

Erfolgsgeschichte Nr. VI regionale Wertschöpfungspartnerschaft

Vom Acker bis zum Bäcker Qualität, intakte Landschaft und kurze Wege

Auf der Schwäbischen Alb haben 33 Bauern, eine Mühle und neun Bäckereien eine regionale Wertschöpfungskette und Regionalmarke für Mehl und Backwaren realisiert. Unter dem Signet ALBKORN bieten sie Verbrauchern Produkte, die sich durch hohe Qualität, umweltverträgliche Produktion und besonders guten Geschmack auszeichnen. Partnerschaftliche Zusammenarbeit und professionelle Öffentlichkeitsarbeit haben die Initiative zu einem Erfolg werden lassen.

Auf der Schwäbischen Alb, der REGIONEN AKTIV Modellregion Kreis Reutlingen, steht die regionale Marke ALBKORN für Mehl und Backwaren von besonderer Qualität. Der Zusammenschluss von Landwirten, Getreidemühle und Bäckereibetrieben sorgt für Produkte, die aus umweltgerechtem Anbau stammen und mit handwerklicher Sorgfalt in der Region erzeugt werden. Verbrauchern wird in



Grafik: ALBKORN GbRmbH

den Bäckereien eine große Vielfalt von Produkten geboten, die vom Bauernbrot über Brezeln bis zum schwäbischen Apfelkuchen reicht. Jeder Bäcker fertigt aus dem heimischen Qualitätsmehl seine eigenen Spezialitäten wie etwa „Reutlinger Schiedwecken“, eine mit Kalbfleisch gefüllte Blätterteigpastete, „Mutscheln“, sternartige Mürbekuchen, oder „Reutlinger Kimmicher“, kleine Kümmelbrötchen, die auf einer Steinplatte ausgebacken werden.

Tradition, Naturschutz und Genuss

Mit dem Slogan „Onser Alb, Onser Korn, Mei Brot!“ setzt die Partnerschaft auf Regionalität und kurze Wege, Tradition und den Heimatgedanken sowie Genuss und Qualität. Einen besonderen Stellenwert nimmt der Natur- und Landschaftsschutz ein: ALBKORN will mit dazu beitragen, eine lebenswerte Schwäbische Alb mit ihrer einzigartigen Tier- und Pflanzenwelt für die Menschen zu erhalten. Durchgehende Kontrollen bei Anbau und Verarbeitung sowie die hohe Qualifikation der Handwerksmeister sichern die selbst auferlegten Standards und sorgen für Qualität und den besonders guten Geschmack der Produkte.

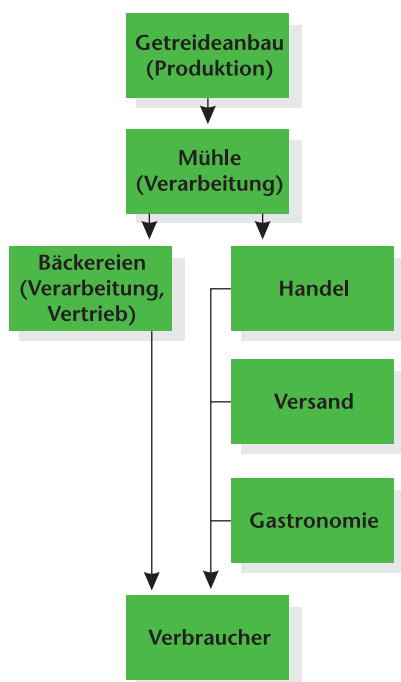


Foto: Gerhard Schindler

Erwin Luz, Müllermeister (halbverdeckt), Edmund Sauter, Bäckermeister, Andreas Kofler, Bäckerinnung und Helmut Holzschuh, Landwirt, im Gespräch

Die Wertschöpfungskette: feste Strukturen und hohe Markenverbundenheit

Über die Backwaren hinaus bietet ALBKORN Mehlprodukte wie Gries; und der Zusammenschluss hat begonnen, die lokale Berg-Brauerei Ehingen mit Getreide zu beliefern. Insgesamt 33 landwirtschaftliche Betriebe, neun Bäckereien und eine Mühle sind an dieser Wertschöpfungspartnerschaft beteiligt.



Die Wertschöpfungskette

Anbau und Verarbeitung im Einklang mit Natur und Umwelt

Auf der Reutlinger, Münsinger und Ehinger Alb bauen die Landwirte auf 250 Hektar Getreide für das regionale Qualitätsmehl an. Sie haben sich Erzeugerregeln verpflichtet, die neben dem Verzicht auf Gentechnik auch das Anlegen von Ackerrandstreifen, festgelegte Fruchtfolgen, Schlagkarten sowie eine reduzierte Bodenbearbeitung vorsehen. Der Ackerbau erfolgt nach Prinzipien der integrierten, kontrollierten Produktion entsprechend dem Qualitätszeichen Baden-Württemberg. Die Betriebe erzeugen zu 90 Prozent Weizen sowie Roggen und Dinkel. Die jährliche Ernte wird im Umfang von 1.500 Tonnen zu ALBKORN-Mehl verarbeitet. Das Mahlen erfolgt vollständig durch die Mühle Luz in Münsingen-Buttenhausen. Dadurch wird gewährleistet, dass das Korn, vom Acker bis zum Bä-

cker, einen Weg von höchstens 50 Kilometern zurücklegt. Die Produktqualität wird dadurch erhalten und die Umwelt geschont.

