinein. Man trifft sich mit Freunden lieber morgens zum Frühstück im Café als abends an der Bar; Politiker bitten Gewerkschaftsbosse zum Arbeitsfrühstück und etablierte Unternehmen locken neue Mitarbeiter mit frischen Brötchen und italienischem Kaffee.

Doch warum ist das Frühstück nach wie vor "in aller Munde", während andere Essgewohnheiten europaweit immer mehr dem Arbeitsrhythmus untergeordnet werden? Die erste lustvolle Mahlzeit am Tag wird nicht nur von Experten propagiert, auch die Backwarenhersteller, allen voran *Sinnack Backwaren*, haben sehr früh ihr Sortiment um internationale Spezialitäten und Trend-Produkte erweitert und einen wahren Brötchenrausch im Frühstückskorb ausgelöst.

Eine Frühstückseinladung ohne zig Sorten backofenwarme Brötchen, ohne Baguette und Ciabatta ist heute nicht mehr vorstellbar. *Sinnack Backspezialitäten* hat deshalb sehr früh auf Convenience und Qualität gesetzt. Die Produkte gelten als die qualitativ hochwertigsten auf dem Convenience-Markt. Es werden ausschließlich einwandfreie Rohstoffe aus heimischen Regionen verwendet, auf Farb- und Konservierungsstoffe, Verdickungsmittel oder gar bestrahlte Gewürze wird gerne verzichtet. Auch meidet der Bocholter Backspezialist die Anbieter von genmanipulierten Zutaten. Zum Lohn wurde der hohe Selbstanspruch von *Sinnack Backwaren* über die Jahre mit zahlreichen DLG-Prämierungen belohnt.

Das Sortiment von *Sinnack Backspezialitäten* umfasst im Brot- und Backwaren-Regal Baguettes und Brötchen, Ciabattas sowie Mehrkorn- und gemischte Brötchen. Meisterbrötchen und Frühstücksbrötchen sind im Tiefkühlbereich zu finden, während Pfannkuchen naturel und süße Pfannkuchen im Kühlregal liegen. Kräuter- und Knoblauchbutter-Baguettes sind in beiden Kühlbereichen zu finden.

...

Gastronomie

Homepage des Gürzenich Party-Service

LINKs und Texte über die Angebote des Party-Service

LINK: Der Gürzenich Party-Service

Abgelegene Apfelbaumwiese sehnt sich nach rauschendem Familienfest? Kein Problem: Wir brauchen weder Strom- noch Gasanschluss, um ein großartiges Fest auf die Beine zu stellen. Vertrauen Sie auf unsere langjährige Erfahrung im Party-Service. (Fast) alles ist machbar, Wünsche sind dazu da, gelebt zu werden.

Feste planen wir in der Größenordnung von 8 bis 1.000 Personen.

LINK: Location Scout

Wir sind seit 30 Jahren Anbieter hochwertiger Gastronomie-Leistungen. Uns ist nahezu keine Location fremd! Fordern Sie uns heraus, wir werden Sie zum Staunen bringen!

LINK: Speisen

Schwelgen Sie lieber in kölschem oder in russischem Kaviar? Matjes, Hummer oder doch lieber mediterranes Fischbuffet? Die Bandbreite unserer Küche ist groß, sehr groß. Deshalb wird hier jeden Tag geschält, gehackt, geschnitzelt: Wir zaubern aus frischen, hochwertigen Zutaten Köstlichkeiten, die Sie und Ihre Gäste dazu verleiten werden, so richtig zuzugreifen.

Dazu servieren wir ausgesuchte Weine aus Erzeugerabfüllung. Bei uns sind alle Winzer von Rang und Namen – auch die Zukünftigen – vertreten.

LINK: Personal

Aufmerksam, freundlich und dennoch im Hintergrund: Gehobene Gastronomie ist nur mit gastorientierten, gut ausgebildeten Mitarbeitern möglich. Deshalb durchläuft unser Service- und Küchenpersonal regelmäßig Weiterbildungsmaßnahmen. Abgesehen davon stellen wir nur Fachpersonal ein.

...

**Backwaren
Interview****LUBIG in aller Munde!**

Die Läden der Biologischen Bäckerei LUBIG sind aus dem Stadtbild von Bonn nicht mehr wegzudenken. Diese Tatsache ist für uns heute der Anlass, bei Hans Lubig (70), Inhaber der Biologischen Bäckerei LUBIG, einmal mehr etwas über das Unternehmen zu erfahren:

Herr Lubig, der Name Lubig ist in Bonn und Umgebung bekannt und die Läden sind aus dem Straßenbild nicht mehr wegzudenken. Aber wer steckt eigentlich dahinter?

