

REGIONALE ERZEUGUNG UND



VDAJ-JAHRESTAGUNG
vom 12. bis 13. Oktober 2018

UND VERMARKTUNG IM TREND

Am 12. und 13. Oktober findet in Friedrichsdorf im Taunus die VDAJ-Jahrestagung 2018 statt. Die Teilnehmer erwarten ein kompaktes und informatives Programm mit dem thematischen Schwerpunkt „Regionale Erzeugung und Vermarktung von Agrarprodukten“. Die Nachfrage der Verbraucher nach regional erzeugten Produkten ist gewachsen, und die Politik versucht, auf verschiedene Weise und auf mehreren Ebenen diesen Trend zu begleiten. Auf der Tagung werden die Teilnehmer Betriebsleiter, Unternehmer und Marketingfachleute kennenlernen, die das Thema aus den verschiedenen Blickwinkeln beleuchten.

Die Geselligkeit und der Austausch mit den Kolleginnen und Kollegen werden auf der Jahrestagung nicht zu kurz kommen. Dafür bietet das „Taunus Tagungshotel (***superior)“ einen schönen Rahmen. Das Hotel hat in den vergangenen Jahren viel in den Komfort investiert und bietet, am Waldrand gelegen, Ruhe und Natur und die Gelegenheit, eine Wanderung oder einen Jogginglauf zu unternehmen.



Das TaunusTagungshotel ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln und per PKW gut zu erreichen. Die Reservierung der Übernachtung(en) übernehmen die Tagungsteilnehmer in Eigenregie. Das Anmeldeformular mit weiteren Informationen liegt dieser Ausgabe des VDAJintern bei. Das TaunusTagungshotel liegt abseits von Lärm und Hektik direkt am Waldrand in Friedrichsdorf im Taunus. Foto: Tagungshotel (TTH)

DAS PROGRAMM

Am Freitag, dem 12. Oktober, treffen die Teilnehmer bis spätestens um 11.30 Uhr im Hotel ein, um sich beim Empfang sowie beim VDAJ-Organisationsteam registrieren zu lassen. Um 12.00 Uhr wird ein Mittagessen gereicht. Danach geht es mit Bussen zu zwei Exkursionen.

13.00 Uhr Abfahrt zu den Exkursionen

EXKURSION 1

Das Land, wo grüne Soß' und Spundekäs fließen

Sie führt durch die zu dieser Zeit herbstlich gefärbten Taunuswälder nach Bad Schwalbach. Dort befindet sich die Schwälbchen-Molkerei AG, die in die-sem Jahr auf ihr 80-jähriges Bestehen zurückschauen kann. Das Unternehmen verarbeitet im Jahr etwa 130 Mio. Kilogramm Milch, vor allem zu Trinkmilch und Milchfrischeprodukten. Die rund 350 Vertragslandwirte der Molkerei erzeugen die Milch in der Region, vor allem in Süd- und Mittelhessen.

Ein Hauptstandbein von Schwälbchen ist die grüne Linie: Grün verpackte Produkte wie Trinkmilch, Sahne, Schmand, Grüne Soße und Spundekäs, mit

denen das Unternehmen auf Natur und Regionalität setzt. Begleitet wird die Vermarktung von einer intensiven Werbung. Darüber hinaus stellt Schwälbchen seit Jahren erfolgreich neue Produkte her wie Caffreddo, eine Marke für eine Reihe von Milch-Kaffeegetränken, und Ayran, ein aus dem Orient stammendes Getränk. Günter Berz-List, Unternehmensvorstand und Vertreter der Eigentümerfamilie, wird die Exkursionsteilnehmer in Bad Schwalbach empfangen und die Strategie der Molkerei erläutern.

Danach geht die Exkursion weiter, vorbei an der ehemaligen nassauischen Residenz Idstein nach Waldems zum Betrieb der Familie Berbalk. Katja und Heiko Berbalk betreiben mit mehreren Angestellten eine Schafhaltung mit rund 700 Stammtieren der Rasse Rhönschafe. Im Sommer wandern die Tiere mit einem angestellten Schäfer von Weidegrund zu Weidegrund, in den Wintermonaten werden sie in einem modernen Tieflaufstall gehalten. Zum Betrieb gehört eine EU-Schlachtstätte. Fleisch, Felle



Schwälbchen-Vorstand Günter Berz-List setzt mit seinen Milchprodukten der grünen Linie auf eine steigende Nachfrage nach regionaler Herkunft von Lebensmitteln. Foto: Mohr



Heiko Berbalk und seine Familie vermarkten Lammfleisch, Wolle und Felle im Hofladen sowie auf Wochenmärkten der Region. Foto: privat

und Wolle vermarktet die Familie in ihrem Hofladen sowie auf Wochenmärkten in Frankfurt, Wiesbaden und im Taunus. Katja Berbalk, Agraringenieurin, und ihr Mann Heiko, ein gelernter Tierwirt, werden die Exkursionsteilnehmer auf dem Hof empfangen und aus ihren Erfahrungen in der Schafhaltung und bei der Vermarktung der Produkte berichten. Zur Zeit des Besuchs werden auch der Hofladen und die Milchbar geöffnet haben. Anschließend geht es zurück nach Friedrichsdorf.

