

# **PLENUM-Reutlingen – „Steigerung der Vermarktung von regionalem erzeugtem Lammfleisch nach PLENUM- Erzeugerkriterien im Landkreis Reutlingen“**

Abschlussbericht 01.04.2003 – 31.12.2003

Auftraggeber: Viehzentrale Südwest GmbH / Baden Württembergische Lamm-  
fleischerzeugergemeinschaft e.V.

Bearbeitung: Landschaftspflege mit Biss GbR, 78727 Oberndorf

Gefördert mit Mitteln  
des PLENUM Projektes Reutlingen



# **Inhalt:**

## **Einleitung / Projektbeschreibung**

- 1. Erarbeitung und Bewertung der einzelnen Absatzwege für Lammfleisch**
- 2. Einführung Regionalitätsbezug Württemberger Lamm**
- 3. Aufbau praktikabler Kontrollmechanismen**
- 4. Einbindung und Anwerben von Schäfereien für das Projekt**
- 5. Anwerben der bestehenden Vermarktern und neuer Partner für das regionale Lamm**
- 6. Erstellung einer Konzeption und Koordination von Werbemaßnahmen**

# Projektbeschreibung

Dem Projekt geht eine ausführliche, von PLENUM beauftragte Analyse der Schäferei im Landkreis Reutlingen voraus. So wurden unter Beteiligung aller Berufsschäfer im Landkreis Reutlingen Erzeugerrichtlinien erarbeitet, die eine breite Zustimmung gefunden haben. Mit den Erzeugerrichtlinien wird unter anderem der hohe Beitrag der Schäfer zum Naturschutz dokumentiert (mind. 50 % der beweideten Flächen müssen für den Naturschutz relevante Flächen sein). Diese Leistung soll für die Bewerbung des heimischen Lammfleisches eingesetzt werden und dem Verbraucher den Zusammenhang zwischen dem regionalen Lammfleischverbrauch und der Landschaftspflege klar machen. Rund 10 000 Lämmer aus dem Landkreis müssen derzeit Jahr für Jahr abgesetzt werden. Es wird jedoch nur ein geringer Teil im Landkreis vermarktet, die meisten Lämmer finden ihren Verbraucher in den angrenzenden Landkreisen und in der Landeshauptstadt Stuttgart. Gleichzeitig geht immer noch viel zu viel neuseeländisches Lammfleisch über die hiesigen Ladentheken.

Um eine Mengenwirkung und Synergieeffekte zu erreichen, wurde eine Zusammenarbeit mit dem Projekt „Württembergischer Lamm“ angestrebt. Die Marke „Württembergischer Lamm“, das die eingetragene Marke der Baden-Württembergischen Lammfleischerzeugergemeinschaft e.V. ist, soll 2003 überregional in Baden-Württemberg eingeführt werden. Zwischen Lammfleischerzeugergemeinschaft und der Viehzentrale Südwest GmbH besteht ein langjähriger Vermarktungsvertrag. Ein großer Teil der von der Viehzentrale GmbH (VZ) unter dieser Marke vermarkteten Lämmer stammt bereits aus dem Landkreis Reutlingen. Die regionale Komponente „aus dem Landkreis Reutlingen, soll klar herausgestellt werden. Die Einführung der Marke „Württembergischer Lamm“ soll daher mit dem Qualitätsmerkmal „aus dem Landkreis Reutlingen, ergänzt werden. Ziel ist, durch diese stärkere Regionalisierung des „Württembergischer Lamms“ insbesondere die Metzger aus dem Landkreis Reutlingen für die Verarbeitung und Verkauf von regionalem Lammfleisch zu gewinnen.

Durch die Vermarktung des Lammfleisches im eigenen Landkreis versprechen sich die Schäfer eine Absatzsicherung, vielleicht sogar einen Aufpreis. Das Verbraucherbewusstsein über den Zusammenhang „regionales Lammfleisch / Erhalt unserer Kulturlandschaft“ kann durch die regionale Vermarktung erheblich gestärkt werden.

# **1. Erarbeitung und Bewertung der einzelnen Absatzwege für Lammfleisch**

Hierzu wurden Gespräche geführt mit Schäfern, Metzgern, der Frischlamm GmbH, der Baden-Württembergischen Lammfleischerzeugergemeinschaft e.V. und der Viehzentrale Südwest GmbH. Des Weiteren wurde die vorhandene Literatur mit ausgewertet. Dabei wurden besonders nachfolgende Arbeiten mit berücksichtigt, teils auf Empfehlung von PLENUM

## **Übersicht Metzgerinnung Reutlingen – Bad Urach von Joachim Heusel Mai – Juli 2002.**

Dazu wurden 36 Betriebe befragt und 35 sind in die Bewertung mit eingegangen. Darin sind interessante Ergebnisse zu Standort der Schlachtstätten, deren Strukturen und den jeweiligen Metzgereien enthalten. Diese sind generell für weitere PLENUM und REGION AKTIV Projekte verwertbar und es empfiehlt es sich diese mit heranzuziehen. Für den Lämmerbereich verdeutlicht sich hier die Problematik, dass deren Bedeutung (Schlachttiere + Fleischverkauf in Metzgereien) gegenüber anderen Nutztieren zu vernachlässigen sind. Dementsprechend können aus der Studie leider auch keine weiteren Ergebnisse für das laufende Projekt gezogen werden.