Oh, ganz normale Menschen, besser gesagt ein mittelständischer Familienbetrieb. Mein Vater gründete die Bäckerei 1894 mit xx Mitarbeitern. Während der zwei Kriege musste er zeitweise den Betrieb einstellen, aber es wäre ihm nie in den Sinn gekommen, seinen Bäckerberuf gegen einen anderen einzutauschen. Und die Liebe zu diesem Beruf hat er an mich und meine beiden Söhne weitergegeben.

Ihr Vater war auch der Erfinder des Laktose-Brottes – oder?

Ja, das stimmt, und darauf sind wir sehr stolz. Es gehört seit der Erfindung im Jahre xxxx zu unserem Brotsortiment, gerade weil die Leute so viele Probleme mit ihrem Magen und ihrer Verdauung haben.

Das ist aber nicht die einzige Erfindung aus dem Hause LUBIG?

Auch das stimmt, mein Vater hat in den 30er Jahren das heute gängige Schaumsauerverfahren entwickelt. Aber es würde jetzt wohl zu weit gehen, dieses Verfahren an dieser Stelle zu erläutern. Auf jeden Fall hat es auch etwas mit der Sauerteigpflege zu tun. Wir wenden ein 6-stufiges Sauerteigverfahren an, bei dem wir dem Sauerteig, besser gesagt der Natur, sehr viel Zeit lassen, sich zu entwickeln. Natürlich könnten wir auch ein schnelleres Verfahren anwenden oder in den Chemie-Kasten greifen, uns sind aber die Qualität und der Geschmack wichtig. Es wäre auch völliger Unsinn, Getreide aus ökologischem Landbau zu verwenden, um dann mit billigen Tricks nachzuhelfen.

Auf Ihren Brottöten steht "Biologische Bäckerei LUBIG seit 1894"

Ja, und daran wird sich auch in Zukunft nichts ändern! Wir verfolgen den ökologischen Weg, wo er machbar ist. Deshalb werden alle unsere Brote mit Getreide aus ökologischem Landbau gebacken. Wussten Sie, dass wir in NRW der größte Abnehmer von Getreide aus ökologischem Landbau sind?

Nein, das ist uns neu. Sie sagten eben: "Wir verfolgen den ökologischen Weg, wo er machbar ist." Was meinen Sie damit?

Dazu muss ich wohl etwas weiter ausholen. Unser Sortiment ist in drei Teile aufgeteilt: Es gibt eine Brotschiene, eine Weizenschiene und eine Konditorei-Schiene. Die Brotschiene, wir sprechen hier von xx Sorten Brot und xx Sorten Brötchen, wird ausschließlich aus Bio-Getreide hergestellt. Das heißt aber auch, dass wir im Vergleich zum Wettbewerber, der sich meist mit 2-3 Bio-Brötchen brüstet, einen sehr viel höheren Materialeinsatz haben. Das sind in Summe 60 % höhere Materialkosten, die wir so nicht eins zu eins an unsere Kunden weitergeben können und wollen. Wir verzichten auf deutlich höhere Gewinnmargen, um unserer Ideologie vom gesunden Brot treu bleiben zu können.

Und die beiden anderen Schienen?

In der Konditorei und bei den süßen Weizenprodukten verwenden wir Weizen aus dem herkömmlichen Anbau. Dem Großteil unserer Kunden schmecken Kuchen, Plätzchen und Croissants aus weißem Mehl einfach besser. Und ehrlich gesagt, mir auch. Ein Berliner aus weißem Mehl schmeckt einfach ganz

anders als z. B. ein Vollkorn-Berliner. Und so ist es auch bei Croissants, bei Puddingteilchen, bei Streuselkuchen usw. Bei unserem Karottenkuchen wiederum kommt Vollkornmehl zum Einsatz.

Herr Lubig, in Bonn und Umgebung gibt es XX Läden von Lubig. Wie funktioniert eigentlich eine Bäckerei wie die Ihre oder besser gesagt, wie groß ist die Bäckerei Lubig?

