

KOMMENTAR

Vorbild Albkorn-Erzeugergemeinschaft

Neuland auf der Schwäbischen Alb



VON
CORDULA FISCHER

Da waren vor 25 Jahren mal richtige Cleverle am Werk. Die Gründer der Erzeugergemeinschaft Albkorn haben Neuland betreten und damit einer Entwicklung vorgegriffen, die heute in aller Munde ist: Transparenz in der Produktionskette, Sicherheit für Verbraucher und Lebensmittel, die kontrolliert und zu 100 Prozent regional erzeugt sind. Und auch der Slogan mit Wiedererkennungswert, mit dem der Zusammenschluss von Landwirten, Bäckern, Mühle und Brauerei wirbt, ist geschickt gewählt, kommt er doch im Dialekt daher. Heimatverbundener geht es kaum. Der Weg, den die Albkorn-Pioniere vor einem Vierteljahrhundert eingeschlagen haben, war goldrichtig. Wirtschaftlicher Nutzen wird mit einem nachhaltigen Vorteil für Natur und Umwelt verbunden, um diese mittlerweile zu häufig zitierten, aber doch im Kern treffenden Schlagworte zu bemühen.

Woher kommen die Lebensmittel? Mit dieser Frage beschäftigen sich die Menschen heute häufiger als noch vor einigen Jahren. Viele von ihnen vertragen das tägliche Brot nicht mehr. Lebensmittelallergien, aufgedeckte Lebensmittelkandale, Lebensmittelverschwendung, nicht artgerechte Tierhaltung – da bleibt einem regelrecht der Appetit weg. Wie es besser gehen könnte? Vieles wird auf Konsumenten abgewälzt: Sie entscheiden mit ihrem Einkauf, was produziert wird; schließlich lieben sie Schnäppchen oder schauen auf den Cent. So einfach machen es sich Großkonzerne gern. Sie liefern ja nur, was Otto-Normalverbraucher verlangt, locken mit Billigpreisen und Rabattaktionen. Die Albkorn-Erzeugergemeinschaft zeigt, dass es eben auch anders herum geht: Produzenten setzen von sich aus auf strenge Kriterien, sie entscheiden, was angeboten wird. Klar, dass ein Weckle da mehr kosten muss als ein industriell hergestellter Teigling. Hier geht es auch um Fairness. Landwirte und Bäcker müssen für Mehraufwand und Qualität mehr bekommen. Statt »Geiz ist geil« muss es heißen: »Was nichts kostet, ist nichts wert!«

Verbraucher haben den Bezug zu Lebensmitteln verloren, Bauern gehen auf die Straße, kämpfen um Wertschätzung. Albkorn packt's einfach selbst an. Seit einem Vierteljahrhundert. Eine reife Leistung! Auch wenn's die Geburtstags-torte fürs Fest dieses Jahr nicht gab: Das beste Geschenk für die Albkörner ist jeder Laib Brot, jedes süße Stückle, jede Brezel, die verkauft werden. Denn das ist der Grundstein für »onser Alb«. Das ist kein Neuland mehr, aber nicht minder wichtig, es auf diese Weise weiter zu beackern. Solcher Vorbilder bedarf es in Zukunft immer noch.

cordula.fischer@gea.de

AUS DEN GEMEINDEN

ENGSTINGEN

Feier zum Anna-Tag

ENGSTINGEN. Traditionell wird am 26. Juli an der Haidkapelle der Anna-Tag gefeiert, zu Ehren der Mutter Marias und Großmutter Jesu. Allerdings feiert Pfarrer Wolfgang Drescher aus Gammertingen wegen der besonderen Bedingungen den Anna-Tag bereits am Freitag, 24. Juli, um 19 Uhr im Freien vor der Haidkapelle. (k)

TROCHTELFINGEN

Trochtelfingen entdecken

TROCHTELFINGEN. Im Rahmen des Kultursommers bietet der Geschichts- und Heimatverein Trochtelfingen eine Stadtführung am Sonntag, 26. Juli, an. Beginn ist um 14 Uhr, Treffpunkt der Schlossplatz. Die Führung dauert eineinhalb Stunden, die Teilnahme ist kostenlos. Anmeldung beim Geschichts- und Heimatverein, Bernhard Klingenstein. (eb) 0171 1216419

Redaktion Alb
Tel. 0 73 81/93 66-10 Fax 0 73 81/93 66-60
-22 Christine Dewald (dew) -21 Cordula Fischer (cofi)
-23 Marion Schrade (ma) E-Mail: alb@gea.de
Region Neckar-Alb: Gisela Sämann (sä) 0 71 21/302-350



Das meiste Getreide, das in der Region angebaut wird, wird hier weder weiterverarbeitet noch verbraucht. Die Erzeugergemeinschaft Albkorn macht's anders.