EXKURSION 2

Vom Land in den Markt

Sie führt vom Taunus in die Wetterau nach Rosbach. Dort befindet sich die für Hessen zuständige Zweigniederlassung der Rewe Markt GmbH. Sie betreut eine von sechs Vertriebsregionen der Rewe in Deutschland. Hier geht es um das Landmarkt-Konzept. In diesem Rahmen wird Landwirten die Möglichkeit geboten, ihre Produkte in Rewe-Märkten anzubieten. Dieses Konzept wird derzeit nur in Hessen durchgeführt. Mittlerweile sind rund 180 landwirtschaftliche Betriebe als Landmarkt-Erzeuger registriert, die ihre Produkte in rund 270 Rewe-Märkten anbieten. Rewe arbeitet eng mit der Vereinigung der Hessischen Direktvermarkter (VHD) zusammen, die die landwirtschaftlichen Erzeuger für die Rewe-Märkte auswählt. Bei dem Besuch in Rosbach werden die Landmarkt-Projektbetreuer von Rewe sowie Vorstandsmitglieder der VHD das Konzept erläutern.

Anschließend geht es weiter Richtung Frankfurt-Niederursel. Hier bewirtschaftet Martin Stark einen Legehennen-Betrieb, den er vor zwei Jahren auf jetzt 36.000 Tiere erweitert hat. Er ist einer der größten

Eierzeuger in der Region und verfügt über zwei Ställe sowie eine Sortier- und Verpackungshalle. Neben Stark arbeiten drei Angestellte und ein Lehrling auf dem Betrieb. Die Eier werden im hofeigenen Laden vermarktet und in über 20 Lebensmittelmärkten angeboten. Der Landwirt ist Mitglied bei der Vereinigung Hessischer Direktvermarkter und verkauft einen Großteil der Eier im Rahmen von Landmarkt. Über seine Erfahrungen wird er berichten. Der Betrieb Stark wird von der Landinanspruchnahme für den geplanten neuen Stadtteil im Westen Frankfurts betroffen sein. Auch darüber wird er sprechen. Anschließend geht es zurück nach Friedrichsdorf.

Am Abend kommen die Teilnehmer im Hotel zu einem Bankett mit hessischen Spezialitäten zusammen. Ein Programmpunkt ist die Verleihung der Preise für die Grüne Reportage, die von der Firma Krone gestiftet werden.

Informationen aus der Region und Regularien

Am Samstagmorgen steht die Mitgliederversammlung mit Regularien auf dem Programm. Zuvor spricht der Geschäftsführer der Marketinggesellschaft Gutes aus Hessen GmbH (MGH), Peter Klingmann. Die MGH betreut zahlreiche Aktivitäten und Maßnahmen rund um das Lebensmittelmarketing. Dazu gehören unter anderem die Qualitäts- und Herkunftssysteme „Geprüfte Qualität – HESSEN“ und „Bio-Siegel – HESSEN“. Peter Klingmann wird über das Konzept und aus seiner langjährigen Erfahrung heraus berichten.

Für die Partner gibt es ein eigenes Programm für den Vormittag. Mit einem gemeinsamen Mittagessen endet die Tagung.



Die Legehennen von Martin Stark liefern Eier für die Rhein-Main-Region. Verkauft werden sie im Lebensmitteleinzelhandel und im Hofladen. Foto: privat



Beim Landmarkt-Konzept können Landwirte ihre Produkte in den Rewe-Märkten vermarkten. Foto: Landmarkt



Frank Peisert produziert Senf nach alter Väter Sitte und pflegt damit ein traditionelles Handwerk.

DIE RICHTIGE WÜRZE ZUR MITGLIEDERVERSAMMLUNG

Die traditionelle Senfherstellung stand im Mittelpunkt der Exkursion zum Schwerter Senfmüller Frank Peisert. Das war eine „scharfe“ Angelegenheit.

Senf? Mostert? Mostrich? Moutarde? Agrarjournalisten denken natürlich immer zuerst an den Erwerbsanbau dieser winzigen Körnchen. Das ist eine Ackerfrucht wie jede andere, wenn sie hierzulande auch in sehr geringem Maß angebaut wird.