Unsere Bäckerei ist flächenmäßig eigentlich nicht besonders groß. Aber wir nutzen die Backstube täglich zweimal, indem es eine Frühschicht gibt, die um 2 Uhr morgens mit dem Brotbacken anfängt, und eine Konditorschicht, die morgens um 7 Uhr an die Arbeit geht.

Und was passiert dann?

Bei uns geht es zu wie in jeder anderen Bäckerei, nur dass wir mit unseren Backwaren nicht nur einen Laden beliefern, sondern mehrere. Wir kaufen hochwertige Rohstoffe ein und verarbeiten diese ausschließlich nach eigenen Rezepturen. Morgens, wenn die Backwaren fertig sind, werden sie mit unseren LKWs zu den Läden gebracht und verkauft. Was uns auszeichnet, ist, dass alle Lubig-Produkte, die Sie im Laden kaufen können, auch wirklich von Lubig-Mitarbeitern hergestellt wurden.

Heißt das, wenn wir extra zu einem bestimmten Bäcker laufen, nur um seine "göttlichen" Croissants zu kaufen, dass diese vielleicht gar nicht von diesem Bäcker stammen?

Das könnte sehr gut sein, fragen Sie ruhig einmal nach! Gerade Croissants sind so genannte Convenience-Produkte, die man bei Lieferanten für Bäckerei-Bedarf tiefgefroren zukaufen kann. Oder zum Beispiel Plätzchen. Die Plätzchenherstellung ist aufwändig, die Ware soll immer frisch sein, gleich aussehen und natürlich immer gleich schmecken. Da ist es gerade für deutschlandweit operierende Bäckerei-Ketten interessant, sowohl Material- als auch Personalkosten zu sparen und die Ware zuzukaufen.

Und wie ist das bei Lubig?

Wie gesagt, was bei Lubig verkauft wird, wird auch bei Lubig hergestellt! Deshalb beschäftigen wir unter anderem 10 Bäcker-Meister, meinen Sohn Christian und mich mit eingerechnet, 19 Bäcker-Gesellen und 3 Lehrlinge. Und im Herbst kommen 3 weitere Lehrlinge dazu. Natürlich stehen auch in unserer Backstube große Rührgeräte und der Backofen funktioniert vollautomatisch. Das hat den Vorteil, dass die körperlich anstrengenden Arbeiten größtenteils wegfallen und deshalb auch junge Frauen die Möglichkeit haben, den Bäcker- und Konditorenberuf zu erlernen.

Kaum zu glauben, es wird alles selbst hergestellt?

Ja, angefangen beim Blätter- und Plunderteig, den wir selbst herstellen, über den Pudding, den wir selbst kochen, bis hin zu den Zimtsternen, die bei uns von Hand ausgestochen werden. Je nach der täglichen Nachfrage, können wir jederzeit ein Blech mehr oder weniger backen und dadurch immer frische Produkte anbieten, die garantiert frei von Konservierungsmitteln, künstlichen Triebmitteln oder Aromen sind. Nur bei Marzipanfiguren und bei der Bestellung von Fantasie-Torten lässt sich der Griff zum Farbtopf nicht verhindern, aber auch da verwenden wir nur unbedenkliche Produkte. Das alles ist mir sehr wichtig, und auch mein Sohn Christian, der auch schon seit Jahren in unserem Betrieb arbeitet, steht hinter dieser Philosophie.

Und wie sieht die Zukunft bei Lubig aus?

Ich bin nun dabei, mich langsam aus dem Geschäft zurückzuziehen, um der dritten und vierten Generation Platz zu machen. Und wie mein Vater meinen Söhnen als Gesprächs- und Diskussionspartner zur Verfügung stand und sie gleichzeitig an unsere Bäcker-Philosophie heranführte, so werde auch ich versuchen, meinen drei Enkelkindern (x/x/x Jahre alt) die Lubig-Philosophie näher zu bringen.

Herr Lubig, wir danken Ihnen für dieses Gespräch!