FOTOS: FISCHER

Albkorn – Die Erzeugergemeinschaft besteht seit 25 Jahren. Die Mitglieder setzen auf Regionalität und Biodiversität

Broterwerb für alle

VON CORDULA FISCHER

SONNENBÜHL/GOMADINGEN. Wo Albkorn draufsteht, ist die Region zu 100 Prozent drin. So ist es seit 25 Jahren. Seit sich die Erzeugergemeinschaft aus Landwirten, Bäckern, einer Mühle und später auch einer Brauerei zusammengeschlossen hat. Hierin arbeiten sie alle Hand in Hand: Die Bauern kultivieren das Getreide, das in der Mühle Luz in Buttenhausen zu Mehl wird, das wiederum die Mitgliedsbäcker zu Brot & Co. verarbeiten. Seit 2008 verwendet die Brauerei Berg aus Ehingen die Gerste, die auf den Albkorn-Äckern gedeiht. Zunächst als Pioniere einer Regionalitäts-Idee angetreten, liegt die Erzeugergemeinschaft mit ihrem Konzept heute voll im Trend und trifft zu 100 Prozent den Zeitgeist. Mittlerweile hat die zweite Generation das Ruder übernommen.

Sie sorgen fürs tägliche Brot auf der Albhochfläche. Aber wer sind sie genau? Wo kommt der Rohstoff für Brezeln und Backwaren her? Wie wird daraus Mehl und warum gibt's Albkorn auch zum Trinken? Transparenz ist nicht nur ein Modebegriff, mit dem sich die Erzeugergemeinschaft Albkorn schmückt. Ihre Mitglieder sind Überzeugungstäter und das schon seit 25 Jahren. Damals, im Jahr 1995, mag eine solche Bewegung doch eher noch belächelt worden, es war eine Zeit, als Menschen, die auf regionale Lebensmittel und ökologisch vertretbare Produktion Wert legten, abschätzig als Müslis bezeichnet wurden.

»Bei Großbäckern ist das Brot immer gleich. Ich kann kein französisches Mehl einkaufen«

Da hat die Erzeugergemeinschaft allerdings Weitsicht bewiesen, eine Vorreiterrolle übernommen, viel Aufbauarbeit geleistet und die Regionalität als fantastisches Marketinginstrument erkannt, ohne mit leeren Versprechen aufzuwarten. Namentlich waren es unter anderem der Eninger Bäckermeister Wolfgang Sautter und Müller Erwin Luz aus Buttenhausen sowie Bäcker Dieter Glocker aus Gomadingen, die Mitstreiter suchten und fanden. Grundsatz: Die Mitgliedserzeuger wollen offen sein, Verbraucher über den Weg des heimischen Getreides vom Acker bis zum Backofen informieren. Das Motto lautet »Onser Alb, onser Korn – mei Brot«. Alles kommt von der Reutlinger, Münsinger und Ehinger Alb, kontrolliert angebaut, alles im Umkreis von 50 Kilometern erzeugt. Regionalität bedeutet eben auch kurze Transportwege.

Eine echte Erfolgsgeschichte haben sie seither geschrieben, die Nachahmer gefunden hat: Heute, 25 Jahre nach der ersten Pionierarbeit, sprießen in vielen Bundesländern Regionalmarken aus dem Boden mit besonderen Standards und hohen Qualitätsansprüchen – unter anderem Verzicht auf Gentechnik, Fairness,



Michael Haug (links) und Simon Glocker sind zwei der Bäcker der Erzeugergemeinschaft Albkorn – und Mitglieder in der zweiten Generation.

biologische Vielfalt, Transparenz, Tierwohl. Jeder Landwirt legt einen Ackerlandstreifen mit einer Blütenmischung an und pflegt Gehölze und Hecken an seinen Feldern. Und die Bäcker haben im vergangenen Jahr Plastiktüten fürs Brot abgeschafft – ein weiteres Zeichen für den verantwortungsvollen Umgang mit der Umwelt in der Region.

Im Biosphärengebiet gibt es seit etwa zehn Jahren »Albgemacht« – mit ähnlichen Kriterien, aber erst 15 Jahre nach der Albkorn-Gründung –, »Ebbes von Hei« heißt die Regionalmarke im Raum Saar-Hunsrück, auch Supermarktketten sind längst aufs Regionalitäts- und Heimatpferd aufgesprungen. Der Unterschied: Für Verbraucher sind die Produzenten hinter den Lebensmittelhandelsmarken kaum zu verifizieren; wer die Albkörner sind, schon. Das ist umso wichtiger, »wenn es immer wieder Lebensmittelkandale wie jetzt wiederholt in der Fleischindustrie gibt«, sagt Michael Haug aus Sonnenbühl, Bäckermeister in der vierten Generation, Sprecher der Erzeugergemeinschaft.

