

Quelle: Lebensmittel Praxis

Datum: 03.09.2021

Seite: 44 - 45

Hersteller Fleisch, Wurst und Geflügel

Tierwohl im Fokus

Seit Kurzem finden Kunden bei dem Händler Rewe XL Hundertmark Fleisch- und Wurstprodukte aus dem Programm „Eifel Plus Schwein“. In Zukunft soll das Programm aus der Haltungstufe 3 kommen. **Jens Hertling**

»Der Kauf von Produkten aus der Region ist schon seit Langem eine Herzensangelegenheit von uns. Während bereits eine Vielzahl regionaler und lokaler Produkte in den zwölf Märkten des Unternehmens angeboten wird, startete vor zwei Monaten das von uns ins Leben gerufene Pilotprojekt „Eifel Plus Schwein“, bei dem noch mehr Tierwohl im Fokus steht“, sagt Björn Hundertmark, geschäftsführender Gesellschafter von Rewe XL Hundertmark zu seiner Motivation. Doch so ein Projekt lässt sich nicht über Nacht stemmen: „Bei den Fleisch- und Wurstprodukten haben wir länger gesucht.“ Der erste Kontakt bestand zur Porc Qualité Ardennaise (PQA). Die PQA ist eine Erzeugergemeinschaft (ETG) in Belgien, die 1989 von Schweinezüchtern und -mältern, von 14 Landwirten und einem Metzger gegründet wurde. „Ich war beeindruckt, dass die EZG selbst bestimmen kann, wie viel der Landwirt verdient.“ Er ergänzt: „Leider kommt die PQA aus Ostbelgien und wir wollten etwas vor der unmittelbaren Haustür.“ Die Lösung kam in Person von Markus Pfeifer, Geschäftsführer der Regionalmarke Eifel GmbH. Anfang des Jahres 2020 gab es ein Kennenlerngespräch unter den Projektteilnehmern bei dem Landwirt Tobias Fuchs aus Kehrig. Von da an kam das gemeinsame Projekt ins Rollen und ging im April dieses Jahres an den Start. Die Vermarktung bietet beiden Seiten jetzt eine große Chance, wie Björn Hundertmark betont. „Die



Björn Hundertmark ist geschäftsführender Gesellschafter bei Rewe XL Hundertmark.

Das sei für uns ganz klar nachvollziehbar, so der Händler.

Die Kriterien und Vorteile der Regionalmarke „Eifel Plus Schwein“

- Die Aufzucht und Haltung erfolgt in kleinbäuerlichen Betrieben
- Die Haltung ist vergleichbar mit der Haltungsstufe 2
- Es gibt eine Ganztiervermarktung
- Es gibt 10 Prozent mehr Platz
- Das Schweinefutter besteht mindestens zu 70 Prozent aus Getreide,

Die Regionalmarke Eifel

Über die Regionalmarke Eifel werden qualitativ hochwertige Produkte und touristische Dienstleistungen aus der Eifel vermarktet. Für die Umsetzung der Markenführung einer regionalen Qualitätsmarke in der Eifel wurde Anfang 2004 die Regionalmarke Eifel GmbH gegründet.



An der Bedientheke ist die Wurst des „Eifel Plus Schwein“ ausgewiesen.



Die Verkäufer wurden vor dem Start umfangreich für das Projekt geschult.



Die gesamte Wertschöpfungskette – vom Erzeuger bis zum Händler – profitiert von dem Projekt.

davon kommen mindestens 50 Prozent aus der Eifel

- kurze Transportwege für die Tiere
- pro verkauften Tier erhält der Landwirt noch einmal 15 Euro extra direkt von Rewe Hundertmark

Das Programm wird laut Björn Hundertmark nach und nach aufgestockt. Ein vierter Landwirt steht schon in den Startlöchern. Pro Woche werden 80 Tiere abgenommen, und dies soll kontinuierlich aufgestockt werden, so der Händler. Die Landwirte erhalten anhand 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 unsere Kunden überschaubarer ist“, so Hundertmark. „Dies wird sich stufenweise aufbauen – für die Haltungsstufe 3 braucht es wieder andere Kriterien.“ Laut Björn Hundertmark wird der weitere Ausbau Schritt für Schritt erfolgen, als „nächstes Etappenziel wollen wir beim Futter nachjustieren“.

