

Quelle: Orange7

Datum: 15.07.2024

Seite: 4, 6, 8



# FLEISCH ODER NICHT FLEISCH? – DAS IST HIER DIE FRAGE

Der vollmundige, saftige Geschmack von Rind, Schwein oder Huhn wird oft als besonderer Genuss empfunden, der bei keinem Essen fehlen darf. Doch der Verbrauch ist rückläufig.

Täglich verzehrt jeder deutsche Mann im Schnitt 103 Gramm und jede Frau 53 Gramm Fleisch und Wurst, so die Schätzung des Bundes für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND). Doch der Konsum ist rückläufig. Während die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) aus gesundheitlichen Gründen bisher 300 bis 600 Gramm pro Woche für angemessen hielt, empfiehlt sie von nun an nur noch 300 Gramm. Das entspricht etwa einem Schnitzel und fünf Scheiben Wurst – pro Woche wohlge- merkt. Schinken, Salami und Steaks liegen also immer weniger auf unseren Tellern. Was sagen die heimischen Metzger und landwirtschaftlichen Betriebe dazu? Bemerkenswert ist überhaupt, dass ihre Kunden weniger Fleisch und Wurst kaufen? Wie schätzen sie die Entwicklung innerhalb ihres eigenen Marktes ein und welche alternativen Wege sind für sie vorstellbar?

**Leicht rückläufiger Absatz bei Metzgerei Müller in Gillenfeld**  
Bei der Fleischerei Müller herrscht Betrieb. Metzgermeister Marco Müller aus Gillenfeld schlachtet noch selbst 90% der Wurst- und Fleischwaren in seiner Auslage stammen aus der eigenen Produktion, was die Kunden von nah und fern zu schätzen wissen. Dennoch bemerkt der Unternehmer, der 2018 das Geschäft des Vaters übernommen hat, in den letzten Jahren einen leichten Rückgang der Umsätze und führt dafür zwei plausible Gründe an: „Zum einen gehören Wurst- und Fleischwaren in Deutschland generell nicht zu den günstigsten Lebensmitteln und werden, wie

alles andere, immer teurer. Da werden dann keine zwei Braten mehr zur Kirmes eingekauft, sondern vielleicht nur noch einer“, erklärt der 47-Jährige seine Perspektive. Er merkt außerdem an, dass Veganismus und Vegetarismus durch die Medien stark befördert werden, während der Fleischkonsum aus seiner Sicht recht undifferenziert verteuert wird, indem der Fokus häufig auf der Massentierhaltung und den damit einhergehenden klimaschädlichen Methangasen so wie dem hohen Ressourcenverbrauch liegt. Leider würde selten miteinbezogen, dass ein bewusster Fleischkonsum, der Wert auf regionale und tierwohlorientierte Produktion legt, am Ende nachhaltiger sein könnte als der massenhafte Verzehr von Soja- und Tofu-Produkten, in denen oft gleichermaßen hohe Transportkosten und Ressourcen stecken und möglicherweise noch fragwürdige Zusatzstoffe verarbeitet werden.

Die Fakten geben dem Familienvater Recht, denn tatsächlich werden in den letzten Jahren immer mehr Fleischersatzprodukte produziert und nachgefragt. So waren es im Jahre 2021 ganze 12 %, mehr als noch im Jahr 2019. Die wirtschaftliche Entwicklung in Nocken und offenbar offen gegenüber Neuen, sagt Fleischerei Müller 2023 einen Versuch, den man eher bei großstädtischen Betrieben in Köln oder Berlin findet. Er fragt seiner Aussage vegetarische Alternativen hinzu. „Es war ein Versuch“, blickt er zurück. „Wir haben das Ganze nach ein paar Monaten wieder eingestampft, weil sich die Ersatz-



Metzgermeister Marco Müller und seine Frau Ina im letzten Jahr anlässlich vegane Produkte an. Das wurde allerdings nicht angenommen.

produkte mäßig verkauft haben und viele Kunden davon auch eher irritiert waren.“ Also vorerst keine Lösung – zumindest nicht für die kleinen Betriebe der Region. Die Kunden schätzen in einer Metzgerei am Ende eben doch die Wurst- und Fleischwaren. Um die Gesamtsituation weiter zu verbessern, müsste man nach Marco Müller am Bewusstsein der Menschen für den Wert regionaler Produkte ansetzen, sodass sie die SB-Produkte liegen lassen und bei den Erzeugern ihre Lebensmittel einkaufen.

### Noch alles im grünen Bereich bei Fleischerei Pierczinski

Metzgermeister Timo Pierczinski sieht es ähnlich wie sein Kollege aus Gillenfeld. Auch er gehört zu der Minderheit der Betriebe, die noch selbst schlachten und entsprechend weiß auch er um die hohen Qualitätsunterschiede des Endprodukts. Ein solcher Versuch wie ihn Marco Müller gewagt hat, kommt für Timo Pierczinski allerdings nicht in Frage. „Es wäre die letzte Lösung, wenn gar nichts mehr geht“, antwortet er zögerlich auf meine Frage, „aber ich muss dazu sagen, dass wir glücklicherweise von dem Konsumrückgang noch nichts bemerken. Unsere Kundschaft bleibt uns seit Jahren treu und auch von weiter her kommen die Menschen, um hier unsere hochwertigen Produkte zu kaufen“, erzählt er mir. Fleischerei Pierczinski bietet derzeit zusätzlich noch einen Catering-Service an, doch der soll zukünftig eher zurückgefahren werden, um mehr Zeit für das Kerngeschäft und nicht zuletzt für die Familie zu haben.