## **Schlussbericht zur Analyse IST-Situation für PLENUM Produkte im Landkreis Reutlingen, Februar 2003, Studie von Produkt & Markt**

Hier wird ein Gesamtverbrauch für den Landkreis Reutlingen bei einer Annahme von einem Pro-Kopf-Verbrauch bei 0,8 kg / l von etwa 224 Tonnen angegeben. (Pers. Anmerkung: Dies entspräche einer Menge von etwa 10 000 Lämmer / Schafe, welche im Landkreis Reutlingen vermarktet werden können).

Die Absatzpotenziale für Produkte aus der Region werden mit einer Spanne von 1 – 7 Tonnen angegeben.

Als Strukturen für das Metzgereihandwerk werden stickpunktartig folgende Aussagen getätigt:

- Innung Bad Urach: Selbstschlachtung und Bezug der Rohware aus direktem Einzugsbereich (bis zu 20 km Umkreis) dominieren, lokale Warenströme bei Beschaffung und Absatz
- Feste Lieferantenbeziehungen, welche nicht aufgegeben werden wollen (und können)
- Innung Reutlingen: hoher Anteil Zukauf, Selbstschlachtung ist von nachgeordneter Bedeutung
- Wichtigste Bezugsquellen bei Zukauf: überwiegend Möhrle (Mengen), Fleischzentrale Südwest (Riedlingen), Lutz Fleischwaren (Ebingen)
- Drei Großbetriebe im Innungsgebiet: Metzgerei Zeeb, Schneider und Schmälzle (verarbeitet Fleisch aus ganz Deutschland)

Weiter wird angeführt, dass das Qualitätszeichen Baden-Württemberg (QZ BW) zum damaligen Zeitpunkt keine Rolle spielt und der Landkreis Reutlingen keinen Schlachthof mit EU-Zulassung hat.

### **Diplomarbeit von Melanie Dangel, Sommersemester 2004, FH Nürtingen**

#### **Regionale Vermarktung von Lammfleisch am Beispiel „Württembergischer Lamm“ ein Programm für Mensch, Natur und Umwelt**

Der Anteil beim Selbstversorgungsgrad bei Lammfleisch lag 2002 bei etwa 50,7 %. Hauptimporteur stellt Neuseeland dar. Laut ZMP- Vieh und Fleisch (11/2003) stammten 76 % der gesamten Importware an Schaf- und Ziegenfleisch im Jahr 2002 aus Neuseeland (40.500 t). Etwa 75 % des nach Europa eingeführten Fleisches wird dabei zerlegt angeboten. Knapp 10 % ohne Knochen (Wagner, 2004 Semesterarbeit). Die Teilstückvermarktung ist in Deutschland noch nicht sehr ausgereift.

Direkt- und Selbstvermarkter bieten Lammfleisch häufig nur ganz oder in Hälften an. Dies ist ein Punkt, weshalb viele Groß- und Einzelhändler Neuseelandlamm dem Lammfleisch aus Deutschland vorziehen.

Die neuseeländischen Teilstücke werden als sogenannte chilled Waren angeboten. Was soviel bedeutet, dass das Fleisch bei 0 °C gehalten wird, um dann mit langer Haltbarkeit als Frischfleisch in die deutschen Warentheken kommt. Des Weiteren ist es Neuseeland möglich große

homogene Partien zu liefern, da hier eine riesige Menge von Schlachtkörpern zur Verfügung steht. Daraus sich ein weiterer Vorteil aus Sicht der Vermarkter ergibt. Sie können somit dem Verbraucher eine einheitliche Qualität, welche den Verbraucherwünschen entspricht, liefern.

