

Quelle: Eifel hautnah – Das Buch 2022

Datum: 01.01.2022

Seite: 218 - 221



LINKS: MARKUS ZIMMERMANN AUS POLCH SIEHT IM PROJEKT EIFEL PLUS SCHWEIN EINE GROßE CHANCE. UM SICH IM WETTBEWERB BEHAUPTEN ZU KÖNNEN.

DAS EIFEL PLUS SCHWEIN KLASSE STATT MASSE

MEHR TIERWOHL, MEHR REGIONALITÄT, MEHR TRANSPARENZ – DAS SIND DIE MEGATRENDS BEI DER ERNÄHRUNG. DIE REGIONALMARKE EIFEL HAT MIT EINER NEUEN GÜTEKLASSE FÜR FLEISCH UND WURSTWAREN HIERAUF EINE STIMMIGE ANTWORT.

Für Landwirte, vor allem auch für Schweinehalter, sind die Zeiten extrem schwierig. Die Globalisierung mit anonymen Absatzmärkten, die wachsende Furcht vor der Afrikanischen Schweinepest und der stagnierende Fleischkonsum belasten die Höfe. Nicht nur materiell, sondern auch mental ist es für viele Viehhalter eine Gratwanderung, die nicht selten zur Aufgabe zwingt. Die Folge: Immer weniger Fleisch wird in Deutschland produziert, immer mehr Fleisch kommt aus unterschiedlicher Erzeugung in anderen Ländern auch jenseits der EU. Das wiederum ist eine Belastung für Umwelt und Tiere und widerspricht dem Wunsch von immer mehr Verbrauchern nach Lebensmitteln aus garantiert nachhaltiger Erzeugung.

Die Regionalmarke EIFEL ist da für Landwirte verschiedener Sparten – so auch für Schweinehalter – ein Ausweg raus aus dieser Abwärts-spirale. „Wir sind so froh, dass wir jetzt mit dem Projekt EIFEL Plus Schwein eine richtig gute Perspektive haben, mehr Wertschöpfung zu bekommen. Und mit dem Mehr an Geld können wir Schritt für Schritt weitere Verbesserungen in der Tierhaltung umsetzen“, schildert Anna Schwab-Pflicher, Schweinehalterin aus Gering, den kräftigen Silberstiel am Horizont, den ihr Hof der Regionalmarke EIFEL und den beteiligten Partnern verdankt. Auch ihr Kollege

Markus Zimmermann, der in Polch einen Hof mit Schweinehaltung und Ackerbau betreibt, sieht darin nur Positive. „Wir sind ein kleiner Familienbetrieb, wie es in der Eifel Tradition hat. Gerade für uns ist es eine riesige Chance, uns gegen die Massentierhaltung und den rüden Wettbewerb zu behaupten.“ So konnte er auch seinen Sohn überzeugen, in die Landwirtschaft einzusteigen und das Generationenerbe anzutreten. Für Kontinuität ist gesorgt.

EINE GUTE ZUKUNFT FÜR MENSCH UND TIER
Das Projekt EIFEL Plus Schwein bündelt die regionale Power von der Ferkel-Aufzucht und Mast über die Schlachtung und die Veredelung bis in die Ladenheke. Kurze Transportwege, kleine Betriebsgrößen und Transparenz für den Kunden sind oberstes Gebot. Wie bei allen anderen Produkten und Dienstleistungen der Regionalmarke EIFEL gilt der Grundsatz, dass die Zutaten aus der Region stammen und alle Schritte der Wertschöpfungskette besondere Qualitätskriterien erfüllen müssen. Die werden regelmäßig streng kontrolliert, erst dann gibt es das begehrte farbe Gütesiegel. „Unser EIFEL Plus Schwein-Konzept bedeutet für uns den Startschuss für das Regionalmarke EIFEL Fleisch 2.0!“, betont Markus Pfleger, Geschäftsführer der Regionalmarke EIFEL GmbH.

ERNDLORDGEBUNDENER EIFEL

219



MARKUS ZIMMERMANN BETRIEBT AUF SEINEM LINDENHOF NEBEN DER SCHWEINEZUCHT AUCH ACKERBAU UND ERZEUGT SO EINEN TEIL DES FUTTERS SELBST.

Besonders wichtig ist das Tierwohl. Die derzeit teilnehmenden Schweinezüchter und -mäster sind zwar konventionell erzeugende Höfe, bieten den Tieren jedoch bereits jetzt bessere Lebensbedingungen als in der Branche üblich: mehr Platz, Spielgeräte und Beschäftigung für die Tiere, selbst erzeugtes Futter mit hohem Rausfutteranteil, mehr Tageslicht ... „Wenn sich das Projekt so wie geplant entwickelt, können wir den Tieren auch Auslauf ins Freie geben“, skizziert Anna Schwab-Pflicher das Ziel. „Der erste Schritt in die richtige Richtung ist jedenfalls gemacht.“ Markus Zimmermann bestätigt: „Früher tat es in der Seele weh, die Schweine in eine anonyme Großschlachtung zu geben. Jetzt ist es schonender für die Umwelt und stressfreier für die Tiere. Ich weiß, wo sie hinkommen, und die Verbraucher wissen, wo sie herkommen.“

220

LAND UND LEUTE



Zimmermann schätzt den direkten Kontakt zu den Kunden und will den Tieren in absehbarer Zeit auch die deutlich aufwendigere, aber natürlichere Haltung auf Stroh ermöglichen. „Ich möchte sukzessive so weit wie möglich zurück zu einer werthaltigen traditionellen Landwirtschaft, die Mensch und Umwelt guttut.“ Aber auch die Verbraucher seien gefragt, um dieses Ziel gemeinsam zu erreichen.