Für den Händler Björn Hundertmark ist es besonders wichtig, dass das komplette Tier verwertet wird. Die Edelteile des Schweins werden in der Frischtheke der zwölf Märkte verwertet. Die Nichtedelteile fließen komplett in die Wurstwaren mit ein, die die Firma Hünten aus Lof herstellt. „Nose to Tail – das ist das, wo wir alle in Deutschland hinmüssen“, sagt Hundertmark.

Als letter Partner in der Wertschöpfungskette wurde der Schlachthof der Familie Bayer Niederwallmenach mit ins Boot genommen. „Ich habe mir den Schlachthof vor der Zusage genau angeschaut. Ich wollte kein industrielles Schlachten – der Familienbetrieb passt gut in das Programm“, berichtet der Händler. Am Ende der Kette steht die Entwicklungs- und Koordinationsgesellschaft mbH „Orgaivent“, die im Rahmen einer unabhängigen und regelmäßigen Kontrolle den Weg vom Landwirt bis zur Rewe XL Hundertmark überprüft.

Laut dem Händler gibt es Wurst und Fleisch aus dem Programm in folgenden Variationen:

- Edelteile Schwein (15 Produkte)
- Wurst (10 Produkte)

Preis: Die Edelteile sind etwa 2 Euro pro Kilogramm teurer. In der Bedientheke fährt der Händler im Moment noch zweigleisig. „Leider sind die Verbraucher aufgrund der Kaufkraft der Region hier

preissensibel. Ich muss deshalb auch mit konventionellem Schweinefleisch Angebote fahren.“ Ist denn das Programm eine Reaktion auf den Vorstoß von Aldi Süd und Nord, die ihr Frischfleisch-Sortiment bis 2030 konsequent auf die höheren Tierwohl-Haltungsformen 3 und 4 umstellen wollen? „Wir sind weit vor dem Aldi-Vorstoß gestartet“, sagt Björn Hundertmark und lächelt. Er ergänzt: „Eigentlich würde ich gern die Haltungsstufe 1 vor dem Jahr 2025 erreichen. Das ist auch realistisch.“ Die Kundenreaktionen in seinen Märkten stimmen den Händler auch für die Zukunft positiv. „Unsere Kunden ist es besonders wichtig, dass das Fleisch aus der Region kommt – für viele ist das ein zusätzlicher Kaufanreiz.“

IDENTIFIKATION MIT DEM PRODUKT

Die Teilnahme an dem Programm hat der Händler Björn Hundertmark langfristig geplant. „Der wichtigste Punkt, der über den Erfolg entscheidet, ist die Beratungsqualität der Mitarbeiter“, sagt er. Das heißt für den Händler, dass jeder Mitarbeiter an den Frischtheken eine Schulung bekommt. „Die Mitarbeiter müssen sich mit dem Produkt identifizieren – ohne das funktioniert der Verkauf nicht“, sagt Björn Hundertmark. Das Marketing erfolgt über Handzettel, Flyer, Plakate und eine Kundenansprache. „Die Regionalmarke „Eifel Plus Schwein“ soll nur der Anfang für noch mehr Tierwohl sein. Gemeinsam mit unseren Partnern möchten wir die Bedingungen für eine tierfreundliche Haltung stetig weiter verbessern. Generell sollen jedoch der Genuss und der bewusste Verzehr im Vordergrund stehen und nicht die Masse und der günstigste Preis“, so Björn Hundertmark.

Jens Hertling ist Redakteur für FWG und sieht wie wichtig der kurze Distanz aller Partner einer regionalen Wertschöpfungskette ist.