

Zurück zu den Wurzeln

Aus Überzeugung baut Theresia Sanktjohanser, Geschäftsführerin der Firma Quint, das Bioland-Sortiment in ihrem Unternehmen aus

In der Fleischwarenindustrie ist nicht von heute auf morgen umgestellt. Zähigkeit, viel Geduld und Kreativität sind vonnöten. Theresia Sanktjohanser weiß das. Und sie beweist es seit Beginn der Partnerschaft mit Bioland. „Wir haben es im Herstellerbetrieb mit vielen Prozessen zu tun, mit Strukturen und vor allem mit vielen Menschen. Der Metzger, der jahrelang Fleischteile nach Standardrezepten verarbeitet hat, muss jetzt ein Rind in Feinteile zerlegen, das ganze Tier verwerten, kreativ Rezepte entwickeln“, erklärt die Geschäftsführerin der Firma Quint. Auch die Abnehmer, jahrzehntelang an konventionelle Ware und vor allem an andere Preise gewöhnt, zucken erst einmal vor dem Bio-Angebot zurück.

Vor 18 Jahren übernahmen Theresia Sanktjohanser und ihr damaliger Ehemann das mittelständische Familienunternehmen. „Durch 20 Jahre Fremdgeschäftsführung nach dem Tod meines Vaters waren wir sehr industrielastig geworden“, stellte sie fest. Die Konserve war zum Markenzeichen des Unternehmens geworden, handwerkliches Können der Arbeit nach strengen Rezepturen gewichen.

„Das war nicht der Anspruch meines Vaters gewesen.“ Noch zu Lebzeiten des Vaters Willi Quint wurde selbst geschlachtet. Quint kannte jeden Lieferanten, holte die Tiere selber ab. Die Verwertung des ganzen Tieres war selbstverständlich. Nicht zuletzt deshalb entwickelte der Metzgermeister in den 1960er- und 1970er-Jahren eine streichfähige Brühwurst in 25-g-Portionsdosen und gewann



Theresia Sanktjohanser blickt auf eine lange Firmentradition und zahlreiche Auszeichnungen zurück. In diesem Sommer feiert das Familienunternehmen sein 90-jähriges Bestehen.

Fotos: Quint

neue Kunden wie Gastronomen, Bäcker und Kliniken. Damit war aber auch der Grundstein für die industrielle Produktion und die Vermarktung über den Großhandel gelegt.

Mit dem Wegfall der eigenen Schlachtung verschärfte sich der Trend. Warmfleischverarbeitung war nicht mehr möglich, für die Verarbeitung wurden die passenden Fleischteile bestellt. „Wir hatten die Wurzeln in der Region verloren“, sagt Sanktjohanser.

Nachhaltigkeit als Ziel

Mit der Übernahme der Geschäftsführung begann das Ehepaar Sanktjohanser, viel zu investieren. „Wir haben uns immer die Frage gestellt, wird es besser, wird es nachhaltig, wird es energieeffizient“, sagt die Unternehmerin. Vor allem aber begannen sie, alle Geschmacksverstärker und Zusatzstoffe wie Phosphat aus der Herstellung zu entfernen. Denn die Krebserkrankung des Vaters hatte die Tochter schon in jungen Jahren für das Thema gesunde Ernährung sensibilisiert. Später wurde Bio für sie in der eigenen Küche die erste Wahl.

„Ich hatte mich früher schon geärgert, dass unsere Wurst nicht biologisch war“, sagt die Inhaberin. Mit der Übernahme der Geschäftsführung reifte der Gedanke, mit einem Bio-Anbauverband zusammenzuarbeiten. „Dann haben wir die ersten Gespräche mit Bioland gesucht. Es gab Diskussionen, weil wir die Verarbeitung nicht komplett umstellen wollten“, erinnert sich Sanktjohanser. Natürlich sei es ihr Ziel, dahin zu kommen. Doch sie müsse den bestehenden Apparat finanzieren und das Bio-Sortiment erst aufbauen, argumentierte sie. 2013 war die Partnerschaft nach viel Überzeugungsarbeit schließlich besiegelt. „Bei Bioland haben wir erst einmal Teilstücke eingekauft und geübt“, sagt die Partnerin.

Der Euphorie der Bioland-Partnerin begegneten die Mitglieder im Landesverband zunächst mit Skepsis. „Passt so ein Betrieb zu Bioland? Das Fleisch wird überregional bezogen, es besteht keine Geschäftsbeziehung zu regionalen Erzeugern, vermarktet wird über konventionelle Kanäle“, erinnert sich der Landesvorsitzende von Bioland Rheinland-Pfalz/Saarland Regino Esch an die Diskussionen in

den Regionalgruppen. So musste das Vertrauensverhältnis erst wachsen, erklärt Esch. Heute ist der Landesvorsitzende begeistert: „Sie ist zwar noch nicht 100-Prozent-Bio. Aber sie ist eine Partnerin, die sehr viel mit uns entwickelt und dem Ökolandbau auch als Mitglied im Bioland-Berater Herstellung, Vermarktung, Handel ein begeistertes Gesicht gibt.“

