

Auf Genuss von Kopf bis Fuß eingestellt

LEBENSMITTEL-EINZELHANDEL Im „Schmidts Markt“ in Bad Säckingen gibt es auch ein Restaurant. Was der Edeka-Händler damit bezweckt und was die Erzeugergemeinschaft Schwarzwald Bio-Weiderind damit zu tun hat, hat sich die BBZ vor Ort angesehen.

In den Köpfen von Martin Schmidt und seinem Vater Michael Schmidt existierte die Idee zu einem Markt, wie er seit nun einem Jahr in Bad Säckingen steht, schon seit mehr als zehn Jahren. Woher kam die Idee, einen Supermarkt mit Restaurant zu bauen? „In der Lebensmittel Zeitung gab es einen Artikel über einen Markt in Toronto, der als bester Supermarkt der Welt betitelt wurde. Dort wurde das Konzept verfolgt, das Einkaufen so viel mehr sein kann als das bloße Zusammentragen von Lebensmitteln“, erzählt Martin Schmidt.

Kurzerhand flogen er und der Vater nach Kanada – und waren sich einig: Das wollen wir auch! Was die beiden Edeka-Händler in die Tat umgesetzt haben, ist beeindruckend: Zum Markt mit 3000 Quadratmetern Verkaufsfläche, auf der getreu dem Grundsatz „Total regional“ viele Produkte aus der Region angeboten werden, gehört auch ein Restaurant. Es befindet sich direkt über dem Markt. Dort kann gefrühstückt, zu Mittag und zu Abend gegessen werden.

Hier kommt auch die Erzeugergemeinschaft (EZG) Schwarzwald Bio-Weiderind ins Spiel: Weiderinder der EZG werden über die Schmidts Märkte verkauft. Im Vordergrund steht die Verwertung des ganzen Tieres. Dazu trägt aber nicht nur das

Restaurant, sondern vor allem die „Schmidts Hausküche“ bei: Hier werden neben Gulasch und Bolognese vom Weiderind auch Wurst- und Rindfleischsalat sowie Frikadellen mit 50 % Rindfleischanteil hergestellt.

Die Hausküche beliefert neben dem Restaurant – das direkt an die Produktionsräume angrenzt – alle 14 Schmidts Märkte mit den eingekochten Gerichten, Salaten sowie veredelten Frischkäsen. Mittlerweile sind in der Hausküche 30 Mitarbeiter beschäftigt. Zudem gibt es einen Metzger, der einen Teil der Weiderinder zu Schinken, Lyoner, Wienerle und anderen Wurstprodukten für die Frischtheke verarbeitet. „Der Rindfleischanteil in der Lyoner und den Wienerle liegt bei 81 %“, erklärt Martin Schmidt.

Nicht nur Filet und das Bürgermeisterstück

Ansonsten wird in den Fleischtheken nicht nur Bug, Bürgermeisterstück oder Filet angeboten, sondern auch Ochsenchwanz und Suppenfleisch – eben alles, was das Rind hergibt. Für Fleischfreaks finden sich aber nicht nur das Rumpsteak vom Weiderind, sondern auch solche aus den USA oder Argentinien in der Theke.



Bild: Kathrin Kortendieck

Martin Schmidt (links) und Markus Kaiser im 2018 eröffneten Schmidts Markt in Säckingen. Im Hintergrund kann man die Regale des Supermarktes sehen. Schmidt und Kaiser stehen auf der Ebene des Restaurants, das ein Stockwerk höher liegt.