*Eigene Anmerkungen*

*Im Landkreis Reutlingen dürfte der Anteil regional erzeugten Lammfleisches am Verbrauch höher sein, jedoch gibt es hier keine aussagekräftigen und zuverlässigen Zahlen und die zur Verfügung stehenden Untersuchungen seitens PLENUM o.a. berücksichtigen dieses zu wenig. Diese wären nur mit sehr viel Aufwand und Kosten verbunden, ohne relevante Erkenntnisse davon abzuleiten. Da hier jedoch sehr viele Schäfer, mit Nähe (teils auch Direktvermarkter) zum Verbraucher vorhanden sind und es durch die früheren Aktivitäten (Kalkmagerrasenprojekt, Initiativen Allb, Alb-Guides u.a.) bereits zu einer Bewerbung von regionalem Lammfleisch kam, wurde hier der Verbraucher bereits mehrfach angesprochen. Im Rahmen der Aktivitäten zum Württemberger Lamm konnte daran angeknüpft und der Bevölkerung weitere bewusstseinsbildende Maßnahmen zum Themenkomplex Regionale Lammfleischerzeugung – Württemberger Lamm vermittelt werden. Der hohe Bekanntheitsgrad zeigt sich auch in der Befragung von Konsumenten im E-Center (Ostern 2004), Reutlingen, gegenüber einer früheren Befragung im Raum Göppingen. Beide liegen der Lammfleischerzeugergemeinschaft vor.*

Die derzeitigen Vermarktungs- und Absatzwege wurden ausführlicher im Rahmen des Projektes „Analyse der Schäferei im Landkreis Reutlingen“ (2003) beleuchtet und werden hier der Vollständigkeit halber nochmals zusammengefasst und auch den zwischenzeitlich involvierten zugänglich gemacht. Dabei beziehen sich die Daten auf 15 Schäfereien innerhalb des Landkreises, wobei wesentlich der Anteil an Hauptererbsschäfer zum Tragen kommt (13). Derzeit läuft der größte Teil der Vermarktung über die Viehzentrale Stuttgart (VZ). 12 der Betriebe liefern überwiegend an die VZ. Einer an einen weiteren Abnehmer und 3 ausschließlich an andere Abnehmer. Bei der abzugebenden Menge konnte ein Gesamtbestand von 6830 erfragt werden. Insgesamt wurden im vergangenen Jahr etwa 10 000 Tiere aus dem Landkreis Reutlingen und direkt angrenzenden Bereichen (Teile des Zollern-Alb-Kreises) von der VZ bezogen. Dies entspricht einem Drittel des gesamten Umsatzes der VZ an Lämmern (30 000 Lämmer in BW). Der größte Teil wird dabei von den Schäfern bis auf etwa 40 Kilo Lebendgewicht gefüttert und dann an die Viehzentrale Stuttgart abgegeben. Ein weiterer Teil wird

mit 18 kg lebend an die Viehzentrale abgegeben und dann im Betrieb Mang (LK Biberach) bis auf etwa 40 kg Lebendgewicht ausgemästet. Dort befindet sich ein Stall der für das arbeitsteilige System erstellt wurde. Dabei beträgt die Stallkapazität etwa 1.800 Lämmer. Diese können in Gruppen eingeteilt werden von je 180 Tieren pro Bucht (10 x 10 m, 100 m<sup>2</sup>). Dies entspricht 0,6 m<sup>2</sup> / Lamm. Der Stall wurde zu einem großen Teil mit Windbrechgitter ausgestattet. Entsprechend ist der Innenraum sehr hell und gut durchlüftet. Der Betrieb selbst hält auch 800 Mutterschafe und etwa 140 ha Fläche.

**Dieser erhielt 2003 den Tierschutzpreis des Landes Baden-Württemberg verliehen vom Landwirtschaftsminister Stächele, anlässlich des 96. Landwirtschaftlichen Hauptfestes verliehen (Siehe Anlage Urkunde).**

Bei 7 Betrieben findet auch begleitend Direktvermarktung statt. Jedoch liegen die Anteile an direkt vermarkteten Lämmer innerhalb der Betriebe lediglich zwischen 10 – 30 %. Viele Betriebe sind Wanderschäfereien, so dass eine eigene Vermarktung nur sehr schwierig durchführbar ist.

Lediglich bei 2 der 7 Betriebe finden sich auch eigene Schlachtung und ein Kühlraum. Ein Ausbau der Direktvermarktung lässt sich durch die sehr hohe Arbeitsbelastung der Betriebe nach Aussagen der Schäfereien nicht bewerkstelligen. Daher sind auch nur wenige der befragten Betriebe mit entsprechender Infrastruktur ausgestattet. Die Tiere werden meist als ganze Tiere verkauft. Bei 5 der Betrieben werden aus rechtlichen Gründen die Tiere auf Wunsch zerlegt angeboten (n.W.), da ein Teilstückangebot nicht offen beworben werden darf.