Timo Pierczinski in seiner Wurstküche. Der Metzgermeister schlachtet noch selbst und legt großen Wert darauf, wo seine Schächtere herkommen und, dass sie so schnell wie möglich geschlachtet werden.

Auch Timo Pierczinski ist großer Verfechter regionaler Produkte. „Wenn wir uns alle auf beschranken würden, regional ein-

zukaufen, ob Fleisch, Obst oder Gemüse, würden wir auch in puncto Umwelt- bzw. Klimaschutz schon einen großen Schritt weiter sein“, sagt er. Er bemängelt, dass viele stattdessen auf das Bio-Symbol achten und



Die kleine Feine Laden von Timo Pierczinski. Die Produkte sind frisch und bis auf wenige Ausnahmen selbst hergestellt. Vom rückläufigen Fleischkonsum merkt er bisher noch nichts.



Viele Metzgermeister bieten ihren Kunden zusätzliche Produkte an, wie beispielsweise Marinaden, Nudel- oder Eier.

danach aufhören zu hinterfragen, welchen Weg etwa eine Bio-Avocado zurücklegen muss, um auf unseren Tellern zu landen. Auch er plädiert für ein Umdenken und mehr Bewusstsein, statt für ein radikales Pro oder Contra. Der Familienbetrieb in Affen trägt zu einem solchen gesellschaftlichen Bewusstsein auch durch seine mediale Präsenz bei, indem er einen Facebook-Kanal betreibt mit Informationen rund um die eigene Produktion und aktuelle Angebote.

### Extensive Landwirtschaft auf dem Landgut Pfaffenhof in Utzerath

In Utzerath trifft ich Christine Kainz-Schmid und Gottfried Schmid. Die beiden haben sich mit ihrem Pfaffenhof 2020 einen Traum erfüllt und bieten Menschen von nah und fern hier Urlaubserlebnisse auf dem Bauernhof an. Darüber hinaus vertreibt der ursprüngliche Bayer aber auch Rindfleisch von Rindern, die er selbst züchtet. Dabei handelt es sich allerdings nicht um irgendwelche Rinder,

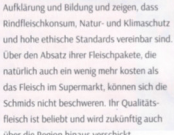
sondern um schottische Galloway-Rinder, die er in extensiver Form ganzjährig auf der grünen Wiese hält. „Uns ist es ein Anliegen, den Menschen wieder ein Leben im Einklang mit Natur und Umwelt näherzubringen“, bringt der 45-Jährige seine landwirtschaftliche Philosophie auf den Punkt, zu der für ihn auch die Art und Weise der Haltung seiner Rinder gehört. Die etwa 35 Rinder, davon 10 Mutterkühe, bekommen nur selbst erzeugtes Futter, haben sehr viel Platz, sind in der Regel kerngesund und werden nach zwei Jahren möglichst stressfrei quasi in der Nachbarschaft geschlachtet und verarbeitet. In größeren Abständen vertreiben die Schmidts dadurch Rindfleischpakete aus hochwertigem Bio-Weiderindfleisch vom Galloway-Rind. Gottfried Schmid setzt auf Klasse statt auf Masse: „Unsere Schlachtkühe sind bei weitem nicht so schwer wie die schlachtreifen Tiere aus der Massenerzeugung und entsprechend bekommen wir natürlich auch weniger Fleisch raus. Doch jeder, der unsere Pakete kauft, bekommt Rindfleisch von einem Tier, das von Anfang bis Ende ein sehr leberswertes Leben hatte.“ Zum Vergleich: Ein regulärer Schlachtkühe bringt an Schlachtgewicht etwa 430 kg auf die Waage, ein Galloway-Bulle vom Pfaffenhof gerade mal 290 kg.



Christine Kainz-Schmid und Gottfried Schmid mit Galloway-Rind Lulu. Die beiden haben das Leben im Einklang mit der Natur und mit ihren Tieren, zu denen sie einen engen Bezug haben.

Christine Kainz-Schmid und Gottfried Schmid bringen viel Erfahrung mit, da sie selbst aus der Landwirtschaft kommen. Für sie ist klar, dass man mit der eigenen Kaufentscheidung immer auch einen Beitrag zu Tierwohl und Umweltschutz leistet, in die eine oder in die andere Richtung. Auf ihrem Pfaffenhof demonstrieren sie zahlreichen Gästen, dass man beim Fleischessen nicht zwangsläufig ein schlechtes Gewissen ha-

ben muss. Besonders die durch die Medien verunsicherten Menschen finden hier ein Wertesystem, unter dem sie Fleisch wieder ganz anders und viel bewusster genießen können. So betreiben die beiden Naturliebhaber auf ihrem Hof immer auch ein wenig



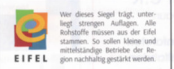
So sehen glückliche Kühe aus Gottfried Schmid's Galloway-Rinder oft aus. Das ganze Jahr über auf der grünen Wiese und genießen zusätzlich sehr wertevollen Futter. Die extensive Viehhaltung erzeugt hochwertiges Fleisch und verliert dabei den Umweltschutz nicht aus dem Blick.