Damit Angebot und Nachfrage beim Weiderind aus dem Schwarzwald übereinstimmen, arbeiten die EZG Schwarzwald Bio-Weiderind und die Familie Schmidt seit über 25 Jahren eng zusammen. Martins Vater Michael war einer derjenigen, die die EZG von Beginn an unterstützt und Rinder abgenommen haben. Seitdem hat sich einiges getan: Das Schlachtalter wurde angepasst und liegt jetzt bei 24 Monaten für die weiblichen und 28 Monaten für die männlichen Tiere. Dadurch liegt auch das Schlachtgewicht (SG) bei 240 bis 380 kg, zuvor brachten die Tiere nur 170 bis 310 kg SG auf die Waa-

ge. Verändert wurde dies auch zugunsten der besseren Außenwirkung. „Vorher wurden die Tiere sehr jung geschlachtet, für den Laien sahen sie fast noch wie Kälber aus. In einer Blindverkostung haben wir dann herausgefunden: Werden sie älter, schadet das dem Fleisch nicht – eher im Gegenteil. Es wurde dadurch aromatischer“, erläutert Martin Schmidt die Entwicklung.

Acht bis zwölf Tiere

Momentan werden acht bis zwölf Tiere pro Woche komplett über die Hausküche, das Restaurant und den Markt in Bad Säckingen vermarktet. Dass diese Kombination gut ankommt, zeigen die regelmäßig voll besetzten Plätze im Restaurant und die Bestellungen, die in der Hausküche aus den anderen Schmidts Märkten ankommen. Gerichte wie die Weiderind-Bolognese oder das Gulasch können entweder im Weckglas im Markt oder direkt an der Bedientheke auch mit nach Hause genommen werden. Großer Beliebtheit erfreut sich das Weiderind-Gulasch, „das geht sogar im Sommer“, so Schmidt.

Der Landwirt Markus Kaiser aus Bernau, stellvertretender Vorsitzender der Erzeugerge-



Der Blick in die Küche ist möglich: Hier kann man sehen, wie für das Restaurant gekocht wird.

Bild: Wanzl Metallwarenfabrik

meinschaft Schwarzwald Bio-Weiderind, erzählt: „Bisher war es so, dass die Touristen auf ihren Wanderungen die Rinder auf den Weiden sahen und sich über den Anblick freuten. Und was haben sie dann als Erinnerung an den Urlaub mit nach Hause genommen? Ein Stück Speck! Jetzt können sie sich ein Weckglas voll Gulasch mit nach Hause nehmen.“

Je nach Vorrat

Die wöchentlich wechselnde Karte im Restaurant richtet sich immer ein wenig danach, von welchem Teilstück im Kühlhaus noch eine größere Menge vorrätig ist. Eine besondere Situation gab es, seit der Markt in Bad Säckingen im Januar 2018 eröffnete. Markus Kaiser berichtet: „Der Sommer 2018 war wahnsinnig trocken. Im August hatten wir für rund 100 Tiere kein Futter mehr. Also rief die EZG bei Martin Schmidt an und fragte, ob sie helfen könnten.“ Auch Schmidt erinnert sich an die Situation: „Ich habe geschluckt, kurz überlegt und dann gesagt: Wir können euch 50 ganze Tiere abnehmen.“

Das hatte zur Konsequenz, dass Schmidt das komplette deutsche Rindfleischangebot auf Weiderind umstellte und das konventionell erzeugte Rindfleisch komplett auslistete. „Unsere Tiere wurden von Schmidts abgenommen, und das zum üblichen Preis. Damit gingen wir aber gleichzeitig das Versprechen ein, auch zukünftig die Nachfrage zu erfüllen“, erklärt Kaiser. Denn als der Überschuss abgebaut war, stand kurz die Frage im Raum: Stellen wir um und nehmen das konventionelle Fleisch wieder auf? Einstimmig fiel die Entscheidung für das Weiderind. Und die Kunden nahmen das Angebot ohne Probleme an.

Beim Besuch in Bad Säckingen zu spüren ist das Bewusstsein von Erzeuger und Händler, dass eine Zusammenarbeit nur dann erfolgreich sein kann, wenn jeder den Bereich des anderen nicht nur akzeptieren, sondern auch verstehen will. Martin Schmidt ergänzt: „Wichtig ist uns als Familie Schmidt ebenfalls, dass auch unsere Mitarbeiter unsere Philosophie weitertragen, damit sie beim Kunden ankommt.“

Eine Herausforderung, die unmittelbar bevorsteht, ist die kontinuierliche Vermarktung der

momentan acht bis zwölf ganzen Weiderinder pro Woche. Je wärmer es wird, umso mehr geht die Nachfrage nach Rindfleisch zurück. „Jetzt müssen wir kreativ sein und uns Lösungen überlegen, wie wir unseren Kunden das Weiderind auch im Sommer schmackhaft machen können“, sagt Schmidt. In Planung sind bereits die Produkte „Pulled Weiderind“ und vakuum-gegarnte Weiderind-Rippchen für den Grill.