DEUTSCHE Molkereiprodukte
Headlines für Salesfolder

Produkt- und Packaging-Relaunch für die gesamte Kategorie

Head: Jetzt so richtig absahnen

Head: Holen Sie sich den Rahm von der Milch

Head: Der Leichte ist ein Rendite-Schergewicht

Head: Ein Umsatzbringer, der auf der Zunge zergeht

Head: Herzhafte Zuwächse garantiert

Head: Kanzlers neuer Liebling (Kinderquark)

Head: Lässt die Kassen klingeln

Head: Für frischen Wind im Kühlregal

Head: Leichter geht's nicht (Molke-Creme)

Head: Süßer Zuwachs im MOPRO-Regal

Head: Wir „versüßen“ Ihren Umsatz

Head: Mit gutem Geschmack so richtig absahnen

Head: Für ein sahniges Umsatzplus

Head: Ver-Stärkt das Kinder-MOPRO-Sortiment

ITALIENISCHE Molkereiprodukte

Konzeption einer neuen B-to-B-Kampagne ohne klassisch-italienische Bildwelten

Konzeptansatz PRODUKTERKLÄRUNG

Mozzarella ist gleich Mozzarella?

Erzählen Sie das einem Italiener, der wird Ihnen etwas erzählen!

Galbani ist der größte Käsehersteller und -exporteur Italiens. Bevor wir eine neue Käsespezialität auf dem deutschen Markt einführen, wird sie millionenfach in Italien geprüft: Unsere italienischen Kunden sind die schwierigsten Käufer der Welt! Tellergerichte mit Käse müssen so lecker wie bei „Mama“ schmecken, kulinarische Langeweile ist strengstens verboten und natürlich muss auch Preis-Leistung stimmen!

Sie sehen, Ihre Vorgaben sind auch unsere Vorgaben! Willkommen bei Galbani!

Galbani Dolcelatte!

Der Berlusconi unter den Käsen: in allen Töpfen erfolgreich und geschmacklich immer obenauf!

Galbani ist der größte Käsehersteller und -exporteur Italiens. Bevor wir eine neue Käsespezialität auf dem deutschen Markt einführen, ...

Käse ist gleich Käse?

Und Wein in Tetra-Pack ist Premium!

Galbani ist der größte Käsehersteller und -exporteur Italiens. Bevor wir eine neue Käsespezialität auf dem deutschen Markt einführen, ...

ITALIENISCHE Molkereiprodukte

Konzeption einer neuen B-to-B-Kampagne ohne klassisch-italienische Bildwelten

Konzeptansatz RENDITEVERSPRECHEN

Rekordverdächtig!

Die neueste Wiederentdeckung auf dem Markt der italienischen Kochkunst! Profitieren auch Sie von der hohen Wertsteigerung durch Neuinterpretation italienischer Küche! Kurzfristige Gewinne jederzeit möglich! Grandiose Umsatzsteigerung bei Weiterverkauf bzw. Einzelabgabe an Kenner und Liebhaber von italienischen Tellergerichten garantiert! Investitionsberatung durch Galbani Food Service unter der Telefonnummer 089-

Heiße Ware! Weiße Ware!

Rendite gepaart mit aktivem Vermögensmanagement: Mit Galbani-Produkten sind Sie immer gut beraten! Ob kurzfristiges Investment oder langfristige Wertanlage durch wiederkehrende italienische Gourmetwochen: Umsatz ist garantiert! Beraten Sie sich mit Ihrem Anlagenberater von Galbani Food Service! Erreichbar unter 089-

Den Ausstellungskatalog gibt's beim Food Service!

Galbani-Küchenkunst! Investieren Sie in ein Produkt mit hoher Rendite und steigenden Weiterverkaufspreisen durch Abgabe von Einzelportionen. 100fache Wertsteigerung möglich! Ihr Galbani-Anlageberater berät Sie gerne! 089-

ITALIENISCHE Molkereiprodukte**Konzeption einer neuen B-to-B-Kampagne ohne klassisch-italienische Bildwelten****Konzeptansatz ITALIENISCHE SPRACHE****Parli italiano?****[in dtsh: Machen Sie gerne Gewinn?]**

Parli italiano? Sprechen Sie italienisch? Um täglich mit Galbani-Produkten Gewinn zu machen und Ihre Kunden zufrieden zu stellen, müssen Sie kein italienisch sprechen. Der Galbani Food Service spricht eine Sprache, die jeder versteht: Abverkauf durch Rezeptvielfalt, Kundenbindung mit Hilfe von italienischen Wochen, Verkaufszahlen mit Markenprodukten und Sonderaktionen hochfahren, mit Galbani-Produkten Gewinn einfahren!