## **2. Einführung Regionalitätsbezug Württemberger Lamm**

Hier fanden Gespräche mit Herrn Rebmann (Schmeck den Süden), Herrn Rothweiler (Lammfleischerzeugergemeinschaft e.V, Viehzentrale Südwest GmbH, Stuttgart) und der CMA statt. Ebenfalls wurde am Rande der Sitzung am 09.12.2003, PLENUM Reutlingen über dieses Thema gesprochen. Dabei stand zur Debatte, dieses mit der Kampagne „Schmeck den Süden“ abzustimmen. Hier ist der aktuelle Stand nicht bekannt.

Der Regionalitätsbezug „aus dem Landkreis Reutlingen“, welcher als Arbeitstitel verwendet wurde, wird von zahlreichen Beteiligten abgelehnt. „Von der Alb“ spiegelt nicht die ganze Region wieder, da sich ein großer Teil des Landkreises Reutlingen am Albtrauf und im Albvorland befindet.

Herr Rothweiler (LEG BW, VZ) und diverse Vertreter der Lammfleischerzeugergemeinschaft (z.B. Herr Armbruster, Herr Bauer, Herr Mang) könnten sich hier gut eine Regionalisierung des Produktes vorstellen und stehen dem positiv gegenüber, sofern es nicht eine Aufspaltung in verschiedene Teilregionen bedeutet. Das Modell könnte auch auf andere Regionen, Landkreise, PLENUM-Gebiete usw. übertragen werden. In Gesprächen mit Herr Hausch, Pliensbach und Herr Hermann von der Frischlamm GmbH, sowie besonders auch mit der Lammfleischerzeugergemeinschaft wurde klar, dass es praktikierbar wäre, Lämmer aus dem Bereich Reutlingen komplett vom Transport bis zur Fleischtheke als solche anbieten zu können. Somit steht einer transparenten Darstellung von Württemberger Lamm aus dem Landkreis Reutlingen“ organisatorisch nichts im Wege. Dieses wird auch von seitens der Viehzentrale bestätigt (Herr Rothweiler). Das Engagement der Viehzentrale Südwest im Lämmerbereich wird auch durch die Verleihung des Prädikates „Herausragendes Engagement für die Förderung regionaler Produkte“ (für die Wiedereinführung eines einmaligen Qualitätsmerkmals und Markenname für das regionale Produkt „Württembergischer Lamm“ im Jahre 2003 Region Stuttgart). Unter den Unterzeichnenden auch Claus-Peter Hutter, Akademieleiter der A. für Natur- und Umweltschutz.

*Eigene Anmerkungen*

**Hier sollte dringend in naher Zeit die weitere Vorgehensweise festgelegt werden. Für das Württemberger Lamm empfiehlt es sich dieses als solches zu bewerben und durch die Einführung eines Regionalitätsbezuges, die Identifikation mit der Region weiter zu verstärken. Jedoch wie in den Gesprächen angedacht (siehe Verlaufsprotokolle, z.B. 23.07.2002) angelehnt an das bestehende (LOGO usw.) Eine Umsetzung des Punktes „Einführung Regionalitätsbezug“ konnte nicht durchgeführt werden, da bestimmte weitere Abläufe und Vorgehensweisen noch nicht geklärt sind. Dies wurde beispielsweise auch am 13.12.2003 als Aktenvermerk von Frau Amrhein aufgenommen. „Die Punkte im Antrag wurden abgearbeitet, insbesondere bei den Punkten Einführung Regionalitätsbezug und Kontrollmechanismen ist die Umsetzung aus verschiedenen Gründen nicht zu erwarten**

### 3. Aufbau praktikabler Kontrollmechanismen

Zu den bestehenden Qualitäts- und Erzeugerkriterien von „Württembergischer Lamm“ wurde vereinbart nachstehende, weitere Kriterien mit in den Regionalitätsbezug mit einzubeziehen. Diese werden nachfolgend näher erläutert:

#### **Anteil naturschutzrelevanter Flächen**

Die Größe der naturschutzrelevanten Flächen (24a-Biotope, NSG, mit Einschränkung LSG) liegt nahezu bei allen in der Analyse befragten(Haupterwerbs-)Betrieben um die 100 ha und mehr. In % ausgedrückt sind dies zwischen 75 und 100 % der jeweils beweideten Flächen. Gesamt sind dies bei 12 Betrieben die hierzu Angaben gemacht haben 1355 ha. Der Anteil der naturschutzrelevanten Flächen bezieht sich auf die Sommerweiden. Die Winterweiden und die Triebwege können aus praktischen Gründen nicht mit einbezogen werden. Bei den Biotopen handelt es sich überwiegend um Magerrasen, die wiederum vorwiegend als Wacholderheiden ausgeprägt sind. Im Albvorland finden sich auch verstärkt Streuobstwiesen die mit beweidet werden. Oft sind auch die Flächen zur Winterfuttergewinnung für den Naturschutz und das Landschaftsbild relevant.

