



## Veranstungsprotokoll

### Vernetzungstreffen mit regionalen Schlachtbetrieben

**Datum:** 30.05.2022

**Beginn:** 19:00

**Ende:** 20:40

**Teilnehmer\*innen:** Ronald Rocher, Frank Hahnel, Knut Kucznik, Bettina Lehmann

**Abwesend:** Nora Herzlieb, Katja Behling, Jürgen Körner (Thomas Schroeder nimmt zurzeit nur als inaktives Mitglied an der Gruppe teil.

**Moderation:** Ann-Kristin Saurma und Susanne v. Münchhausen

---

#### Tagesordnung:

1. Vorstellungsrunde und Erwartungen an das Treffen
  2. Ausloten von Kooperationsmöglichkeiten anhand der Walt Disney Methode
  3. Festlegen nächster Schritte
- 

#### 1. Vorstellungsrunde und Erwartungen an das Treffen

##### Schäfer:

- Besser Lammfleisch vermarkten
- Direktvermarktung aufbauen (Mehrwert sehen für den Mehraufwand)
- Chancen nutzen durch die veränderten Marktsituation
- Suche nach Schlachtmöglichkeiten

##### Landschlachthof Lehmann:

- => kleiner Schlachtbetrieb an der B5 (Meister, Geselle, Verkäuferin, Frau Chefin), biozertifiziert, auch teilmobil
- => Möglichkeit zu schlachten als Lohnschlachtereie (Montag), bis 25kg: 33 Euro; und über 25kg: 1,43 Euro/kg (netto)
- Aufbau eines Kooperationsnetzwerkes mit Schäferereien, um Nachfrage nach Lammfleisch zu bedienen

---

## 2. Ausloten von Kooperationsmöglichkeiten anhand der Walt Disney Methode

### Träumer



- Kunde kommt zu Fr. Lehmann, will Lammfleisch. Auf Abruf bringt der Schäfer das Tier zur Schlachtung.
- Kunde kauft das ganze Tier und für gutes Geld
- Nicht mehr über Händler; alle Lämmer direkt vermarktet
- Rinder schlachten
- Politik stärkt regionale handwerkliche Schlachtbetriebe
- Lieferdienst vom Schlachter zum LEH
- Leute kaufen gemeinsam ein wegen der Geschichte (z.B. vier teilen sich ein Lamm)
- Kundenbindung durch Solidarische Landwirtschaft: Solawi-Modell
- mehr Idealisten im Lebensmittelbereich

### Kritiker



- die Fahrtzeit muss sich rechnen, 1 Tier zu teuer
- hoher Zeitaufwand bei großen Tierzahlen
- Nachfolger fehlen für die Schlachtung
- Strenge Vorschriften für den Bringservice
- Transportkapazitäten fehlen
- LEH handelt runter
- Kleine Betriebe benachteiligt
- Konkurrenzdenken
- Keine Kapazität für arbeitsintensive Vermarktung (lohnt sich der Mehrwert)
- 'Unsere Geschichte' kennen die Leute noch nicht.
- Herkunftsbezogene Marketing hat bisher nicht funktioniert, wenn Projektgeld abgelaufen

### Realist



- Individuelle Lohnschlachtung beim Landschlachthof Lehmann
- Kooperation mit regionalen Solawis

miro

---

## 3. Festlegen nächster Schritte

- Anzeige im Mitgliederblatt mit Interview mit Fam. Lehmann (Frage/Antwort) und Artikel über Befragung der HNEE
- Bedingungen Lieferdienst rausfinden
- Gespräch mit Solawi-Gruppe
- Schäfer\*innen als Lieferanten auf die Lehmann-Webseite mit aufnehmen

---

### Interessante Links:

Website des Landschlachthof Lehmanns: <https://www.landschlachthof-lehmann.de/>

Website des Netzwerkes Solidarische Landwirtschaft: <https://www.solidarische-landwirtschaft.org/startseite/>