Santa Lucia!**[Die Schutzheilige aller Käseeinkäufer]**

Santa Lucia! Die erfolgreichste Marke der Firma Galbani! Mit Hilfe dieser starken Marke können Sie das weiße Segment ausbauen und gleichzeitig neue Zielgruppen erschließen. Galbani, der größte Käsehersteller und -exporteur Italiens, unterstützt Sie gerne dabei. Fragen Sie unseren Food Service nach Sonderaktionen, italienischen Wochen, Kundenbindungsprogrammen und vielem mehr! Wir freuen uns auf Ihren Anruf! 089-

Piacere!**[in dtsh: Heute macht die Arbeit wieder richtig Spaß!]**

Piacere! Es ist uns ein Vergnügen, Sie zu beraten und bei Ihrer täglichen Arbeit zu unterstützen. Ob als Einkäufer, Verkäufer oder Gastronom. Beim Galbani Food Service sind Sie mit Ihren Fragen und Problemen immer gut aufgehoben. Wir sind für Sie da – damit Ihre Arbeit alle Tage Spaß macht!

Online-Adventskalender**Von Gedichten über Web-Empfehlungen bis hin zu launischen Rezeptvorschlägen...****Wiener Apfelstrudel****Keine Sorge, Sie schaffen den schon!**

Zwischen dem Erkennen meines österreichischen Akzents und der Frage nach Apfelstrudel oder Sachertorte liegen nur wenige Augenblicke... Hier also mein ganz persönliches Rezept für einen Spiele- und Strudeltag mit Freunden:

Man nehme zwei Männer mit kräftigen Händen und lasse sie jeweils – mind. 15 Minuten lang – einen Strudelteil kneten. Der zweite Teig ist zu aller Leute Beruhigung gedacht und kann ohne weiteres einige Tage im Kühlschrank aufbewahrt werden. Dann schmieren Sie allen Ihren Freunden ein sehr großes Butterbrot, damit 1. nicht alle Apfelscheiben während des Schälens und klein Schneidens aufgegessen werden, 2. von den köstlich riechenden Zucker-Semmelbröseln, die sie währenddessen langsam in einer Pfanne anrösten, etwas übrig bleibt, 3. noch Rosinen da sind, wenn sie zum Einsatz kommen und 4. Ihre Freunde die Backzeit von einer Stunde „spielend“ überstehen.

Der Strudel selbst ist schnell gemacht: Der Teig wird sehr dünn auf einem alten Tuch ausgerollt und dann von der Teigmitte aus, mit dem Handrücken nach oben, von innen nach außen Richtung Tischkante „gedehnt“ – beim Ziehen entstehen eher Löcher. Danach wird der Teig *zuerst* mit Zuckerbrösel und *anschließend* mit Apfelstücken bestreut. Noch schnell ein bisschen Zucker, Zimt und Rosinen darauf, und schon können Sie den Teig samt Belag fest aber behutsam zusammenrollen und auf das Blech heben. Mit zerlassener Butter bestreichen, mit einer Gabel Löcher zum Dampf ablassen stechen und eine Stunde lang bei 180 Grad auf mittlerer Schiene backen. Gut abkühlen lassen, damit sich keiner die Zunge verbrennt!

Ach ja: Sollte Sie die Zubereitung des Strudelteig stressen, dann können Sie auch ein bis zwei Packungen Teigblätter, bestehend aus Weizenmehl, Wasser und Salz, aus dem türkischen Supermarkt verwenden.

Der Strudelteig:

250 g Weizenmehl,
1 EL geschmacksneutrales Öl,
1 Prise Salz,
1/8 Liter lauwarmes Wasser und
1 Spritzer Essig kurz verrühren und anschließend
auf einem bemehlten Brett zu einem seidenglatten Teig verkneten.

oder

Ein bis zwei Packungen Teigblätter, z.B. von der Marke Yufka, im türkischen Supermarkt kaufen, die dünnen Blätter vorsichtshalber doppelt nehmen und mit einem nassen Tuch leicht anfeuchten.

Zutaten für die Füllung:

1,5 - 2 kg SAURE Äpfel oder süße Birnen
schälen, in feine Scheiben schneiden oder gleich hobeln,
mit Zimt, Zucker und Rosinen bestreuen.

Zutaten für die Zucker-Semmelbrösel:

60 - 100 g Semmelbrösel mit

2 - 3 EL Zucker in

40 - 60 g zerlassener Butter kurz anrösten

und als erstes – damit sie den Apfelsaft aufsaugen können und der Teig nicht nass wird – auf den ausgerollten Teig streuen.