Auch eine Kooperation mit den Gastwirten im Naturpark Südschwarzwald steht in den Startlöchern. Der Geschäftsführer erzählt: „Häufig haben die kleineren Gasthäuser keine Möglichkeit, eine größere Personengruppe aus ihrer Küche heraus zu verköstigen. Sollten sich also Reisegruppen ankündigen oder Veranstaltungen im Haus stattfinden, kann bei uns beispielsweise



Die Bolognese-Sauce mit Weiderind-Fleisch gibt es im Weckglas zu kaufen.

Gulasch vorbestellt werden. Wir bereiten es hier in der Hausküche im Cook-and-Chill-Verfahren vor, liefern es an den nächstgelegenen Schmidts Markt aus und das Essen kann dort vom Wirt abgeholt werden.“ Beim Cook-and-Chill-Verfahren wird das Essen frisch gekocht und kurz vor Erreichen des optimalen Garpunktes innerhalb von 90 Minuten auf 7 °C heruntergekühlt. So ist es einige Tage gekühlt haltbar.

Um die Zyklen in Landwirtschaft und Lebensmitteleinzelhandel noch besser aufeinander abzustimmen, ist ein Ziel, die Tiere schon bei der Geburt anzumelden, sodass die Mengen genau geplant werden können. Schmidt betont: „Einige Landwirte planen schon jetzt ihre Abkaltungen über das ganze Jahr. Das war vor einiger Zeit noch undenkbar und es freut mich riesig, dass wir jetzt so weit sind.“

Kathrin Kortendieck

Syngenta erwartet stark schrumpfenden Markt

PFLANZENSCHUTZ Syngenta ist mit dem Geschäftsverlauf in Deutschland im abgelaufenen Jahr zufrieden. Auf längere Sicht werden aber erhebliche Umsatzeinbußen bei Pflanzenschutzmitteln hierzulande und in Europa erwartet.

Im Segment Pflanzenschutz habe man Marktanteile bei Getreide und Kartoffeln gewinnen können, berichtete der Geschäftsführer der SyngentaAgro GmbH, Dr. Manfred Hudetz, vergangene Woche in Maintal. Allerdings ist das Unternehmen nach wie vor besorgt, was die Zulassungssituation in Deutschland und Europa angeht, und hat seine Forschungsziele dahingehend angepasst. „Wir verlieren nicht nur Wirkstoffe, sondern müssen immer öfter Zulassungsaufgaben akzeptieren, die einem Anwendungsverbot gleichkommen“, beklagte Hudetz.

Weiterer Rückgang

Er verwies auf Zahlen des Industrieverbandes Agrar (IVA), wonach der Nettoinlandsumsatz mit Pflanzenschutzmitteln in Deutschland 2018 im Vorjahresvergleich um 7,4 % auf 1,28 Milliarden Euro gesunken ist.

Der Leiter Technischer Service Deutschland und Österreich, Dr. Michael Käsbohrer, geht auch von einem deutlichen Schrumpfen des europäischen Marktes für Pflanzenschutzmittel aus. Langfristig rechnet er mit einem Umsatzeinbruch von derzeit 11,4 Milliarden Euro auf 7,3 Milliarden Euro. Marktlücken entstünden durch den Verlust von Registrierungen. Innovationszyklen verlängerten sich. In

Forschung verändert sich

der Folge werde auch die Zulassungsfähigkeit stärker in der Forschungsausrichtung berücksichtigt. Rund 60 % der Getreidefungizide enthielten Wirkstoffe, die wahrscheinlich in den nächsten Jahren wegfielen.

