

Unser Allgäu

Beilage des Bayerischen
Landwirtschaftlichen
WOCHENBLATTES

Erschienen in dlv
Deutscher Landwirtschaftsverlag GmbH
Lothstraße 29, 80797 München
Verlagsleitung: Amos Kotte

Redaktion Kempten

Spitalhofstraße 8, 87437 Kempten
Telefax: 0831-575 17-20
Chefredakteur und verantwortlich:
Sepp Kellerer
Redaktion:
Michael Nagel 0831-575 17-11
Cornelia Beißer 0831-575 17-12
Schlussredaktion: Hans Jochim

Marketing und Verkauf

(Anschrift, siehe Verlag):
Gesamtleiter Verkauf: Bernd Schröder
Gesamtleiter Marketing: André Klein
Telefonische Anzeigenannahme
für „private Kleinanzeigen“:
Gisela Moosrainer 089-12705-376
Telefax: -84267
Verantwortlich für den Anzeigenteil:
Doris Guschl -246
Anzeigenberatung:
Christoph Hofmann -275
Anzeigenpreise: Es gilt die Preisliste
Nummer 68 vom 1.1.2016
Verlagsvertretung:
mediapartner GmbH, Wolfgang Dödl
Am Ziegelstadel 15, 86807 Buchloe
Telefon: 08241-9664-0
Telefax: 08241-9664-38

Vertrieb (Anschrift, s. Verlag):

Ansprechpartner Vertriebsfragen:
Andreas Schedel
Buchenstraße 4
87787 Wolfertschwenden
Telefon: 08334-6539
Telefax: 08334-986975

Inhalt

Hofvermarkter Egger, Waltenhofen-Eggenberg	2, 3
Holzbotschafterin im Allgäu	4
FBG Kaufbeuren	5
Kälberställe der Betriebe Gerle und Meggle	6, 7
Vorbildliche Bewirtschaftung der Printsche-Alpe	8
Energieberatung ist komplex	9
Hoftag am Betrieb Jocher in Schongau	10
Neue Jungvererber	11
90 Jahre VZG Köngetried	12
Termine, Märkte	13

Zum Titelbild

Richtig viel los war am Hoftag auf dem Betrieb der Familie Jocher in Schongau. Das freute Florian und Theresia Jocher mit ihrer Tochter Verena. In dem neuen Stall mit Melkroboter werden künftig auch gehörnte Kühe gehalten. Der Betrieb wird seit 1992 nach Demeter-Richtlinien bewirtschaftet.

Foto: Josef Berchtold



Die Hofvermarkter Egger befindet sich unweit von Waltenhofen im Weiler Eggenberg. Dreimal die Woche vermarkten Eggers hier ihre Produkte im eigenen Hofladen.



Beim Verkauf im Hofladen ist die Familie anzutreffen: „Uns ist wichtig, dass wir als Familie selbst da sind, weil die persönliche Identifikation für die Kunden einfach wichtig ist.“

Genuss vom Bauernhof

Fleisch und Wurst direkt ab Hof bietet die Hofvermarkter Egger in Waltenhofen-Eggenberg. Metzgermeister Thomas Egger legt großen Wert darauf, seine Produkte regional zu beziehen und auch zu vermarkten.

Woher kommen meine Lebensmittel? Immer mehr Verbraucher wollen wissen, wer ihre Milch, ihr Gemüse und Fleisch erzeugt und wie. Der Trend geht deswegen verstärkt zum regionalen Einkauf, wenn möglich, direkt beim Bauern vor Ort. Das beschert den landwirtschaftlichen Direktvermarktern immer mehr Kunden an der Ladentheke. So auch bei Thomas Egger. Der Landwirt und Metzgermeister aus Eggenberg bei Waltenhofen bietet ein besonders breites Sortiment an Fleisch- und Wurstwaren direkt ab Hof.

