

Buchmanns Landschwein soll die Region erobern

Fleischerei-Unternehmen aus Gullen ruft mit Landwirten und Gastronomen aus der Region Initiative ins Leben

Von Meike Stolp

GRÜNKRAUT - Bequemes Essen, das neudeutsch so schön mit dem Ausdruck „Convenience Food“ bezeichnet wird, ist genau das, was die Landwirte, die Fleischerei und die Gastronomen nicht wollen. Transparent sollen Herkunft und Verarbeitung des Fleisches aus der Region sein, gleichbleibend gut die Qualität. Das ist das Ziel der Initiative „Landschwein“, die der Fleisch- und Wurstwarenspezialist Buchmann aus Grünkraut-Gullen ins Leben gerufen hat. Vier Landwirte und über 100 Gastronomen aus der Region wollen sich nach Auskunft von Geschäftsführer Ralf Buchmann daran beteiligen.

Seit 2004 trägt Buchmann das Siegel „Landzunge“, ist sogar Firmenpartner der vom Plenum Allgäu-Oberschwaben unterstützten Aktion. Nach den Kriterien der „Landzunge“ hat Buchmann zu Beginn der Kooperation ungefähr 75 Schweine pro Woche verarbeitet. Und aus dieser Kooperation wuchs auch die Idee zum „Landschwein“. Vom Grundsatz ähneln sich die Aktionen, sie setzen beide auf regionale, nachhaltige Landwirtschaft und qualitativ hochwertige Produkte.

Buchmanns „Landschweine“ werden nach bestimmten Kriterien aufgezogen: So wird auf gentechnisch freies Futtermittel geachtet und auf artgerechte Tierhaltung. Die Landwirte gehen entsprechende Verträge mit Buchmann ein, in denen sie sich den Kriterien verpflichten. Auch die Transportwege sollen bewusst kurz gehalten werden.

Geschlachtet wird in Mengen (Landkreis Sigmaringen).

Einer der Landwirte, die der Firma Buchmann ihre Landschweine liefern, Bruno Lauer, hat seine Ställe beispielsweise in der Nähe von Ostrach. „Wir haben es nur zehn Minuten bis zum Schlachthof“, sagt Lauer Sohn Manuel. Lauer liefern ihre Schweine exklusiv an Buchmann. 600 Masttiere haben sie. Die Landwirte aus Einhardt bieten ihren Tieren 1,2 Quadratmeter Platz und Auslauf im Freien. Ein anderer Landwirt, Rolf Göller, füttert seine 900 Tiere im Deggenhausertal mit eigenem Futter.

Von der Schlachtereier geht es zur Zerlegung der Tiere. Das passiert bei der Firma Buchmann in Gullen. 130 Mitarbeiter hat der Fleischverarbeitungsbetrieb. Etwa 85 davon arbeiten in der Produktion in Grün-



Mitarbeiter der Firma Buchmann in Grünkraut verarbeiten „Landschweine“ in der Produktion in Gullen.



FOTOS: MEIKE STOLP

kraut. 150 Tiere werden dort pro Woche im Sinne der „Landschwein“-Kriterien verarbeitet.

„Ich habe die Hoffnung, dass das noch mehr werden“, sagt Geschäftsführer Ralf Buchmann. Er möchte, dass möglichst viele

Kunden aus Gastronomie und Großküche – Buchmann beliefert unter anderem die Kantinen der MTU und ZF Friedrichshafen, aber auch die OSK-Küche – sich von der „Landschwein“-Idee anstecken lassen.

Allerdings: Die „Landschwein“-Produkte werden zehn bis 15 Prozent teurer sein als das Convenience-Fleisch, das Buchmann ebenfalls im Programm hat. „Aber die Systeme sind klar getrennt“, sagt Ralf Buchmann. Nur muss er eben auch Convenience anbieten, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Etwa 20 Millionen Euro

Umsatz macht der Fleisch-Fachhändler aus Grünkraut pro Jahr.

Dass die höheren Preise gezahlt werden, da hat zumindest ein Gastronomie-Partner keine Bedenken: „Der Gast merkt den Unterschied“, erklärt Horst Schmidt vom Landgasthof Kreuz in Bad Waldsee-Mattenhaus. Und er sagt das auch, wenn er anstatt eines „Landzunge“-Schweins mal ein „normales“ auf dem Teller hat. Der Fokus müsse auf dem qualitativ hochwertigen Produkt liegen und nicht auf dem Preiskampf, findet Josef Ellgass von der Hofwirtschaft Löwen aus Eglofs. Er

„Man muss das Produkt lieben.“

Josef Ellgass
Bauer und Wirt aus Eglofs

selbst hält Rinder, von Buchmann bezieht er noch das „Landzunge“-Schwein und bald das „Landschwein“. „Man muss das Produkt lieben“, sagt Ellgass, der im Übrigen glaubt, dass man die Landgasthöfe mit der Bevölkerung aus dem eigenen Dorf nicht retten kann. Es seien die Städter, die naturverbunden und mit gutem Gewissen essen möchten.

Kommentar

Von Meike Stolp

Nachhaltige Marktstrategie

Natürlich ist die Buchmann-Aktion „Landschwein“ auch eine Werbekampagne. Für den Fleischer und auch für die Gastronomen, die sich gegen Convenience-Food aussprechen, also gegen das Essen aus der Dose. Sie wissen: Viele Menschen wollen das gute Essen von glücklichen Kühen – oder in diesem Fall Schweinen. Es ist zumindest auch eine Marktstrategie, eine, die zurzeit gut funktioniert. Und natürlich ist die Bezeichnung „Landschwein“ auch kein Bioland-Gütesiegel.

Aber man sollte den Initiatoren dennoch applaudieren. Es ist ein Mehraufwand und es ist ein Risiko, zehn bis 15 Prozent teureres Fleisch anzubieten, wenn 20 Kilometer weiter vielleicht ein Dorfgasthaus



das billigere Schnitzel anbietet. Man muss Vertrauen haben in die Kundschaft, die das zahlen will. Es ist vermutlich nicht der Dorfbewohner, der um die Ecke wohnt. Es ist ver-

mutlich der ökologisch denkende Stadtmensch, der Wert legt auf Nachhaltigkeit in der Nahrungserzeugung. Stichwort: Bio.

Natürlich garantiert das „Landschwein“ nicht, dass der Koch das Fleisch auch gut zubereitet, aber es garantiert, dass der gute Koch aus dem Qualitätsfleisch ein schmackhaftes Schnitzel zaubert. Und es ist ein Signal an Landwirte und andere Fleischer aus der Region: Achtet das Leben der Tiere und es wird euch auch ökonomisch gedankt.

✉ m.stolp@schwaebische.de