Als Folge gewinne der biologische Pflanzenschutz bei Syngenta an Bedeutung. Konventionelle und biologische Pflanzenschutzmittel würden sich in Zukunft zunehmend ergänzen. AgE

Kurz notiert

Milchpreise kaum verändert

Der von BWAgrar bei neun Molkereien in Baden-Württemberg erhobene Milchpreis ist im Februar gegenüber Januar von 36,2 auf 36,0 Cent pro kg (4,2 % Fett/3,4 % Eiweiß, inklusive gängiger Zuschläge, ohne Nachzahlungen) geringfügig zurückgegangen. Die Spanne lag bei 34,4 bis 37,4 Cent/kg. Auch der bei fünf Molkereien erhobene Biomilchpreis bleibt bei 48,0 Cent pro kg stabil, die Spanne liegt bei 46 bis 50 Cent/kg.

Die Futterknappheit auf den Betrieben wegen der Trockenheit im Vorjahr hat sich bislang nicht positiv auf die Milchpreise ausgewirkt. Laut ZMB/AMI

war der saisonale Anstieg der Milchlieferung in Deutschland zuletzt unterbrochen. In der 9. Woche erfassten die Molkereien 0,3 % weniger Milch als in der Vorwoche. Die Vorjahresmenge wurde um 0,8 % überschritten.

Am Spotmarkt mussten Magermilchkonzentrat und Sahne Korrekturen hinnehmen, heißt es im Bericht der Kemptener Börse am 13. März. Markenbutter im 250-g-Päckchen wurde Anfang März erneut preislich abgesenkt. Allgäuer Emmentaler Käse werde sehr gut verkauft. Bei Schnittkäse setze sich die stabile Absatzsituation fort. Die Ware werde kontinuierlich abgerufen. Aus Südeuropa steigen mit Blick auf Ostern langsam die Anfragen nach Käse.

Matthias Borlinghaus

Bio-Weiderinder bleiben gefragt

MITGLIEDERVERSAMMLUNG Die Erzeugergemeinschaft Schwarzwald-Bio-Weiderind bleibt auf Wachstumskurs, wurde vergangene Woche in Höchenschwand deutlich.

„Momentan läuft es rund“, stellte EZG-Vorsitzender Markus Kaiser fest. 2018 seien wie angestrebt über 1000 Tiere vermarktet worden. 125 Mitglieder im Gebiet des Naturparks Südschwarzwald hat die EZG, mit leicht steigender Tendenz. „Wir sind ein kleines Licht, aber ein wertvolles Licht in der großen Welt der Edeka Südwest“, sagte Kaiser.

„Die Kooperation mit der Erzeugergemeinschaft läuft gut, für Probleme haben wir immer eine Lösung gefunden“, sagte Edeka Südwest-Geschäftsführer Jürgen Mäder. Für 2019 sei es das Ziel, 1100 Weiderinder über Edeka Südwest und die Schmidt's Märkte zu vermarkten. „Zeigen Sie mit Hofschildern, dass Sie Fleischerzeuger sind, zeigen Sie, was Sie machen, sind Sie stolz“, appellierte Mäder an die Erzeuger. Fleisch aus der Region sei oft schwieriger zu beschaffen als Ware aus dem Ausland, beschrieb Mäder den Beschaf-

fungsmarkt eines großen Abnehmers heutzutage. Es gebe manchmal Restriktionen für regionale Ware und es müssten ganze Tiere vermarktet werden. Das wollte er aber nicht als Drohung verstanden wissen.

Schwerer

Naturland-Berater Martin Bär bezeichnete es als einen großen Erfolg, dass das Schlachtgewicht der Tiere mittlerweile im Durchschnitt bei 300 Kilogramm liegt. 70 % seien E-Tiere, weitere 10 % U-Tiere gewesen. Die Preisbasis für R2-Tiere lag unverändert bei 5,50 Euro pro Kilogramm.