GENUSS KOMMT VOM KÖNNEN

Damit es den Verbrauchern schmeckt und sie bewusst etwas höherpreisige Waren genießen, hat das Projekt die Verarbeitung und Veredelung der Schweine in die Hand der Metzgerei Hünten in Lof gelegt. Schon seit rund 130 Jahren sorgt der familiäre Handwerksbetrieb für leckere und frische Fleisch- und Wurstwaren in der Region und ist

Teilnehmer der Regionalmarke EIFEL fast von deren Beginn an. „Die Eifel hat uns immer am Herzen gelegen“, sagt Geschäftsführerin Monika Schmidt, „und die Regionalität ist in den letzten Jahren noch wichtiger geworden.“ Auch sie ist froh, einen Beitrag zu mehr Tierwohl leisten zu können, indem sie sich beim Projekt EIFEL Plus Schwein engagiert. Das klassische Metzgereisortiment ist schon lange auf die Regionalmarke umgestellt, neu sind leckere Spezialitäten entwickelt worden, beispielsweise Aufschnittsorten, Batwurst oder Grillgut, das es nur bei Hünten im eigenen Metzgerladen sowie in der Frischetheke des Abnehmers REWE Hundertmark gibt, der ebenfalls Projektteilnehmer ist.

Es passt zur umweltbewussten modernen Lebenshaltung, dass der Metzgerbetrieb nicht allein die Edelteile des Schweins wie Filet oder Kotelett anbietet, sondern alles „from nose to tail“ verarbeitet, wie es in der Fachsprache heißt. „Das entspricht bester Handwerkstradition, die unsere Kunden von uns erwarten“, weiß Monika Schmidt. „Die wollen keine achlose Wegwerfmentalität, sondern die Kunst, aus den werthaltigen Teilen eines Tieres geschmackvolle und regionale Lebensmittel zu machen.“ Für delikate Aufschnitt- und Wurstspezialitäten wird das im ebenfalls familiär geführten Partnerbetrieb Boyer geschlachtete Schwein optimal genutzt. Dreizehn zerlegt und veredelt Hünten etwa achtzig angelernte Schweine pro Woche, doch es können und sollen auf Dauer mehr werden. „Wir erleben in unseren Kundengesprächen, von denen wir ja viele führen, dass die Endverbraucher durchaus gern etwas mehr Geld ausgeben, wenn sie sicher sein können, dass sie damit das Tierwohl und die heimische bäuerliche Landwirtschaft stärken.“

HANDEL MACHT LUST AUF MEHR BEWUSSTSEIN

Für Björn Hundertmark, der gemeinsam mit seinem Bruder Jörg die zwölf REWE-Märkte in der Region führt, die von Hünten beliefert werden, ist es ein Herzensanliegen, mehr regionale Wertschöpfung und mehr Tierwohl zugleich zu ermöglichen. „Wir haben das EIFEL Plus-Segment quasi mit erfunden“, sagt er stolz. Er sieht sich als Händler aus Erzeugung in der Pflicht, Bewusstsein für die Vorteile regionaler Erzeugung zu schaffen. Die Landwirte erhalten anhand

LAND UND LEUTE



SCHON BEI VERKAUFSTART DES EIFEL PLUS SCHWEINS IN DEN ZWÖLF REWE-HUNDETMARK MÄRKTEN GAB ES POSITIVE KUNDENRESONANZ.

eines Verteilungsschlüssels einen festen Basispreis, der sogar eine Mindestpreisgarantie beinhaltet, und wissen vorab, wie viele Tiere vom Handel abgenommen werden. Sie können somit verlässlich kalkulieren, ohne den starken Preisschwankungen des globalisierten Marktes für Schweine unterworfen zu sein. Darüber hinaus erhalten die Landwirte eine direkte Tierwohlprämie in Höhe von 15 Euro pro Schwein vom Händler. Es entsteht eine geschlossene regionale Kette, die auch für die Kunden überschaubar ist. Offenbar rennt er damit bei vielen Menschen offene Türen ein. „Die Nachfrage dafür ist da. Und sobald wir jetzt zum Start das EIFEL Plus Schwein beworben hatten, kam bereits gute Kundenresonanz.“ Mit Flyern, geschultem Verkaufspersonal sowie Facebook-Werbung für das Projekt und einem deutlich gekennzeichneten, separaten Platz in der Verkaufsheke erhalten die entsprechenden Fleisch- und Wurstwaren mehr Aufmerksamkeit.

Die Hundertmark REWE-Märkte sind Vollsortimenter, in denen die Kunden stets die Wahl haben zwischen Waren aller Preis- und Qualitätslevel. Die Spezialitäten aus dem Projekt EIFEL Plus Schwein stehen also im Supermarkt in direktem Wettbewerb mit niedriger bepreisten Produkten aus anonymerer Herstellung und Verarbeitung. „Aber es ist ein echtes Argument, dass nicht nur die garantierte Qualität top ist, sondern dass davon auch die heimischen Bauern fair bezahlt und die Tiere besser gehalten werden“, sagt Hundertmark. Er ist überzeugt, dass sich das Projekt bewähren und durchsetzen wird. (ako) ■

221