Aufklärung und Bildung und zeigen, dass Rindfleischkonsum, Natur- und Klimaschutz und hohe ethische Standards vereinbar sind. Über den Absatz ihrer Fleischpakete, die natürlich auch ein wenig mehr kosten als das Fleisch im Supermarkt, können sich die Schmidts nicht beschweren. Ihr Qualitätsfleisch ist beliebt und wird zukünftig auch über die Region hinaus verschickt.

**Was sagt die Regionalmarke EIFEL?**  
Markus Pfeifer ist Geschäftsführer der Regionalmarke EIFEL (zu erkennen an dem gelben e vor farbigem Hintergrund). Das Unternehmen hat es sich zur Aufgabe gemacht, „qualitätsorientierte klein- und mittelständische Strukturen in der ländlich geprägten Mittelgebirgsregion zu stärken und damit den Erhalt und die Weiterentwicklung der Region Eifel zu ermöglichen.“ Es handelt sich also um ein Qualitätssiegel, das unter strengen Kontrollen an Betriebe vergeben wird, wenn sie in umfassender Form Regionalität nachweisen können. Das gilt auch für die Sparte der Fleisch- und Wurstproduzenten, von denen 45 an die Regionalmarke angeschlossen sind.



Markus Pfeifer ist 2005 Geschäftsführer der Regionalmarke EIFEL GmbH. Er ist offen gegenüber der Idee, auch fleischlose Alternativen in die Regionalmarke aufzunehmen, vorausgesetzt die Auflagen werden erfüllt.



Wer dieses Siegel trägt, unterliegt strengen Auflagen. Alle Rohstoffe müssen aus der Eifel stammen. So sollen kleine und mittelständische Betriebe der Region nachhaltig gestärkt werden.

produkte herkommen und wie sie hergestellt wurden. Durch diese Art der Qualitätssicherung wird ein nachhaltiger Fleisch- und Wurstkonsum möglich. Wir wollten am Ende wissen, inwiefern vegetarische Alternativen für das Produktportfolio der Regionalmarke EIFEL in Frage kommen. Hier zeigt sich Markus Pfeifer offen: „Sofem alle Grundstoffe für die Produkte in

der Eifel gewachsen sind, also unseren Auflagen entsprechen, ist eine diesbezügliche Erweiterung unserer Produktpalette sogar wünschenswert. Ich kann mir bei uns ein EIFEL-Haferdrink oder Eifel-Gemüsebratlinge gut vorstellen.“

### Fazit

Der Rückgang des Pro-Kopf-Fleischkonsums hat viele Gründe. Einer davon liegt sicherlich in dem ethisch nachvollziehbaren Ansinnen, Umwelt und Tiere zu schützen. Ein anderer Grund mag die schwindende Kaufkraft der Verbraucher sein. Zudem boomt ein enormer Markt für fleischlose Alternativen. Glücklicherweise kommen die Betriebe, zumindest die von uns befragten, wirtschaftlich noch über die Runden.

Davon abgesehen wurde aus den ehrlichen Gesprächen mit den unterschiedlichen Akteuren der regionalen Wurst- und Fleischindustrie ein gemeinsames Anliegen deutlich. Immer wieder war ein Appell herauszuhören: Egal, was und wie ihr esst, tut es bewusst und hinterfragt, wo eure Produkte herkommen. Denn das ist es am Ende, was die kleinen regionalen Betriebe den Großkonzernen voraushaben. Man kann, wenn man möchte, ganz genau nachvollziehen, wo das Stück Fleisch auf dem Teller herkommt und wie es verarbeitet wurde. Und in diesem Moment kann man sich bewusst für Nachhaltigkeit, Regionalität und Qualität entscheiden und gegen SB-Produkte aus dem Supermarkt, deren Herkunft, selbst mit Bio-Siegel, häufig nicht mehr nachvollziehbar ist. Falls man sich für Fleisch entscheidet, stärkt man damit die kleinen und mittelständischen Fleisch- und Wurstbetriebe der Eifel, die täglich mit viel Leidenschaft und einem ethischen Wertekompass an ihrer Arbeit gehen. Auch die Regionalmarke EIFEL kann dabei eine Orientierung geben.

Vielleicht kann man festhalten: Die große Gefahr für Klima, Umwelt, Tiere und am Ende uns selbst entscheidet sich womöglich gar nicht an der Frage Fleisch oder kein Fleisch, sondern vielmehr an dieser: Bewusst oder unbewusst? Man denke darüber nach.