Vor zehn Jahren hat der heute 34-Jährige den Betrieb von seinen Eltern übernommen. „Wir hatten damals 25 Milchkühe und 300 Mastschweine und die Überlegung war dann, was wir tun“, erinnert sich der Betriebsleiter. „Das Problem war und ist, dass wir kaum eigene Fläche haben.“ Zudem wollte Egger auch sein

Können als Metzgermeister in den Betrieb mit einfließen lassen. „Ich wollte in die Richtung. Wir haben dann 2006 die Tenne abgebrochen und das Gebäude für die Metzgerei neu gebaut.“ Schlacht-, Zerlege-, Kühlräume, Hygieneschleuse und Verkaufsraum wurden in enger Abstimmung mit dem Landratsamt geplant und errichtet. „Damals waren wir dann der erste Kleinbetrieb mit EU-Zulassung im Allgäu.“ 350 000 € hat die Familie in den Neubau investiert. „Allein die Einrichtung hat 100 000 Euro gekostet.“

30 000 Kilometer pro Jahr unterwegs

Im Jahr 2007 feierte Egger mit Hofladen und Partyservice Eröffnung. Der Kundenstamm wuchs – und bald schon folgte der erste Verkaufswagen. Knapp 25 000 € hat er für das Fahrzeug bezahlt, mit dem er und

eine Halbtagskraft Wochenmärkte in Wiggensbach, Isny, Oberdorf, Blaichach und Sonthofen bedienen. „Der Wagen ist vier Tage die Woche und jährlich 30 000 Kilometer unterwegs“, weiß Egger um den Aufwand und die Kosten, die mit dieser Form der Vermarktung verbunden sind.

Auch Gegrilltes wurde immer wieder nachgefragt. Dafür schaffte sich der umtriebige Jungunternehmer einen Imbiss-Anhänger an, mit dem er einmal die Woche auf dem Kemptener Bauernmarkt vertreten ist und den er auch auf zahlreichen Veranstaltungen einsetzt. „Den verleihen wir außerdem auch mit und ohne Personal, mit Grillgut bestückt oder unbestückt“, erklärt der Allgäuer. An drei Tagen die Woche räumen Eggers zusätzlich die gut gefüllte Theke im hofeigenen Laden ein. Den Verkauf übernimmt überwiegend seine Mutter. „Uns ist wichtig, dass wir als Familie selbst da sind, weil die persön-



Die Rinderhaltung hat Thomas Egger von Milchvieh auf Mast umgestellt. Überwiegend Jungtiere stehen im Stall. Künftig möchte er verstärkt in Richtung Mutterkuhhaltung gehen. Die geschlachteten Rinder und Schweine hängen in der Kühlkammer ab. Hier hat das Fleisch Zeit zu reifen.





Über den Automat „Eggers Wurstbox“ bietet der Betrieb sein Sortiment auch an der B19-Tankstelle „Allgäublick“ nahe Herzmanns an. 10 000 € hat der Automat gekostet.

liche Identifikation für die Kunden einfach wichtig ist.“

„Unsere Produkte stammen ausschließlich aus eigener Schlachtung“, ist Egger stolz auf das Erreichte. „Dazu wird wöchentlich einmal geschlachtet.“ Das Schlachten und Verarbeiten ist dabei Chefsache: „Alleine mit der Verarbeitung bin ich etwa 40 Stunden die Woche beschäftigt“, rechnet Egger vor. Büroarbeit, Außenwirtschaft und Partyservice kommen dann noch oben drauf. Und die Woche ist straff organisiert. „Wir schlachten montags, zerlegen und produzieren dienstags und von Mittwoch bis Sonntag sind wir mit dem Verkauf beschäftigt.“

Mutterkuhhaltung weiter ausbauen

Spezialisiert hat sich Egger auf Schweine- und Rindfleisch. „Wir haben aktuell 30 Rinder. Die meisten

davon sind Jungtiere.“ Die Milchviehhaltung hat der Betrieb aus arbeitswirtschaftlichen Gründen aufgegeben und seit 2015 mit der Mutterkuhhaltung begonnen. „Aktuell haben wir drei Mutterkühe und wollen das jetzt ausbauen.“ Egger sieht darin eine Kostenersparnis gegenüber dem Zukauf von Rindern: „Ein Kalb habe ich dann selbst und stelle der Kuh kurz nach dem Kalben noch eins dazu. Das hat bisher ganz gut funktioniert.“ Zudem seien die Kühe mit ihren Kälbern auf der Weide auch ein guter Werbeträger.