Vollständige Umstellung in den ALBKORN-Bäckereien

In den neun beteiligten Bäckereien auf der Alb wird ausschließlich mit ALBKORN-Mehl gebacken. Die Betriebe legen großen Wert auf traditionelle Handwerkskunst und verwenden keinerlei Backmischungen oder vorgefertigte Tiefkühl-Teiglinge. Ein weiterer wichtiger Partner ist die Bruderhausdiakonie in Reutlingen, ein großer Sozialdienstleister, in dessen Bäckerei Menschen mit Behinderung arbeiten. Die Komplettumstellung dieses Betriebs auf ALBKORN bedeutet einen zusätzlichen Absatz von 42 Tonnen Mehl pro Jahr. Auch für Exil-Schwaben, beispielsweise in Frankreich oder Griechenland, sind ALBKORN-Spezialitäten verfügbar. Sie können über die Internetwebsite „ebbes-guats.de“ bezogen werden. Schließlich vermarktet die Mühle Luz die Mehlprodukte auch direkt über Landhandelsunternehmen, Märkte und ihren Mühlenladen.

Landrat Thomas Reumann zum Thema ALBKORN: „Ein heimisches Produkt wie ALBKORN ist nicht nur deshalb wichtig, weil ihm eine komplett regionale Wertschöpfungskette zugrunde liegt. Auch unter dem Gesichtspunkt des Umweltschutzes arbeitet die ALBKORN-Gemeinschaft vorbildlich und sinnvoll zusammen.“

Fester Zusammenschluss der Partner

Koordiniert wird die Wertschöpfungskette durch den Vorstand der ALBKORN GbRmbH, zu der sich die Betriebe fest zusammengeschlossen haben. Diese Leitungsebene bilden die beiden Landwirte Armin Reutter und Helmut Holzschuh, Bäckermeister Klaus-Dieter Glocker und Müllermeister Erwin Luz. Unterstützt wird die Zusammenarbeit durch den Pflanzenbauberater des Kreislandwirtschaftsamtes Wendelin Heilig und die Regionalmanagerinnen Regine Leicht und Melanie Amrhein.

Der Entwicklungsprozess: mehr Transparenz und engere Zusammenarbeit

Bereits 1995 gründete Bäckermeister Edmund Sauter zusammen mit Müllermeister Luz, Bäckermeister Glocker und 12 Landwirten die Albkorn GbR. Die Bäcker wollten endlich Gewissheit über die Herkunft ihrer Mehle. Um für die Landwirte und die Mühle zu relevanten Produktmengen zu kom-

men, hatte Sautter als Innungsmeister in den Jahren danach intensive Überzeugungsarbeit geleistet, um den Kollegen die Vorteile des teureren Mehls zu verdeutlichen.

„Mit ALBKORN haben wir nun endliche vollständige Transparenz für die gesamte Produktkette, so dass ich meinen Kunden im Laden über alle Details Auskunft geben kann und sicher bin, dass unser Brot absolut umweltverträglich und ohne Chemierückstände oder Gentechnik ist“, so Bäckermeister Edmund Sautter.

Überzeugungsarbeit bei den Bäckern und Landwirten

Die Beteiligten mussten jedoch nicht nur von dem Mehlpreis überzeugt werden. Vor der Einführung der Blühstreifen beim Getreideanbau im Jahr 2001



Getreideernte



Anlieferung zur Mühle



ALBKORN-Produkte

hatten Sautter und Heilig Vorbehalte bei den Landwirten zu überwinden. „Das müsst Ihr machen und wenn ich noch zehn Euro mehr auf den Tisch lege“, so Sautter damals zu den Bauern. Er wollte die Randstreifen unbedingt auch als Alleinstellungsmerkmal für die Bäckereien im Marktwettbewerb. Unterstützt wurde die Initiative im Rahmen des PLENUM-Programms Baden-Württemberg.

Engere Zusammenarbeit und neue Partner

Mit REGIONEN AKTIV wurde seit 2002 die Zusammenarbeit enger und intensiver. Wichtige Partner wie die Bruderhausdiakonie und die alteingesessene Bäckerei Wucherer in Reutlingen sind hinzugekommen. Die ALBKORN-Produkte wurden dadurch auch in dem städtischen Bereich Reutlingen, mit seiner größeren Kaufkraft, immer bekannter. REGIONEN AKTIV hat diese Entwicklung unter anderem mit der Finanzierung von Holzbacköfen und Schaubäckereien unterstützt.