Zurück zum Handwerk

Sanktjohanser entwickelte mit ihrem Metzger nicht nur Rezepturen und Produkte für eine Bioland-Produktlinie. Parallel arbeitete sie gemeinsam mit der Agentur mörz punkt an einer eigenen Marke. Ihr Lieblingsfoto, der junge Willi Quint mit einem Schwein auf der Schulter, inspirierte Martina Merz zu „Willi’s

Quint in Zahlen

Gründung: 1928

Standortfläche: 16.600 m²,
Produktionsfläche 4.500 m²

Bioland-Partnerschaft: seit 2013, zunächst Verarbeitung von Teilstücken, seit Ende 2016 Verarbeitung ganzer Tiere, dabei enge Zusammenarbeit mit der Bioland-Erzeugergemeinschaft Bio Rind & Fleisch GmbH RLP

Anteil Bioland-Produkte in der

Produktion: zwölf Prozent mit steigender Tendenz

Produktgruppen Bioland-Qualität:

Brüh- und Kochwurst, Kochsalami, Rohwurst, Fleischzubereitungen, Konserven sowie Fleischspezialitäten wie Dry Aged Beef

■ Abnehmer generell (Anteile am

Gesamtumsatz): Einzelhandel (rund 45 %), Großhandel (rund 45 %), Kantinen und Küchen (rund 4 %), Gastronomie (rund vier Prozent), geringe Umsatzzanteile: regionale Fleischereien und Gastronomen in der Region

■ **Edeka:** drei eigene Edeka-Märkte in Trier mit Fleisch-/Wursttheke (konventionelle und Bioland-Produkte)

Kontakt: Quint GmbH & Co. KG,

Theresia Sanktjohanser,

E-Mail: info@quint-food.de, www.quint-food.de



Um das ganze Tier zu verwerten, hat die Firma Quint verschiedene Produkte entwickelt, hier Bioland-Rauchspeck

Bio Fleischerei“. „Genau das war’s! Handwerk und Tradition war der Anspruch meines Vaters und den möchte ich in das Unternehmen zurückholen“, ist die Bioland-Partnerin begeistert.

Das ganze Tier

„Ich hatte das Gefühl, mein Metzger muss das Tier vor sich liegen haben, damit er versteht, was es heißt, es komplett zu verarbeiten. Damit er sich Gedanken macht, was er aus den einzelnen Teilen machen kann.“ Statt Rinderstücken bezieht Sanktjohanser seit anderthalb Jahren ganze Tiere aus der Region. Dafür hat sie mit der Bioland-Erzeugergemeinschaft Bio Rind & Fleisch RLP einen Rahmenvertrag abgeschlossen. „Mit einem Rind pro Woche haben wir angefangen und sind kurz davor, auf drei Tiere zu erhöhen“, sagt Volker Jonas von der Erzeugergemeinschaft zufrieden. Geschlachtet wird in Gerolstein bei einem regionalen Schlachtbetrieb. Der Weg zum ganzen Bioland-Schwein war beschwerlicher. „Eifel und Hunsrück sind keine Schweineregionen. Die Erzeugergemeinschaft hat erst Landwirte gesucht, die bereit waren, Schweine einzustellen“, sagt die Bioland-Partnerin. Mit Christian Krupp aus Perl war schließlich einer gefunden. Er investierte in den Umbau eines Altgebäudes und schaffte 60 Stallplätze und Auslauffläche. „Wir haben Futtergetreide übrig. Die verhandelten Preise sind in Ordnung und ich kann mit der Veredlung die Wertschöpfung ver-

doppeln“, begründet der Bioland-Landwirt die Investitionen. „Ab April starten wir mit fünf Schweinen pro Woche. Die sind praktisch alle verplant für Speck, Schinken, Wiener Würstchen und Salami“, ist die Abnehmerin optimistisch.

Wertschöpfung in der Region

„Ich bin sehr begeistert, wie sich Theresia mit der Erzeugergemeinschaft an neue Projekte wagt“, sagt Bioland-Landesvorsitzender Esch. Die Verwertung ganzer Schweine ist nur ein Projekt. Gemeinsam mit einem Pizzahersteller entwickelten ihre Metzger Salamisorten für Bioland-Produkte, die trotz Tiefkühlphasen im Geschmack und in der Konsistenz überzeugen.

Zielstrebig hat die Bioland-Partnerin in ihrem Unternehmen Kapazitäten für die Bio-Produktion geschaffen. Doch der Absatz der Bioland-Sparte entwickelt sich erst langsam. Und die Kunden aus dem Naturkosthandel, denen sie mehr Offenheit gegenüber Neuem zugetraut hatte, halten sich bislang bedeckt. „Der Naturkosthandel hat eine Treue, die ich sehr schätze. Die Treue führt aber dazu, dass ich als Neuling in der Bio-Fleischbranche zunächst keinen Zugang zu diesem Markt bekomme“, hat sie in Gesprächen mit Bioland-Handelspartnern festgestellt. „Ich bin trotzdem überzeugt, Bio ist der einzig richtige Weg“, sagt sie bestimmt und sucht unbeirrt andere Absatzkanäle.

Reyhaneh Eghbal