Aufgrund der hohen Nachfrage nach Rindfleisch kauft Egger aber auch Tiere von Nachbarbetrieben zu. Überwiegend sind dies weibliche Rinder: „Bullenfleisch ist nicht das optimale Ladenfleisch, die haben immer mehr Vorderviertelanteil und Rouladen und Steak kommen eben aus dem Hinterviertel.“ Der Fachmann legt außerdem Wert darauf, dass die Tiere etwas älter als 24 Monate sind: „Dann haben sie mehr eingelagertes Fett – das macht die Marmorierung aus und das ist die Qualität.“

Nur Heu und Silage vom eigenen Hof

Gefüttert werden die Tiere aber gänzlich ohne Kraft- und Zukauffutter. „Wir verwenden nur Heu und Silo vom eigenen Hof.“ 550 bis 600 kg Lebendgewicht erreichen seine Tiere im Schnitt, 280 bis 330 kg Schlachtgewicht bleiben übrig: „Da sind die Fleischanteile von der Größe her optimal.“

Wie bei den Rindern legt Egger auch bei seinen Schweinen großen Wert auf die Herkunft. „Ich habe meine Ferkel lange Zeit von Erzeugergemeinschaften zugekauft, aber da hat man seine Tiere immer von verschiedenen Betrieben und überall hat es andere Keime.“ Inzwischen arbeitet er mit einem Ferkelerzeuger in Amtzell zusammen – zum Vorteil für Mensch und Tier: „Jetzt kenne ich den Landwirt, von dem meine Tie-



Thomas Egger leitet den Hof seit zehn Jahren. Der Metzgermeister hat den Betrieb in Waltenhofen-Eggenberg nach seinen Ansprüchen geformt und eine erfolgreiche Direktvermarktung aufgebaut.

re kommen, krieg' eine super Qualität und die Tiere sind nur noch eine Dreiviertelstunde unterwegs.“

Schweine dürfen etwas Speck ansetzen

Alle vier bis sechs Wochen kauft der Schweinehalter rund 40 Ferkel zu, die mit 28 bis 35 kg Lebendgewicht an den Betrieb kommen und zwischen 60 und 75 € kosten. Ein halbes Jahr werden die Schweine am Hof in Eggenberg gefüttert und erreichen ein Lebendgewicht von 130 bis 140 kg (Schlachtgewicht 105 bis 115 kg). „Die dürfen gern ein bisschen schwerer werden, damit ich auch Speck bekomme. Ich will nichts zukaufen, sondern alles von meinen eigenen Tieren haben.“ Gefüttert werden sie mit einem gentechnikfreien Fertigfutter der Staudachmühle und Molke von der Molkerei Edelweiß in Kempten. „Mir ist es wichtig, auch meine Futtermittel möglichst aus der Region zu beziehen.“

Dafür soll laut Egger aber auch der Preis stimmen. Egger setzt dafür zusätzlich auf Qualität statt Masse: „Wir haben 2012 35 000 € investiert und unseren Stall auf 400 Mastschweine vergrößert. Der ist aber heute nur noch halb voll – wir wollen die Tiere nicht mehr unter Preis verkaufen, sondern machen jetzt nur noch das, was wir selbst vermarkten können.“ Für die Tiere habe das zudem den Vorteil, dass sie mehr Platz zur Verfügung haben. „So sind wir jetzt sehr zufrieden. Lieber machen wir weniger und das dann zu einem Preis, der passt. Mehr ist halt nicht immer mehr.“

Etwas mehr möchte der Metzger dafür seinen Kunden an der Ladentheke bieten: Frischfleisch, Geräuchertes, Koch-, Brüh- und Rohwurst – „alles in allem haben wir über 50 Sorten da“. Die Klassiker an der Ladentheke sind Schüblinge, Leberkäs, Kochsalami und Pressack. „Außerdem haben wir auch ganze Fleischpakete in Fünf- und Zehn-Kilogramm-Ausführung.“ 13,50 € kos-

Betriebsspiegel

Arbeitskräfte: Thomas Egger, eine Halbtagskraft sowie eine auf 450-€-Basis, Eltern helfen am Betrieb mit.