Von Konkurrenten zu Mitstreitern

Im Jahr 2006 ließen die ALBKORN-Partner mit Unterstützung von REGIONEN AKTIV ein Marketingkonzept entwickeln. Mit einem neuen Logo und neuen Markenkennzeichen führten die Bäckereien gemeinsame Marketingaktivitäten durch und waren durch T-Shirts mit Markenaufdrucken und Falbblättern auch nach außen hin als Partner leicht zu erkennen. Aus Konkurrenten wurden



Foto: Gerhard Schindler

Albkornprodukte im Verkauf

Mitstreiter. Einen Höhepunkt der Öffentlichkeits-offensive bildete eine gemeinsame Aktion mit der Schwäbischen Alb, dem Reutlinger Landrat Thomas Reumann und vielen hundert Bürgern im April 2007 in Münsingen.

Resultate: hohe regionale Bekanntheit und Etablierung der Marke

Durch das große Engagement der Partner wurde die Bekanntheit der Marke ALBKORN auf der Schwäbischen Alb beträchtlich gesteigert. Die Verbraucher schätzen die hohe Qualität der Produkte und den Naturschutzgedanken, der sich mit ihnen verbindet. Sie tragen mit ihrer Kaufentscheidung zum Erhalt wirtschaftlich vitaler Betriebe in der Region bei.

Wettbewerbsvorteile und langfristige Arbeit

Der Umsatz der Mühle Luz hat sich seit 2002 etwa verdoppelt. Ein Resultat dessen ist die beträchtliche Erweiterung des betrieblichen Mühlenladens. Die Bäckereien haben es mit dem besonderen Image von ALBKORN und solider Öffentlichkeitsarbeit geschafft, ihre Geschäfte im Marktwettbewerb mit großen Discountbäckereien zu stärken. ALBKORN-Landwirte erhalten für ihr Qualitätsgetreide einen Aufschlag von rund 40 Euro pro Tonne. Auf diesem Wege hat ALBKORN einen wichtigen Anteil am Erhalt der rund 125 Arbeitsplätze, die mit den Bäckereien verbunden sind. In der Mühle sind zwei neue Stellen, ein Müller und ein Fahrer, entstanden. Zusätzliche Beschäftigung

wird mit dem erweiterten Mühlenladen verbunden sein. Ein wichtiger sozialer Aspekt liegt in der Beteiligung der Bruderhausdiakonie, denn dadurch profitieren auch behinderte Menschen von der Entwicklung.

„Der Erfolg beruht auf dem guten Zusammenwirken aller Beteiligten“, meint Müllermeister Erwin Luz, „die Tatsache, dass jeder – die Landwirte, Bäckereien, Verbraucher und unsere Mühle – dabei gewinnen, bringt uns als Partner zusammen.“

Zukunftsperspektiven: Steigerung des Absatzes und Verbesserung der Infrastruktur

Die Perspektiven für ALBKORN sind günstig. Immer mehr Verbraucher sind bereit, mehr Geld für gesunde und hochwertige Lebensmittel auszugeben, die auch Ansprüchen an eine umweltverträgliche Erzeugung gerecht werden. Zudem hat sich Regionalität zu einem neuen Trend entwickelt, dem immer mehr Konsumenten folgen.

Neuer Partner und Entwicklung der Getreidetrocknung

Seit Ende 2007 ist die regionale Berg-Brauerei Ehingen an der Wertschöpfungskette beteiligt. Sie wird im Frühjahr 2008 mit einem ALBKORN-Bier auf den Markt kommen und plant bis 2009 weitere Getränke mit diesem regionalen Getreide zu erzeugen. Die Koordinatoren möchten die Zusammenarbeit mit der Brauerei weiter intensivieren und den Absatz des ALBKORN-Mehls auch über Bäckereien und den Landhandel weiter steigern. Darüber hinaus soll in den nächsten Jahren ein Engpass in der Wertschöpfungskette beseitigt werden: die Kapazitäten zur Getreidetrocknung. Die Trocknung soll möglichst zusammen mit dem Betreiber einer regionalen Biogasanlage erfolgen, damit regenerative Energien zum Einsatz kommen.

Weitere Informationen

www.albkorn.de, www.ebbes-guats.de,
www.plenum-rt.de

Erwin Luz, Getreidemühle, 72525 Münsingen, Tel. 07383-1261, E-Mail: info@luzmuehle.de

Bäckerei Klaus-Dieter Glocker, Hauptstraße, 2, 72532 Gomadingen, Tel. 07385-965062, E-Mail: albkorn-glocker@chefmail.de

Helmut Holzschuh, Fladhof, 72525 Münsingen, Tel.: 07383 - 1474, Fax: 07383 - 1411