Bekanntermaßen sind die **Anteile der Naturschutzflächen** an der **Sommerweide sehr hoch**. Ähnliche Resultate dürften nur in weiteren „Schafkulturlandschaften“ wie der Lüneburger Heide oder der Fränkischen Alb vorliegen. Diesen hohen Anteil an naturschutzrelevanten Flächen gilt es auch bei der Vermarktung herauszustellen. Daher auch die Festlegung dies in die Kriterien mit einzubeziehen. Allerdings hatte man sich im Vorfeld darauf geeinigt den Anteil nicht bei den möglichen 70 % sondern auf 50 % zu senken.

Dafür sprechen folgende Gründe:

- Übertragbarkeit auf andere Gebiete besser gewährleistet (Bsp. PLENUM Heckengäu)
- Einstieg weiterer Betriebe im Landkreis mit geringerem Anteil naturschutzrelevanter Flächen

Aufgabe war es hier unter anderem eine praktikable Kontrollmöglichkeit aufzuzeigen:

Hier lautet der Vorschlag folgendermaßen:

Der zu erbringende Anteil naturschutzrelevanter Flächen innerhalb der Sommerbeweidung könnte über die ALLB und Unteren Naturschutzbehörden erbracht werden. Dabei müsste entweder der einzelne Betrieb dieses dokumentieren oder er gibt sein Einverständnis zur Einsicht in den Gemeinsamen Antrag (MEKA II, Landschaftspflegerichtlinie II).

Die Schäfer wären bei einer entsprechenden Angehörigkeit zum Programm durchaus bereit diese Daten einsehen zu lassen (siehe auch Analyse). Bei zwei fernmündlichen Gesprächen mit Herrn Engel vom ALLB wurde die Bereitschaft gezeigt, dass der Gemeinsame Antrag bei einem Vorliegen einer Einverständniserklärung verfügbar gemacht werden kann.

Anhand der eingetragenen Codes (LPR II, Artenreiches Grünland, Streuobstbestand ...) kann hier praktikabel der Anteil naturschutzrelevanter Flächen nachvollzogen werden.

## Hygienemaßnahmen und Gesundheitsvorsorge

Die Gewährleistung einer Dokumentationspflicht und eines maßvollen Einsatzes von Medikamenten, sowie einer fachlich kompetenten Beratung durch den Schafsherdengesundheitsdienst durch den Abschluss von Verträgen mit niedergelassenen Vertragstierärzten oder direkt mit dem Schafsherdengesundheitsdienst wurde hier als Richtlinie mit aufgenommen. Der Schafsherdengesundheitsdienst und die niedergelassenen Tierärzte können hier im Rahmen von Betreuungsverträgen die Kontrolle übernehmen. Dies wird in der Regel verbreitet praktiziert und stellt nach Aussagen (z.B. Herr Dr. Steng Staatliche Untersuchungsanstalt Stuttgart) kein Problem dar. Die Bereitschaft wurde auch bei den Schäfern erfragt und ist ebenfalls durchführbar.

## Erzeugerrichtlinien Württemberger Lamm

Nachfolgend Auszüge der für die PLENUM-Richtlinien relevanten Kriterien (Stand August 2002). Die vollständige, vorläufige Version liegt PLENUM vor.

Die Mutterschafe der Mitgliedsbetriebe werden grundsätzlich zum Erhalt unserer regional typischen Natur- und Kulturlandschaft gehalten.

### 1. Erzeugung

b) Zur Erzeugung der Qualitätslämmer sind nur tiergerechte Aufzuchtverfahren zugelassen, welche die Gewähr für die vom Markt gewünschten Qualitäten sichern.

d)... Bei der Fütterung dürfen keine Stoffe verwendet werden, welche die Fleischqualität und die Gesundheit der Tiere nachteilig beeinflussen. Insbesondere ist die Verwendung von Wachstumsförderern und Tiermehlprodukten ausgeschlossen.

e) Den Tieren sind bezüglich Haltung in der Stall- und Weideperiode artspezifische Bedingungen anzubieten „(EU-Haltungsrichtlinien für Schafe)“

f) Im Tierbestand ist ein Hygieneprogramm (**Prophylaxe**) durchzuführen. Die einzelnen Maßnahmen werden im Einvernehmen mit dem Schafherdengesundheitsdienst durch den Vorstand festgelegt.

Der Abschluss eines tierärztlichen Betreuungsvertrages wird empfohlen

### **3. Verkauf**

....