Fläche: 26 ha Grünland, 3 ha eigen.

Viehbestand: 30 Rinder, 200 Schweine, Hühner.

Sortiment: Fleisch- und Wurstwaren.

Vermarktung: Über Hofladen, Wochenmärkte (Wiggensbach, Isny, Oberdorf, Blaichach, Sonthofen), Bauernmarkt Kempten sowie Verkaufsautomat.

Sonstiges: Partyservice und Lohnschlachtung (Rinder und Schweine aus Einzugsgebiet Kempten, West- und Oberallgäu).

tet dabei das Kilo Rindfleisch. „Da ist außer Filet und Knochen alles dabei. Die Knochen gibt es so dazu, wenn sie jemand will.“

Das Fleischpaket ist auch vom Schwein erhältlich – 9,50 €/kg kostet hier die Mischung aus Schnitzel, Kotelett, Braten, Hackfleisch und Gulasch. Das Schwein ist außerdem auch als Hälfte küchenfertig zerlegt zu bekommen: „Das wird mit Kopf und allem drum und dran gewogen und kostet 2,95 Euro pro Kilo. Beim halben Schwein bleiben rund 30 kg Fleisch.“

Zusammenarbeit mit Berufskollegen

Den größten Teil seines Umsatzes macht Egger über die Wochenmärkte. „Da laufen einige echt gut“, zeigt sich der Direktvermarkter zufrieden. Viele Kunden nutzen aber auch das breite Angebot im Hofladen: „Hier haben wir zusätzlich Eier und Nudeln vom Geflügelhof Kreuzer aus Altusried und Käse von der Bergkä-



Die Schweine werden aus arbeitswirtschaftlichen Gründen auf Spalten gehalten, bekommen aber Stroh zur Beschäftigung.

Genuss vom ...

Fortsetzung von Seite 3

serei Diepolz“, unterstreicht Egger die regionale Zusammenarbeit. „Im Gegenzug beliefere ich die mit Fleisch.“

Seine Fleisch- und Wurstwaren bietet Egger seit knapp zwei Jahren auch über einen Automaten an der Jet-Tankstelle „Allgäublick“ an der B 19 bei Herzmanns an. „An schönen Tagen ist das der Hit, da nehmen sich viele spontan noch Grillfleisch mit – gerade an Sonntagen müssen wir dann schon öfter mal auffüllen.“ Teilweise bis zu sechsmal pro Tag fährt Egger so am Sonntag den vom Hof 6 km entfernten Automaten mit

frischer Ware an. Auch für die Tankstelle ist das Zusatzangebot von Vorteil. „Die haben passend dazu Kräuterbutter, Brot und Getränke“, freut sich Egger über die gute Kooperation.

Automatenverkauf läuft gut

Zum Zeitbedarf und den Kosten des Transportes kommt das Vorbereiten, Vakuumieren und Auszeichnen der Ware. „Da geht dann der ganze Sonntag drauf“, stellt der Unternehmer den zusätzlichen Arbeitsaufwand klar. „Unter der Woche ist es aber natürlich deutlich weniger.“ Da wirft der Tankstellenpächter einen

regelmäßigen Blick auf den Automaten und gibt Bescheid, wann aufgefüllt werden muss. 100 € zahlt Egger monatlich an Pacht für den Stellplatz und Strom und rechnet mit einem durchschnittlichen Zeitaufwand von rund zehn Stunden pro Woche, die der Automat in Anspruch nimmt. „Die Produkte sind außerdem einen Euro teurer als bei uns daheim. Der Automat ist ein Service für die Kunden, den sie auch bezahlen müssen.“