Juliane Dentler von der Universität Hohenheim berichtete vom Forschungsprojekt „Grünlandschutz durch ein innovatives Bio-Weiderind-Konzept“, das sie koordiniert. Die Landwirte in der Wertschöpfungskette erzielten derzeit angemessene



Bild: René Bossert

Haben nach wie vor einen engen Draht: EZG-Vorsitzender Markus Kaiser (links) und Edeka Südwest-Geschäftsführer Jürgen Mäder.

Preise, sagte sie. Wenn außerdem die Betriebsstruktur in Ordnung sei und öffentliche Gelder aus der Zweiten Säule und aus Vertragsnaturschutz-Prämien ausreichend fließen, dann sei die Bio-Weiderindfleischproduktion auf Grünland im Südschwarzwald betriebswirtschaftlich attraktiv, wie die Auswertung von drei Beispielsbetrieben per Vollkostenrechnung gezeigt habe. Offen sei die Frage, wie alte Rassen besser integriert werden

können – Problem sind hier ausreichend hohe Schlachtgewichte – und wie Betriebe mit höheren Weideanteilen auf Naturschutzflächen zurechtkommen. Schließlich solle die Rindermast nicht in die besseren Grünlandgebiete abwandern.

Der Standort definiere das Produktionssystem: Auf schlechteren Standorten sei die Ausmast oder der Absetzerverkauf aus der Mutterkuhhaltung geboten. Auf besseren Standorten sei auch die Mast von Kälbern aus der Milchviehhaltung oder von Absetzern aus der Mutterkuhhaltung möglich. 19 000 Bio-Kälber pro Jahr verlassen den Bio-Sektor. Das sei eine erhebliche Ressource zur Erzeugung von Bio-Weiderindfleisch, wenn es gute Ausmastbedingungen gebe.

CO₂-Fußabdruck

Nun gehe es im Projekt darum, die Nachhaltigkeit und die Umweltwirkungen der Produktion zu untersuchen. Stichworte seien CO₂-Fußabdruck, Energiebilanz und Nährstoffbilanz. Geklärt werden solle, mit welchen Kosten eine Verringerung der CO₂-Emissionen verbunden sei.

EZG-Vorsitzender Markus Kaiser hofft auf Nachfrageimpulse aus der Gastronomie – über die Ganztiervermarktung – und vom Tourismus. Ein zukunftsgerichtetes Beispiel wäre Weiderind-Bolognesesauce im Kühlschrank der Ferienwohnung, wie er am Rande der Veranstaltung sagte.

Wohin sich die Supermärkte entwickeln

Leidenschaft und Emotionen seien für Edeka Südwest wichtig, um sich von den Discountern abzugrenzen. Das berichtete Geschäftsführer Jürgen Mäder in Höchenschwand. Bei Markenartikeln, regionalen Produkten und Nachhaltigkeit seien Discounter inzwischen sehr aktiv, aber die Menschen und die Tiefe und die Breite des Sortimentes schafften für Edeka Differenzierungsmöglichkeiten gegenüber Aldi und Co. „Gute Leute müssen in den Märkten an die Theke“, sagte Mäder.

Er zeigte auf, welche Themen Edeka Südwest derzeit beschäftigen. „Wir im Südwesten können die Genuss-Themen stärker spielen als in anderen Regionen Deutschlands“, charakterisierte Mäder die Besonderheit der zweitgrößten Regionalgesellschaft im Edeka-Verbund. 8,2 Milli-

arden Umsatz hat Edeka Südwest 2018 gemacht. Gut 1200 Märkte gibt es im Arbeitsgebiet, in dem 18,4 Millionen Menschen leben.

Der Supermarkt der Zukunft sei ein Showroom, in dem soziale Kontakte, schmecken, riechen und fühlen eine Rolle spielen. Der Händler werde auch zum Gastgeber: Essen und Kaffeetrinken im Markt werden eine wichtigere Rolle spielen, erwartet Mäder, der seit anderthalb Jahren einer der drei Geschäftsführer bei Edeka Südwest ist.