8. Die Transportdauer der Schlachttiere darf 4 Stunden nicht überschreiten

### **4. Schlussbestimmungen**

#### a) Überwachung

Die Überwachung der Mitgliedsbetriebe zur Einhaltung der Erzeugungs-, Qualitäts- und Verkaufsregeln erfolgt durch den Beauftragten der baden-württembergischen Lammfleischerzeugungsgemeinschaft e.V. Als Kontrollinstanz dient hier das QZ- Baden-Württemberg. Allerdings gibt es hier, besonders auch durch notwendige Anpassungen bedingt noch Unklarheiten die zukünftig wirksamen Erzeugerrichtlinien betreffend, bzw. deren Kontrolle. Hier gilt es aktuelle Entwicklungen zu berücksichtigen.

## **4. Einbindung und neues Anwerben von Schäfereien für die regionale Vermarktung**

Hier fand eine Vielzahl von Veranstaltungen statt. Anschließend ein Auszug verschiedener Veranstaltungen größerer Art. Daneben fanden aber auch zahlreiche Gespräche direkter oder fernmündlicher Art statt (direkt mit Schäfern).

### **Fachexkursion und Informationsveranstaltung bei der Baden-Württembergischen Lammfleischerzeugergemeinschaft e.V.**

Aufzuchtshof Mang, 88427 Bad Schussenried / Reichenbach, 13.07.2003

Vortrag mit Schwerpunkt Württemberger Lamm und Landschaftspflege, Ulrich Rothweiler und Frank Lamprecht (Büro Landschaftspflege mit Biss)

### **Schäferstammtisch**

Bei dieser Veranstaltung am 04.12.2003 im Gasthof Löwen in Zainingen wurden verschiedene Referate zum Thema Lammfleischerzeugung, mit Bezug zum Württemberger Lamm gehalten. Dabei waren auch Schäfereien aus dem Landkreis Reutlingen in Form von Referaten beteiligt.

### **Vorstandssitzung Lammfleischerzeugergemeinschaft**

Neben verschiedenen Vorstands- und Beiratsitzungen fand am 09.12. 2003 im Hotel Teckblick / Dettingen eine Veranstaltung statt. Hier wurde von Herrn Rothweiler über die Aktivitäten zum „Württembergischer Lamm“ berichtet. Zudem waren Herr Thiedig und Herr Bothe von der MBW anwesend und brachten Fachbeiträge ein.

### **Schäfertreffen in Zainingen**

Eine Informations- und Diskussionsveranstaltung zum Thema fand am 23.10.2003 im Gasthaus Löwen in Zainingen statt. Neben den Infos auch mit einer kleinen Verköstigung. Das Programm sah unter anderem eine Vorstellung der Ergebnisse der Analyse der Schäferei im Landkreis Reutlingen durch Herrn Lamprecht vor. Im Anschluss eine Vorstellung des Vermarktungsprojektes Württemberger Lamm durch Herrn Rothweiler. Danach Möglichkeiten

der Einführung des Württemberger Lamms im Landkreis Reutlingen und Möglichkeiten der Absatzförderung. Weitere Veranstaltungspunkte siehe Anlage.

Die Veranstaltung wurde von den umgebenden Schäfereien sehr gut besucht und es dürften über 50 Teilnehmer festgestellt werden. Der weitaus größte Teil wurde auch über die Teilnehmerliste erfasst (liegt vor).

### **Fachtagung Ulm Dornstadt**

Nachhaltige Lammfleischerzeugung: „Württembergischer Lamm“ von der Landschaft zum Verbraucher“ am 27. April im Bürgersaal Ulm / Dornstadt mit 152 registrierten Teilnehmern. Insgesamt jedoch etwa 170 Besucher der Veranstaltung, davon ein sehr großer Anteil aus dem Landkreis Reutlingen (Teilnehmerliste liegt vor).

Zu dieser Veranstaltung hatten die Baden-Württembergische Lammfleischerzeugergemeinschaft e.V., der Landesschafzuchtverband BW und die Viehzentrale Südwest GmbH eingeladen. Neben verschiedenen weiteren Beiträgen, berichtete

Herr Jürgen Mäder, Schwarzwaldhof/Edeka GmbH zum Thema „Lammfleisch im Verbrauchermarkt – Chance für regionale Erzeugnisse?“

Ulrich Rothweiler über Ziele und Perspektiven des Württemberger Lammes und Frank Lamprecht über „Landschaftspflege durch Schafe und regionale Vermarktung – das PLENUM Projekt im LK Reutlingen.

Weiteres ist der Anlage zu entnehmen.

Nach Angaben der Viehzentrale Südwest GmbH konnten immer weitere Schäfer gewonnen werden, welche in das Programm mit rein geliefert haben.

### **VZ Lämmererfassungszahlen Landkreis Reutlingen**

2002: 36 Betriebe und 4973 Schafe / Lämmer

2003: 48 Betriebe und 5699 Schafe / Lämmer

bis KW 23`04 Stand 3047 Schafe und Lämmer, was hochgerechnet einer Anzahl von 7021 für das Jahr 2004 entspricht.