Ein Zusatzangebot für die Kunden ist auch der Partyservice: „Wir bieten kalte Platten, warmes Essen, Spanferkel am Stück und zum Selbergrillen und sämtliche Beilagen von Salaten über Spätzle, Semmelknödel, Blau-

kraut bis hin zur Gemüselasagne“, gibt Egger einen Überblick. Zudem ist auch der Verleih von Tellern und Besteck für bis zu 400 Personen möglich. „Bis zu 1000 Essen schaffen wir insgesamt.“

Zur Philosophie des Unternehmens passt es auch, dass Egger seit dem vergangenen Jahr Mitglied beim „Allgäuer Alpenrind“ ist. 40 Alpen und rund 80 Lieferanten haben sich in diesem Verein zusammengeschlossen, bei dem sich die Alpen verpflichten, ihren Gästen nur noch regionale Produkte anzubieten: „Das finde ich eine super Sache, weil ich meine Produkte auch regional beziehe und sie so auch vermarkten will.“ **Florian Maucher**

Holzbotschafterin im Allgäu

Holzforum: Neue Holzbotschafterin ab Dezember im Allgäu unterwegs

Kempten Das Holzforum Allgäu, die Cluster-Initiative Forst und Holz in Bayern, der Verein proHolz Tirol und die Universität Innsbruck haben sich für das Projekt „Inno4wood“ zusammengeschlossen, um grenzübergreifend Innovationen in der Forst- und Holzbranche zu fördern. Das Projekt ist angelegt auf drei Jahre und hat ein Finanzvolumen von fast 900 000 €. Gefördert wird es über das INTERREG-Programm der Europäischen Union. Das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten hat sich gemeinsam mit der Branche an der Kofinanzierung des Projektes beteiligt.

Ziel von „Inno4wood“ ist es, Unternehmen entlang der Wertschöpfungskette Forst-Holz einen grenzüberschreitenden Zugang zu Know-how, Forschungs- und Entwicklungsergebnissen und Kompetenzen zu erleichtern und damit deren Innovationsbereitschaft und -leistung zu stärken.

Die Unternehmen der Forst-, Säge-

und Holzbauwirtschaft sowie Schreinerbetriebe könnten regional vielfach noch enger zusammenarbeiten, heißt es aus dem Holzforum Allgäu. Was jedoch vor allem fehle, sei ein gezielter sowie auch grenzübergreifender Wissensaustausch, das Aufzeigen von verfügbaren Angeboten im Bereich Forschung und Entwicklung sowie von konkreten Chancen, die eine verstärkte Innovationstätigkeit mit sich bringen.

Um die regionalen Unternehmen dahingehend zu erreichen, werden sogenannte „Holzbotschafter für Innovation und Technologie“ als konkrete Ansprechpartner für die Unternehmen eingesetzt bzw. auch das Angebot der am Projekt beteiligten Organisationen dahingehend ausgeweitet.

Eines der Kernziele von „Inno4wood“ liege darin, die Hemmschwelle von Wirtschaftsunternehmen hinsichtlich der Nutzung der Angebote von Forschungseinrichtungen zu verringern. Weiterhin gelte



FOTO: HOLZFORUM

Maïke Breitfeld aus Waltenhofen ist seit Anfang Dezember für das Holzforum Allgäu als „Holzbotschafterin“ unterwegs.

es, mögliche Denkhürden abzubauen und die Transparenz der Akteure untereinander zu steigern. Dies soll unter anderem durch auf spezifische

Zielgruppen zugeschnittene Veranstaltungen und die Entwicklung einer grenzüberschreitenden Plattform für Innovation und Qualifizierung (IQ-Holz) geschehen. Ebenso werden die Projektpartner den Unternehmen in Entwicklungsprozessen unterstützend zur Seite zu stehen.

„Als Partner dieses Projekts möchten wir vor allem die Allgäuer Unternehmer und politische Entscheidungsträger mit ins Boot holen. Wir möchten hier im Allgäu einen ganz neuen Ansatzpunkt für die Umsetzung und die Zusammenarbeit innerhalb innovativer Prozesse erschaffen“, erklärt Hugo Wirthensohn, 1. Vorstand des Holzforums Allgäu.