Schließlich kämpfen sie alle gemeinsam gegen die Billigkonkurrenz aus dem Ausland und der Industrie. Laut Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks »sank die Zahl der Handwerksbäckereien in den letzten 60 Jahren von rund 55 000 im alten Bundesgebiet auf 10 491 Betriebe mit rund 35 000 Filialen (rund 45 000 Verkaufsstellen) im heutigen Deutschland«. Eine Entwicklung, der sich die Erzeugergemeinschaft bewusst entgegenstellen will. So geht es auch darum, einen »Mehrwert vor Ort zu erzeugen«, um die Wertschätzung heimischer Landwirte, Handwerksbäcker, Mühlenbetreiber und Brauereien sowie ihren Broterwerb. Eben, die Mitglieder sind auch Arbeitgeber, die andere Menschen aus der Region in Lohn und Brot bringen. 300 Mit-

arbeiter seien in den zehn Bäckereien samt Filialen angestellt, überschlägt Michael Haug. »Wir sind eine Gruppe auf Augenhöhe. Es gibt keinen Chef«, alle ziehen an einem Strang, sagt Michael Haug und Simon Glocker bestätigt: »Auch unter den Bäckern gibt es keine Konkurrenten, sondern nur Kollegen.« Jeder hat seine eigenen Spezialitäten, seine eigenen Kreationen, seine eigene Ausrichtung.

»Neun Cent für ein Weckle? Wir zahlen für unsere Rohstoffe 30 Prozent mehr«

Für die zu 100 Prozent regionalen Backwaren ist einiger Mehraufwand notwendig. Anfangs stand die Erzeugergemeinschaft in engem Kontakt mit dem Kreislandwirtschaftsamt. Welche Pflanzen sind auf der rauen Alb für den Anbau geeignet bei Verzicht auf halmverkürzende Mittel, auf Gentechnik, auf Klärschlamm? Welche kommen mit der Witterung zurecht und welche Auswirkungen hat sie aufs Mehl? Und wie kann es Ausfallsicherheit geben? »Bei Großbäckern ist das Brot immer gleich. Ich kann kein französisches Mehl einkaufen, weil sich damit besser backen lässt. Und nicht jedes Rezept ist mit jeder Mehllieferung machbar«, sagt Bäcker Simon Glocker, die zweite Albkorn-Generation. Dabei hat handwerkliches Können oberste Priorität, chemische Backmittel gibt es in den Albkorn-Produkten nicht.

»Neun Cent für ein Weckle?«, sagt Glocker zu den Dumpingpreisen für Backwaren in Supermärkten und Discountern, »da kannst du nicht mithalten.« Schließlich »zahlen wir für unsere Rohstoffe 30

Prozent mehr.« Ehrlich erzeugte Rohstoffe, die von den 26 Vertragsbauern an die Mühle Luz geliefert werden. Vor allem geht es um Weizen, aber auch Roggen und Dinkel, den die zehn Albkorn-Bäcker verarbeiten, sowie Braugerste, die die Brauerei Berg seit 2008 bezieht.

Der Großteil des Getreides wird selbst verbakken, etwa ein Drittel des Mehls kommt in den Handel. Die Erfahrung zeigt, dass die Kunden das schätzen. Nur so funktioniert die Kette. Denn, sagen Haug und Glocker, der Großteil des Brotmarkts finde nicht mehr in der Bäckerei, sondern im Supermarkt statt. »Da müssen wir uns einfach mit Qualität und Transparenz abheben. Klar, du machst ein gutes Brot, aber du musst die Emotionen dahinter mit verkaufen.« Und das soll keine Mogelpackung sein. Die Albkörner werben gemeinsam, alle profitieren.

Die Außerdarstellung soll in Zukunft noch ausgebaut werden. Die Menschen hinter den Produkten müssen in den Fokus rücken. So wie es Simon Glocker für seinen Bäckerei-Betrieb in sozialen Medien schon lang praktiziert. So, wie auch das Ministerium für Ländlichen Raum in seiner Image-Kampagne »Unsere Bauern im Land« für landwirtschaftliche Betriebe in Baden-Württemberg wirbt.

Öffentlichkeitswirksam hätte die Erzeugergemeinschaft – die größte ihrer Art in Baden-Württemberg, wie in der Einladung geschrieben stand – auch ihre Silberhochzeit am 29. März gefeiert. Hätte da nicht Corona dazwischen gegrätscht. Sich zurückzuziehen – das kommt für Michael Haug und Simon Glocker gar nicht in die Papier-Tüte. In die kommt das Brot: Die Erzeugergemeinschaft hat Jubiläums-Verpackungen fürs Backwerk drucken lassen. »Mei Brot«, »Mei Bier«, ist darauf zu lesen, dazu noch die Info, was drin steckt. Und das ist »ein regionales Spitzenprodukt« von der Alb. (GEA)