## **5. Anwerben der bestehenden Vermarktern und neue Partner für das regionale Lamm insbesondere im Bereich Metzger und Metzgereien**

### **Grillaktion**

Im Juli 2003 wurden alle Metzgereien in den Landkreisen Reutlingen und Tübingen angeschrieben und auf Württemberger Lamm aufmerksam gemacht. Dabei wurde ein Grillpaket angeboten (siehe Anlage). Dieses wurde jedoch nur sehr schlecht angenommen. Von über 400 angeschriebenen Metzgern kam lediglich eine Bestellung. Hier dürfte nach Meinung verschiedener Beteiligter, die starke Konkurrenz aus Neuseeland der wesentliche Grund sein. Diese hat ein breites und günstiges Angebot an verschiedenster Grillware und bietet bis hin zu mariniertem Fleisch an. Neben dem Angebot wurden auch Rezepte von Frau Rüegg (Fernsehköchin ) und Herrn Ebermann (Gasthof Linde, Oberboihingen) weitergereicht. Dazu auf „Das Andere Kochbuch“ hingewiesen, welches von dem oben genannten, Herrn Frank Lamprecht und anderen Autoren verfasst wurde.

Nach Aussage von Herr Rothweiler und Herr Hermann lief die Aktion an Ostern, welche ähnlich aufgebaut war deutlich besser.

### **Metzgerfest**

Am Montag den 24. November 2003, 17.30 fand im Bildungs- und Technologiezentrum der Handwerkskammer Reutlingen, Tübingen – Derendingen ein „Metzgerfest“ statt (siehe auch Anschreiben in der Anlage.

Neben verschiedenen Beiträgen wurde auch ein Referat zum Thema „Möglichkeiten der Vermarktung des Württemberger Lammes im Landkreis Reutlingen“ von Dipl.-Ing.agrar Frank Lamprecht vorgetragen.

Im Anschluss wurde eine praktische Vorführung der richtigen Lammschlachtung durch die Herren Reiner Braun und Ulrich Feil, der Fa. Frisch Lamm GmbH / Viehzentrale Südwest GmbH, Stuttgart, sowie Herrn Ebermann, Koch und Lammspezialist demonstriert. Herr Ebermann stellte auch Möglichkeiten der erfolgreichen Vermarktung ganzer Lämmer durch einfache und attraktive Lammfleischspezialitäten vor. Im Anschluss gab es ein Buffet mit einem Dutzend Lammfleischspezialitäten, wie geschmorte Schulter, Lamm Navain, Lammkutteln in Mostsoße etc.

Zudem wurden spezielle Lammsalamis, wie z.B. Kirschwassersalami und Wacholderschinken angeboten. Ergänzt wurde all dieses mit Schäfleshimmel der Brauerei Bergbier, Reutlinger Streuobstwiesenapfelsaft und Wein aus der Region. Für die teilnehmenden Metzger wurden von Herrn Rothweiler und Herrn Lamprecht Informationsmappen erstellt und weitergereicht. Koordiniert wurde die Aktion mit Herrn Heinzelmann von der Kreishandwerkerschaft, welche auch die Anmeldungen entgegen nahm.

Aufgrund der zunächst geringen Anzahl an Anmeldungen wurden von Frank Lamprecht alle Metzgereien, welche nicht reagiert hatten, nochmals durchtelefoniert. Dadurch konnten weitere Teilnehmer gewonnen werden.

### **Sonstige Veranstaltungen zum Württemberger Lamm**

#### **Teilnahme am Seminar der LEL(Landesanstalt zur Entwicklung ländlicher Räume)**

Schäferei und Marketingstrategien II , Perspektiven für eine nachhaltige Landschaftserhaltung, Tagung in Oberboihingen, Schäfermarkt, 30.05.2003

Vortrag durch Ulrich Rothweiler, Lamm Erzeugergemeinschaft und Herrn Frank Lamprecht (Werkvertragnehmer, Büro Landschaftspflege mit Biss):

PLENUM Reutlingen – Möglichkeiten der Vermarktung des Württemberger Lamm mit Stärkung der regionalen Schafhaltung

#### **SWR 4 Wiesenfest**

Tübingen mit Infostand zu Württemberger Lamm, 11.07.2003

Hier wurde im Rahmen des Wiesenfestes an einem Infostand das Württemberger Lamm vorgestellt. Für Interessierte wurde dabei auch auf die Besonderheiten des Projektes aus Reutlingen eingegangen. Vor Ort waren neben Herr Ulrich Rothweiler auch Frank Lamprecht und Herr Willi Mang von der Lammfleischerzeugergemeinschaft. Bei der Veranstaltung wurden auch Merinolandschafe (Württemberg) ausgestellt, die ehemals als „Württembergischer Schaf“ in ganz Deutschland bekannt waren. Auch Heute wird in zahlreichen Ländern von den „Württembergischer“ gesprochen, wenn die Rasse Merinolandschaf gemeint ist.