Hier setzt ab Dezember die 46-jährige Maïke Breitfeld aus Waltenhofen, die neue Holzbotschafterin des Holzforums Allgäu, an. Sie wird im gesamten Allgäu unterwegs sein, um den Kontakt zu Holzbetrieben auszubauen, Netzwerke zu intensivieren und Innovationen voranzutreiben. Breitfeld stammt aus einer Sägerfamilie und ist selbstständig im Bereich Kommunikationstraining tätig.

Das Holzforum hat derzeit 114 Mitglieder aus der gesamten Wertschöpfungskette vom Waldbesitzer bis zum Architekten. ■

Fickler: Klimaschutzplan 2050 stärkt Holzverarbeitung in der Region

Waltenhofen/Lks. Oberallgäu

Am 18. November endete die UN-Klimakonferenz in Marrakesch. Die Bundesregierung hat dort ihren kürzlich beschlossenen Klimaschutzplan 2050 vorgestellt, der ganz konkret die Schutzleistung der Wald- und Holznutzung benennt. Für das Säge- und Hobelwerk Waltenhofen GmbH ist dies nicht nur eine Anerkennung der Leistungen einer nachhaltigen Forst- und Holzwirtschaft. Inhaber Peter Fickler sieht darin auch eine Stärkung seines Betriebes.

„Weil Holz Kohlenstoff langfristig speichert, wird es zu einem wirkungsvollen Mittel beim Kampf gegen CO₂ in der Atmosphäre“, so Fickler. Doch

nicht nur die Klimaschutzleistung von Holz begeistert ihn und die Mitarbeiter. „Wir sind stolz, einen natürlichen und nachwachsenden Rohstoff aus der Region zu verarbeiten. Einen Rohstoff, der Dank einer vorbildlichen forstlichen Bewirtschaftung auch noch nachhaltig erzeugt wird“, wie Fickler bekräftigt.

Konkret benennt der Klimaschutzplan 2050 verschiedene Aspekte, die sich regional auswirken – auch in Waltenhofen, dem Sitz des Betriebs. Zwei Beispiele:

- Die Anerkennung der Bedeutung des Waldes als Lebensraum, Sportstätte, Wirtschaftsfaktor und Rohstofflieferant. Dieser Aspekt komme immer dann zum Tragen, wenn es

um Verzicht auf Holznutzung geht. Werde hier in Bayern eine Waldfläche aus der Bewirtschaftung genommen, müsse das benötigte Holz aus anderen Ländern importiert werden; zu häufig deutlich schlechteren ökologischen Bedingungen als hier, wie Fickler erklärt.

- Der Abbau baurechtlicher Hemmnisse, die den Einsatz von Holzprodukten erschweren: An vielen Stellen sei Holz als Baustoff gegenüber anderen Materialien benachteiligt. Häufig müssen für Holz sehr viel mehr Nachweise erbracht werden, als beispielsweise für Beton. Obwohl Beton in der Herstellung deutlich mehr Energie verbrauche als Holz.

Etwa die Hälfte der in Deutsch-

land jährlich geernteten 76 Mio. m³ Holz verarbeiten die Betriebe der Säge- und Holzindustrie direkt zu Bauholz. Mit Blick auf den Klimaschutz könnten es noch deutlich mehr sein. Denn wo Holz verbaut wird, müsse nicht auf andere, energieintensivere Baustoffe zurückgegriffen werden. Und weniger Energieverbrauch bedeute weniger CO₂-Ausstoß. Bei einem vierstöckigen Holzhaus beispielsweise seien das 50 % weniger, als wenn dieses Haus aus Beton errichtet würde. „Aus unserer Sicht“, so Fickler, „geht Deutschland nun weltweit mit gutem Beispiel voran, um das Potenzial der Holznutzung im Kampf gegen die Erderwärmung zu nutzen.“