Kleinflächen seien wieder im Kommen. Die gesellschaftliche Entwicklung gehe dahin, dass sich viele Kunden wieder in der Nähe versorgen wollen. Über Delikatessen denke man bei Edeka genauso nach wie über Bio-Fachmärkte, Märkte ohne Personal oder Bezahlen mit dem Handy. Mäder war

eben eine Woche in China, wo er sich Digitalisierung angesehen habe. „Dort bezahlen sie sogar auf dem Wochenmarkt mit dem Handy“, so seine Beobachtung.

40 % des Fleisches hierzulande werden über die Discounter vermarktet. Mit seiner Eigenmarke „Gut und günstig“ biete Edeka 3000 Artikel an, die preislich auf Discounter-Niveau angesiedelt sind. Auch hier spiele Fleisch eine Rolle. Gleichzeitig wachse heutzutage der Markt für Premiumfleisch, Stichworte seien hier Wagyu oder Iberico. Viele Kunden beschäftige das Thema Tierwohl, bis hin zum Fleischverzicht. Auch für Edeka spielen ethische Fragen bei der Tierhaltung eine Rolle, sagte der Manager, der Mitglied bei Slow Food, Greenpeace und beim Deutschen Tierschutzbund ist. bos

Trommeln für das regionale Rindfleisch

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT Dass sich Artenschutz, Lebensmittelherzeugung und Vertragsnaturschutz unter einen Hut bringen lassen, demonstrierten der Landschaftserhaltungsverband Waldshut (LEV) und die Köpfer & Spiegelhalter GbR bei einem Pressetermin in Bernau.

Mit der „Initiative für heimische Landwirtschaft“ sollen der Öffentlichkeit die Leistungen der heimischen Landwirte als Erzeuger regionaler Lebensmittel, als Landschaftspfleger, als Partner des Naturschutzes und als Wegbereiter des Tourismus durch Offenhaltung der Landschaft veranschaulicht werden. Die Verbraucher müssten verstärkt auf die heimische Erzeugung aufmerksam gemacht werden, damit die Angebote der heimischen Direktvermarkter und auch die des regionalen Einzelhandels (Schwarzwald-Bio-Weiderind, Schwarzwaldmilch) genutzt würden, erklärte der Waldshuter Landrat Martin Kistler.

Markus Köpfer und Thomas Spiegelhalter bewirtschaften mit ihrer GbR über 200 Hektar Grünland in Bernau, davon über 130 Hektar als Weide. Sie halten rund 60 Mutterkühe, überwiegend

Hinterwälder. Beide betonten die gute Zusammenarbeit mit dem LEV, schließlich betreiben beide Vertragsnaturschutz im Rahmen von Landschaftspflege-Richtlinie-Verträgen auf einigen Weidfeldern. Vermarktet werden die Tiere größtenteils über die Erzeugergemeinschaft Schwarzwald Bio-Weiderind und die örtliche Gastronomie.

Gute Fleischqualität

Köpfer und Spiegelhalter beweisen, dass sich auch auf ökologisch hochwertigen, aber vom Futterwert her mageren Flächen Qualitätsrindfleisch erzeugen lässt, so die Botschaft an die Pressevertreter. Mit der Erzeugergemeinschaft „Schwarzwald Bio-Weiderind“ hätten sie eine attraktive Vermarktungsschiene gefunden. Entscheidender Fak-



Warben für regionales Rindfleisch (von links): Thomas Spiegelhalter, Alexander Wegerhof (Landwirtschaftsamt Waldshut), Markus Kaiser, Clemens Speicher (BLHV), Martin Kistler, Markus Köpfer, Matthias Schweizer (Gemeinde Bernau) und Hansjörg Stoll.

tor dabei sei die verlässliche Partnerschaft mit Edeka Südwest und den hiesigen Schmidt's Märkten, so der EZG-Vorsitzende Markus Kaiser.