Die nötige Wärme fehlt, und so sind die Importe maßgeblich. In der Schwerter Produktionsstätte, an die in der alten Rohrmeisterei ein Verkaufsraum angegliedert ist, kann man vom Inhaber und Geschäftsführer Frank Peisert noch erheblich mehr über dieses wundersame Saatgut erfahren.

Das wird bei ihm nach alter Väter Sitte zu „Senf“ im Glas, im Steingut und sogar zu ganzen Eimergebinden verarbeitet. Nach High Tech beim Rührwesen

oder gar nach computergesteuerten Abläufen hält man hier vergeblich Ausschau. Gleichwohl hat jede Partie ihren individuellen Touch und regt nicht nur die Agrarjournalisten-Hausfrauen zum Probieren und anschließendem Einkauf an.

Ihre Partner wissen eh Bescheid: mild, mittel oder scharf, bayerisch süß hierzulande im Westfälischen aber nicht, wird damit gewürzt eine Bockwurst zu einem Glas Bier erst so richtig zur Leckerei. Nicht zu reden davon, dass die Senfzugabe so manches weitere Gericht aufpeppt.

DIE KÖRNER MACHEN DEN SENF

Mitteuropäische gelbe Senfsaat ist für die Würze verantwortlich, importiertes braunes Erntegut für die kraftvolle Schärfe. Die sorgt bei der Arbeit zu gelegentlichem Verdross. Denn beim eigentlich simplen Umformen der Körner zur gelben Paste wird den Luftraum füllende Senfsäure frei.

Frank Peisert, diplomierter Maschinenbau-Ingenieur, ist seit langem daran gewöhnt, doch manch ein Besucher reibt sich die tränenden Augen. An seinen mit schweren Granitsteinen abgedeckelten Bottichen kommt der Senfmüller zur Sache, ohne freilich die stickum, wie es im Westfälischen heißt, geheim gehaltenen Rezepturen preiszugeben.

Die Gründe für die offenkundigen qualitativen Unterschiede zur industriellen Massenware beispielsweise und wie sie bei ihm durch sorgsam handwerkliche Praktiken eingelöst werden. Wie überall sonst wird auch hier geschrotet und werden vor der Vermahlung die Zutaten Branntweinessig und Salz zugegeben. Die Maische dickt zum Senf ein und wird dann im Holzfass mindestens zwei Tage, besser noch fünf, vor dem Abfüllen eingelagert.

SCHMECKT UND IST GUT FÜR DIE GESUNDHEIT

Senfkörner brauchen Wärme beim Anbau (auf den Hektar werden bloß 800 kg geerntet), aber zum Erhalt ihrer vollen Würzkraft eine geschlossene Kühlkette. In der Schwerter Senfmühle wird kein Unterschied zwischen konventioneller und Bioware gemacht. Nicht zuletzt deshalb, weil es dann noch schwieriger wäre, an heimische Erzeugung heranzukommen.

Welche gesundheitsfördernden Effekte gibt es? „Durchblutungsfördernd“, überrascht der Senfmühlenchef. Im Umkreis von bis zu 50 Kilometer tum-



Getestet wurde direkt aus dem Fass. Von exotisch über süß bis zu superscharf.

meln sich die meisten Wiederverkäufer, namhafte Gaststätten gehören zu den Kunden, auch Delikatessenläden. Einiges geht sogar in den Export und fördert den Ruf stärkeuder deutscher Würzkraft. Erheblich absatzfördernd ist der angegliederte Laden, den vor allem Besucher frequentieren.

Am Ausgang atmen die Agrarjournalisten tief durch und tauschen sich über die vitale Saga noch bestehenden ältesten westfälischen Senfmühle in Schwerte aus. Von exotisch über süß bis zu superscharf sind die Senfglas-Mitbringsel für die heimische Tafel.

Klaus Niehörster



Nach der Betriebsführung versammeln sich die Kolleginnen und Kollegen fürs Gruppenfoto rund um ihren wiedergewählten Vorsitzenden Dr. Dieter Barth (in der Mitte mit Jeans und dunklem Jackett.)
Fotos: Gertz-Rotermund

VORSITZENDER WIEDERGEWÄHLT

Dr. Dieter Barth ist am 18. April dieses Jahres erneut zum Vorsitzenden der VDAJ-Landesgruppe „Rhein-Weser“ gewählt worden.

Auf der Mitgliederversammlung in Schwerte hatte der 1. Vorsitzende die Wiederwahl davon abhängig gemacht, dass vor Ablauf der Amtsperiode (2021) seine Nachfolge geregelt wird.

Die Mitglieder sprachen sich dafür aus, eine Nachfolgelösung fristgemäß in Angriff zu nehmen. *ba*