

**Alternativen zum Billigfleisch** Pferd im Rinderhack: Der jüngste Fleischskandal hat wieder einmal die Verbraucher verschreckt. Mit den negativen Schlagzeilen wächst aber auch das Bewusstsein für gesunde Ernährung und die Herkunft von Lebensmitteln, wovon die Direktvermarkter in der Region profitieren. Immer mehr Menschen wollen gleich ganz auf Fleisch verzichten



Sauwohlgefühl im Schnee: Immer mehr Verbraucher wollen wissen, wo ihr Essen herkommt und ob die Tiere unter vernünftigen Bedingungen gehalten werden, so wie bei Bauer Stefan Dellinger.

FOTOS: JOHANNES SIMON

VON PIRMIN CLOSSÉ

**E**in Lebensmittelskandal also. Mal wieder. Und wieder einmal ist die Empörung landauf, landab groß. Diesmal also darüber, dass in der günstigen Rindfleisch-Lasagne auch Pferdefleisch, womöglich sogar noch mit Antibiotika belastet, gelandet ist. Doch es gibt auch Menschen, die der neuerlichen Affäre durchaus Positives abgewinnen können. Stefan Dellinger vom Konradhof in Unering ist einer von ihnen.

„Jeder Skandal ist gut für uns“, erklärt der Landwirt, der auf seinem Hof im Landkreis Starnberg Viehzucht nach Grundsätzen der Nachhaltigkeit betreibt. „Das Gammelfleisch zum Beispiel fand ich super“, sagt er und lacht dann herzlich über den etwas seltsamen Nachklang seiner Worte. Denn immer dann, wenn ganz Deutschland mal wieder über die Qualität der Fleischprodukte oder die Lebensumstände der Tiere diskutiert, schlägt die Stunde der Direktvermarkter. Und damit auch die von Stefan Dellinger.

Ob es nun gerade das Gammelfleisch, die Dioxin-Eier oder die vermeintlichen Ehec-Gurken sind, scheint dabei zunächst egal. Sobald die Lebensmittelindustrie mal wieder in Verruf geraten ist, steigt umgehend die Nachfrage nach Bio-Produkten und solchen aus der Region, erklärt Dellinger. Mit jedem Skandal rückt der Hintergrund der Lebensmittel bei den Kunden weiter in den Fokus. „Weil wir wissen, wo's

herkommt“, prangt deshalb auch in großen Lettern an der Glasfassade seiner Metzgerei in der Münchner Maxvorstadt.

Denn der 34-jährige Landwirt will sich diesen Trend zu Nutzen machen. Aus diesem Grund geht er beim Vertrieb seiner Produkte neue Wege. Schon 2010 hatte Dellinger zusätzlich zum Hofladen in Unering seine Metzgerei in der Marsstraße, unweit des Münchner Hauptbahnhofs, aufgemacht. Nachdem sie vorübergehend an einen Imbiss verpachtet war, gibt es dort inzwischen wieder hochwertige Fleischprodukte direkt vom Erzeuger.

Vom Erfolg dieser Form der Direktvermarktung ist Dellinger überzeugt. „Der Mensch hat sich mittlerweile so weit von der Natur entfernt, dass er sich ein Stück davon zurückholen will“, sagt er. „Das kann ich als Bauer natürlich gut verkörpern.“ Außerdem spiele wohl auch das schlechte Gewissen der Menschen zunehmend eine Rolle. „Das Wohlfühlen beim Einkauf wird immer wichtiger“, so seine Vermutung. Vor allem das direkte Gespräch mit dem Kunden biete deshalb eine Möglichkeit, ihn von den Hintergründen der Produktion zu überzeugen.

Denn auch, wenn ihm das Bio-Siegel fehlt, weil er einige der strengen Auflagen nicht erfüllt, sind die Gemeinsamkeiten des Konradhofs mit den ökologischen Vorzeige-Betrieben groß. Die Futtermittel kä-



Stefan Dellinger beim Füttern. Er hat vor elf Jahren beschlossen, seine Produkte selbst zu vermarkten.

men aus eigenem Anbau, die Tiere hätten großzügigen Auslauf und man verzichte sogar „freiwillig auf Antibiotika, was Bio-Betriebe grundsätzlich nicht müssen“. Sogar geschlachtet und verarbeitet wird direkt auf dem Gut in Unering, was den Tieren den stressigen Transport erspart und damit erneut der Qualität zu Gute kommt.