### **Schäferei Stotz – Rund um`s Lamm**

Münsingen, 27.06.2003, Veranstaltung des Verbraucherforums Reutlingen

Bei dieser Talkrunde, bei der Vertreter aus den Themenbereichen „Schäferei, Landschaftspflege und Zubereitung von Lammfleisch“ vertreten waren, wurde durch Frank Lamprecht die Lammfleischerzeugung und die Besonderheiten des Württemberger Lamms behandelt. Daneben waren die Schäferei Stotz und Fauser auf dem Podium zum Thema Schäferei, Dr. Krahl und Frank Lamprecht zu Landschaftspflege, Naturschutz und Württemberger Lamm und Herr Autenrieth und Herr Gulewitsch zum kulinarischen Bereich.

### **Landwirtschaftliches Hauptfest 2003**

Stand der Lammfleischerzeugergemeinschaft vom 27.09 – 05.10.2003. Vom 27.09. – 29.09.2003 war auch Herr Lamprecht vertreten. So fanden beispielsweise am Montag (Schäferfest) den 29.09.2003 auch Fachgespräche zum Thema Württemberger Lamm aus dem Landkreis Reutlingen statt. Darüber hinaus auch mit Akteuren aus der Gastronomie. Auch wurde Frau Kathrin Ruegg für Fotos am Stand mit Württemberger Lamm gewonnen.

### **„Ökologische Schafhaltung“**

Teilnahme am Seminar am 23.10.2003 in Hohenheim. Neben Vertretern aus der Schäferei nahmen hier auch Herr Rothweiler und Herr Lamprecht teil.

### **Tagung PLENUM**

Naturschutzorientierte Regionalentwicklung in Baden-Württemberg, 03.05. - 05.05. 2004 in Stuttgart Vortrag

Begleitende Maßnahmen zur Unterstützung der Schäferei im Landkreis Reutlingen

Frau Heike Schneider, Viehzentrale Stuttgart

### **Tagung Vereinigung Deutscher Landesschafzuchtverbände in Berlin, anlässlich der Grünen Woche**

Geschützte geographische Angaben und Geschützte Ursprungsbezeichnungen, deren Bedeutung im unternehmerischen Marketing 2 Tage

19. und 20. Januar 2004 Teilnahme Frank Lamprecht und Ulrich Rothweiler

Treffen mit Ulrike Höfken und weiteren Vertretern des Agrarministeriums zum Thema

Schafhaltung, zentrale Bedeutung klar gemacht Truppenübungsplatz – Württemberger Lamm

## **6. Erstellung einer Konzeption und Koordination von Werbemaßnahmen**

Regional erzeugtes Lammfleisch gehört auf den Speiseplan des heimischen Verbrauchers, lange Transporte von Fleisch und Tieren sollten vermieden werden. Aus diesem Grunde ist es besonders wichtig starke Marken, die einen hohen Kommunikationswert besitzen, am Lammfleischmarkt zu etablieren. Gerade das „Württembergischer Lamm“ das ja zu einem großen Teil aus dem Landkreis Reutlingen stammt, stellt eine hoffnungsvolle Plattform für zahlreiche Marketingmaßnahmen dar. Lammfleisch ist, bei dem heimischen Verbraucher ohne religiösen Hintergrund, ein Nischenprodukt und wird nicht alltäglich konsumiert. Gerade deshalb und wegen der Umorientierung der traditionellen Verbrauchern bei den Schäfern auf dem Lande, ist besonders wichtig, dass alle werberischen Maßnahmen sich auf ein relativ bekanntes Produkt bündeln. Die 120 Mitgliedsbetriebe der Baden-Württembergischen Lammfleischerzeugergemeinschaft e.V., von denen sich circa 30 im Landkreis befinden, stellen ein nicht zu unterschätzendes Potential für weitere mannigfaltige Maßnahmen dar. Hierfür wäre es besonders förderlich wenn noch zahlreiche Gespräche mit den Verantwortlichen untereinander geführt würden. PLENUM Reutlingen und die Baden-Württembergische Lammfleischerzeugergemeinschaft e.V. sollten ihre Aktivitäten zum Thema „regional erzeugtes Lammfleisch“ verstärkt koordinieren zur besseren Entwicklung und zum Wohle von möglichst vielen schafhaltenden Betrieben in der Region.

Frank Lamprecht