Der Landrat wies darauf hin, dass die über 1400 ha ökologisch hochwertigen Flächen im Landkreis Waldshut ohne die landwirtschaftlichen Partnerbetriebe im Rahmen von 750 Landschaftspflegeverträgen niemals

erhalten werden könnten. Für Hansjörg Stoll vom LEV Waldshut zeugen die Weidfelder des Schwarzwaldes von einer jahrhundertalten Kulturlandschaft. Das extensive Grünland der Weidfelder bilde das Rückgrat für die Biodiversität im Landkreis Waldshut. Für Stoll sind die Landwirte die wichtigsten Partner zum Erhalt der Lebensräume vor Ort.

Anne Wegerhof

Gutes Essen aus der Region

GENUSS-MESSE Knapp 10 000 Besucher kamen zum Regionalmarkt im Konstanzer Konzil. Sie konnten an 45 Ständen von Direktvermarktern und Unternehmen des Ernährungshandwerks aus der Region probieren und kaufen.

Veranstalter war der Verein „Gutes vom See“ in Zusammenarbeit mit der Marketing und Tourismus Konstanz GmbH, dem Verein „Bodenseebauer“ und dem „Verein Integrierte Ländliche Entwicklung Bodensee“.

Regionale Marken wie Gutes vom See sowie Regionalvermarktungsinitiativen wie Bodenseebauer stellten sich im Rahmen des Marktes vor. Wer mochte, kam mit Köchen, Erzeugern und Verarbeitern ins Gespräch, konnte sich Profitipps und Rezeptideen aus erster Hand holen oder mehr über die regionale Lebensmittelproduktion erfahren. Die Bodensee-Miniköche, unterstützt durch regionale Gastronomen, verwöhnten die Besucher mit kuli-

narischen Gerichten aus der Region. „Der Regionalmarkt konnte den Besuchern vermitteln, dass es Spaß machen kann, regional, sozial und umweltbewusst zu wirtschaften bzw. zu handeln, und wie nachhaltig es ist, mit bewussten Kaufentscheidungen Regionalkultur zu unterstützen“, zog Michael Baldenhofer vom Verein Integrierte Ländliche Entwicklung Bodensee ein Fazit des Tages aus Sicht der Veranstalter. Im Rahmen des Regionalmarktes wurde die neue Direktvermarkter-Broschüre für den Landkreis Konstanz der Öffentlichkeit vorgestellt. 69 Direktvermarkter im Landkreis – jeder zwölfte Betrieb – stellen darin ihre Angebote und Dienstleistungen vor. red

Kurz notiert

Wolfsrisse bei Forbach?

Bei Forbach im Landkreis Rastatt sind vergangene Woche an zwei aufeinanderfolgenden Tagen, aber an unterschiedlichen Stellen, insgesamt fünf tote Schafe sowie eine Ziege gefunden worden, die wegen ihrer Verletzungen getötet werden musste.

Im ersten Fall geht es laut dem Stuttgarter Umweltministerium um vier tote Schafe. Die Experten der Forstlichen Versuchs- und Forschungsanstalt in Freiburg (FVA) halten es für möglich, dass die Tiere gerissen wurden. Im zweiten Fall handelt es sich um ein totes Schaf und die Ziege. In diesem Fall geht die FVA davon aus, dass die Tiere gerissen wurden.

Dass die Bisse von einem Wolf stammen, könne nicht ausgeschlossen werden, die

genetische Untersuchung läuft. In beiden Fällen gab es keinen wolfsicheren Zaun.

red

Singen verbannt Glyphosat

Die Stadt Singen verbietet auf ihren an Landwirte verpachteten Flächen ab 2020 den Einsatz von Glyphosat und verpflichtet die Bauern, Blühstreifen anzulegen. Das hat vor kurzem der Gemeinderat beschlossen, wie der Südkurier berichtet. Mitarbeiter der Stadt dürften künftig ohne vorherige Anmeldung Boden- und Pflanzenproben veranlassen, um das Verbot zu kontrollieren. Als Entgegenkommen verzichtet die Stadt auf eine Erhöhung der Pachtzinsen.

Die Stadt Singen verpachtet insgesamt 241 Hektar Ackerfläche an 80 Pächter. red