Mit dem Bau des eigenen Schlachthauses im Sommer 2010 sei die Idee mit der Münchner Filiale überhaupt erst entstanden, erzählt Dellinger. Um den Kredit für die hochmoderne Schlacht-Anlage irgendwann abbezahlen zu können, habe er schlichtweg expandieren müssen. Wo früher nur vereinzelte Hilfskräfte angestellt waren, beschäftigt er inzwischen zehn Vollzeit-Arbeiter. „Da gehört schon ein bisschen Verrücktheit dazu“, sagt er. „Aber ich war jung und noch voller Energie.“ Im fortgeschrittenen Alter hätte er den Umzug in die Stadt wohl eher gescheut.

Geht es nach Stefan Dellinger, ist das auch der Grund, warum die meisten Landwirte von einem eigenen Laden direkt in der Stadt bislang noch absehen. „Der normale Bauer bleibt bei dem, was er überschauen kann“, erklärt er. Auch er selbst

sei an der neuen Größe seines Betriebs schließlich zwischenzeitlich schon fast gescheitert. Bis auf die zahlreichen Filialen der Hermannsdorfer Landwerkstätten, die im Landkreis Ebersberg produzieren, finden sich deshalb in München kaum vergleichbare Projekte.

### Bauernmärkte erfreuen sich großer Beliebtheit – insbesondere in Bayern

Dabei liegt die Selbstvermarktung von Ackerbau und Viehzucht durchaus im Trend. Rund 3500 landwirtschaftliche Direktvermarkter zählt das Bayerische Landwirtschaftsministerium derzeit. Eine Zahl, die seit mehreren Jahren relativ stabil ist. Vieles läuft dabei über die Bauernmärkte, die sich besonders in Bayern großer Beliebtheit erfreuen. Von den rund 350 dieser Wochenmärkte in ganz Deutschland findet nach Angaben des Ministeriums gut die Hälfte in Bayern statt.

Auch Stefan Dellinger hat dort einst damit begonnen, seine Lebensmittel direkt unters Volk zu bringen. Frustriert von stän-

digen Problemen mit den Auftraggebern habe man sich bereits 2002 für die Selbstvermarktung entschieden. „Die Industrie war noch nie ein guter Partner für die Landwirtschaft“, sagt er noch heute. Den Schritt, sein Schicksal selbst in die Hand zu nehmen, hat er nie bereut.

Und sofern der Trend zu den regionalen Produkten tatsächlich anhält, sind seine Zukunftsperspektiven auch durchaus gut. Denn ungeachtet aller Skandale und Debatten über das Nahrungsmittel Fleisch ist dessen Konsum in Deutschland seit Jahren konstant. Genau 61 Kilogramm aß im Jahr 2011 jeder Deutsche im Schnitt. Lediglich die Zahl der Schlachtungen ist seit geraumer Zeit rückläufig. Das Statistische Landesamt verzeichnet für 2011 mit rund 900 000 geschlachteten Rindern den niedrigsten Wert der vergangenen zehn Jahre.

Stefan Dellinger ist trotzdem optimistisch, dass sich sein durchaus gewagtes Unterfangen mit dem eigenen Schlachthaus und der Metzgerei in der Stadt auf Dauer bezahlt macht. Mit seinen Produkten will er gerade die Leute erreichen, denen die Herkunft ihres Fleisches wichtig, Bio-Produkte aber schlicht zu teuer sind. „Bio auf der einen Seite, die Fleischindustrie auf der anderen und dazwischen wir“, sagt er. Zumindest räumlich hat das schon einmal geklappt. Verlässt man die Metzgerei in der Marsstraße, sind es nach links rund 200 Meter zum großen Biomarkt, nach rechts ebenso viele zum nächsten Discounter.

## „Jeder Skandal ist gut für uns“

Der Landwirt Stefan Dellinger verkauft von ihm hergestellte Lebensmittel selbst. Die jüngsten Schlagzeilen über Pferdefleisch in Fertigprodukten bringen ihm und anderen Direktvermarktern neue Kundschaft