

Quelle: Trierischer Volksfreund

Datum: 13.01.2020

Seite: 9

Eine geflügelte Gemeinschaft

Zwei Eifeler Pionierbetriebe tun sich zusammen: Die Neuendorfer Firma Heiko Rollende Märkte übernimmt die Verkaufstouren und -Wagen des Geflügelhofs Lehnertz in Habscheid. Und wird künftig unter anderem auch deren Hühnereier im Sortiment führen.

VON FRITZ-PETER LINDEN

HABSCHIED/NEUENDORF Heiko und Lehnertz: Die zwei Eifeler Unternehmen zählen zu den ersten bundesweit, die mit ihren Produkten an die Haustür kamen.

Heiko begann damit im Jahr 1950, als Emil Kottsieper in Neuendorf einen Geflügelhof gründete. Aus den anfangs ausgelieferten Hühnereiern sind nach Unternehmensangaben heute 400 Produkte geworden – längst fährt man auch zu Kundenschaft im Raum Köln, im Saarland und in den Nachbarländern: Im belgischen Sankt Vith und in Garnich, Luxemburg, betreibt Heiko eigene Standorte.

Vier Jahre später begann man auch auf dem Geflügelhof Lehnertz damit, seine Erzeugnisse durch die Eifel zu fahren und unter die Leute zu bringen. Sein Opa mütterlicherseits, Lambert Kirsch, erzählt der heutige Geschäftsführer Lambert Lehnertz, habe damals den ersten Stall gebaut, bald waren Lamberts Vater Konrad, Mutter Mia und Tante Gerda Peters mit den Verkaufswagen in der Eifel unterwegs.

Und auch bei Lehnertz erweiterten sich Sortiment und Liefergebiet – mittlerweile zählen dazu neben den Haustür-Kunden etwa 250 Supermärkte in der Eifel, an der Mosel, in Aachen, Köln, Bonn, Düsseldorf, Duisburg und Oberhausen – „weil die Eifel da einfach einen hohen Stellenwert hat“, sagt Lambert Lehnertz.

Der Hof, einer der größten in der Region, ist vielfach ausgezeichnet und zertifiziert und war einer der ersten Betriebe, die ihre Produkte auch unter der Eifel-Dachmarke verkauften. Das sei wichtig, sagt



Ein Habscheider Huhn – künftig liefert es mit seinen Kolleginnen auch für Heiko in Neuendorf.

FOTO: FRITZ-PETER LINDEN

Lehnertz: Der heutige Kunde frage immer öfter nach der Herkunft der Produkte.

Jetzt gibt Lehnertz, in dessen Stäl-

len 39 000 Hennen ihren Dienst verrichten und täglich 30 000 Eier legen, den mobilen Verkauf an Heiko ab – auch, weil er sich stärker auf

sein Kerngeschäft konzentrieren will. Start: Im Verlauf des Januars. Die Kunden werden in den kommenden Tagen von den Verkaufsfah-



Pionier des Haustür-Verkaufs: Heiko in Neuendorf.

FOTO: HEIKO

ern über den Wechsel informiert. „Wir sind uns handelseinig“, bestätigt Heiko-Geschäftsführer Reinhard Steinkamp. Zumal Lehnertz „sehr gut eingeführte Produkte mit positiver Ausstrahlung“ im Angebot habe, verstärkt durch acht zuzuliefernde Betriebe, „die nach seinen Standards produzieren“.

Für die Neuendorfer, die als „Eifel-Arbeitgeber“ ebenfalls zur Regionalmarke gehören, hat der Zusammenschluss einen weiteren Vorteil: Denn das Unternehmen mit seinen 56 Verkaufswagen (plus Frühstücks-Service mit acht „Pausenflitzern“) wird im weiteren Verlauf des kommenden Jahres auch Eier von Lehnertz ins Sortiment aufnehmen und damit auch an dieser Stelle ein weiteres regionales Produkt im Angebot haben – neben Molkereierzeugnissen aus Pronsfeld, Backwaren aus Müllenborn oder Gemüse aus der Ostefel und anderen nahen Erzeugergebieten.

Steinkamp ist zudem davon überzeugt, dass sich der „rollende“ Markt noch ausweiten werde. „Ja – aus zwei Gründen“: Da sei einerseits die Demografie – in den kommenden 15 Jahren werde die Zahl der Senioren, eine wesentliche Heiko-Zielgruppe, deutlich wachsen. Zugleich entwickle sich auch der Markt bei jungen, produktbewussten Käufergruppen. Diese Entwicklung sieht auch Lambert Lehnertz: „Die fragen immer öfter: Wo kommt das her?“

„Die Leute werden da immer sensibler“, unterstreicht auch Reinhard Steinkamp. „Regional ist das neue Bio.“

KOMMENTAR

Rund wie ein Eifel-Ei

Es gibt Firmenkooperationen, die weniger organisch erscheinen: Zwei Eifeler Betriebe, die in der Vermarktung ihrer Lebensmittel Pionierarbeit geleistet haben, tun sich beim Vertrieb zusammen. Lehnertz nutzt die Logistik von Heiko, und Heiko kann auf ein weiteres heimisches Produkt verweisen, das zudem schon etliche Auszeichnungen erhalten hat. Das nützt den Firmen wie den Kunden, die zu recht immer genauer darauf schauen, wo-

her ihre Lebensmittel kommen und wie sie erzeugt werden. Lauter Gewinner also, das Ding ist rund wie ein zertifiziertes Eifel-Ei.

f.linden@volksfreund.de



Fritz-Peter Linden