



Für Max Rabensteiner zählt in seiner Metzgerei vor allem eines: die Nachvollziehbarkeit. Er kennt jeden Hof, von denen sie Tiere beziehen.

—INTERVIEW

Der Wert kurzer Wege

Metzgerei Stefan, Seis am Schlern.

Max Rabensteiner führt gemeinsam mit seiner Schwester Anna die Metzgerei seines Vaters Stefan weiter und betreibt seit 2024 auch das Bezirksschlachthaus in Kastelruth. Ein Gespräch über Vertrauen, kurze Wege und die Frage, warum so wenig lokales Fleisch vor Ort auf den Teller kommt.

Tiere aus großen Betrieben von weit her sind häufig günstiger zu beziehen. Ihr arbeitet aber fast ausschließlich mit Tieren aus der nahen Umgebung. Warum?

Günstiger wäre es, das stimmt. Aber darum geht es uns nicht. Wir wollen nicht irgendein Tier verarbeiten, sondern Tiere von hier. Das Schönste daran ist für mich die Nachvollziehbarkeit. Auf den Höfen, mit denen wir eng zusammenarbeiten, sehen wir die Tiere vom ersten Tag an: Wir kennen den Stall, sehen die jungen Kälber und wie sie über zwei, drei Jahre heranwachsen. Das alles ist bei Importware schlicht nicht möglich.

Aus langjährigen Partnerschaften ist ein Kreislauf entstanden, in den immer wieder neue Betriebe einsteigen. Wie wird ein erster Kontakt zu einer verlässlichen Zusammenarbeit?

Über Vertrauen, das mit der Zeit wächst. Wenn jemand auf uns zukommt und uns

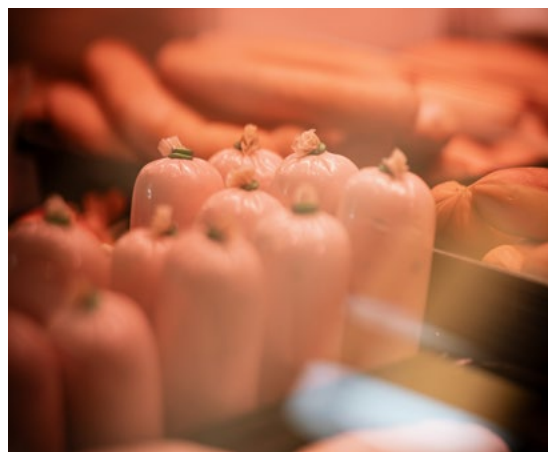
Tiere anbietet, sieht sie sich mein Vater selbst an. Sobald klar ist, dass es passt, genügt oft nur ein Foto vom schlachtreifen Tier – bei manchen Höfen nicht einmal mehr das, weil sie genau wissen, worauf wir Wert legen. Entscheidend ist für uns, dass sich die Zusammenarbeit für beide Seiten rechnet. Wenn dem Hof nichts bleibt, gibt er die Zusammenarbeit mit uns irgendwann auf – und dann fehlt uns die Grundlage. Deshalb achten wir darauf, dass die Viehhalter:innen fair verdienen.

Ihr setzt auf kurze Wege und betreibt seit Anfang 2024 das Bezirksschlachthaus bei Kastelruth.

Die allermeisten Tiere, die bei uns landen, legen zwischen Stall, Schlachthaus, Metzgerei und Geschäft weniger als 20 Kilometer zurück. Kurze Wege bedeuten für die Tiere weniger Stress: Ein ruhigeres Tier liefert Fleisch, das besser reift und länger haltbar bleibt.



Max Rabensteiner im Kühlraum vom Schlachthof: „Entscheidend ist, dass sich die Zusammenarbeit für beide Seiten rechnet – den Hof und für uns. Nur dann bleibt Zusammenarbeit langfristig erhalten.“



Bei Rind und Kalb funktioniert der lokale Bezug gut. Wie sieht es bei anderem Fleisch aus?

Da wird es deutlich schwieriger. Schweinefleisch ist in den letzten Jahren zwar etwas mehr geworden, aber wir bekommen nie die Mengen, die wir bräuchten – die Haltung ist aufwendig und rechnet sich bei uns kaum. Beim Geflügel ist es noch schwieriger: Es gibt sehr wenig, und das Wenige ist teuer. Lamm dagegen bekommen wir problemlos von lokalen Höfen, vor allem rund um Ostern.

—Wir wollen nicht irgendein Tier verarbeiten, sondern Tiere von hier.

Den größten Teil des Fleisches verkauft ihr über euer Geschäft an private Kundschaft, den Rest direkt an die Gastronomie und Hotellerie: Wie wichtig ist dieser Absatzkanal?

Für uns sind vor allem die Almhütten wichtig. Sie nehmen uns das ganze Tier ab und somit genau die Teile, die sonst nicht so leicht abzusetzen sind: Fleisch für Gulasch, Würste und Suppen. Aus der Hotellerie werden dagegen meist nur die Edelteile nachgefragt: Filet, Roastbeef, Spitzrose, Schulternaht. Wenn von

einem Tier mit 400 Kilo nur die edlen Stücke gefragt sind, bleibt der allergrößte Teil ungenutzt. Ein lokaler Kreislauf trägt sich nur, wenn auch die weniger begehrten Teile ihre Abnehmer:innen finden.

Was lokales Fleisch nicht bieten kann, ist das hohe Maß an Gleichmäßigkeit, das in der Gastronomie häufig erwartet wird. Wie geht ihr damit um?

Für die Küche ist dieses Gleichmaß praktisch, weil sich die Portionen fast aufs Gramm kalkulieren lassen. Bei uns füttert jeder Hof anders, dazu kommen mehrere Rassen – entsprechend unterschiedlich fällt das Fleisch aus. Diese Vielfalt ist aber selten der eigentliche Grund, warum heimisches Fleisch nicht auf den Tellern der lokalen Gastbetriebe landet. Vielfach scheitert es am Preis.

Wie begegnet ihr einem Gast- oder Hotelbetrieb, der wegen des Preises zögert und Ware von weiter her bevorzugt?

Der Preisunterschied ist oft nur auf den ersten Blick da. Sobald man nachrechnet, relativiert sich vieles. Beispiel: Zwei Euro Unterschied pro Kilo machen bei einer Portion von 200 Gramm gerade einmal 40 Cent aus. Dafür bekommt der Betrieb Fleisch aus der unmittelbaren Umgebung – von einem Metzger, den er persönlich kennt.

Wie viel hängt am Küchenteam bzw. an den einzelnen Personen, die dort arbeiten?

Entscheidend viel. Manche bestellen seit Jahren bei uns, egal in welchem Betrieb sie arbeiten. Auch die Speisekarte wird ja von Personen ausgearbeitet: Wer „geschmortes Rindfleisch“ anbietet statt nur ein bestimmtes edles Teilstück zu nennen, kann viele verschiedene Stücke verwenden und deutlich mehr vom Tier verwerten. Schwierig wird die Planung für uns vor allem, wenn sich das Team bei seinen Bestellungen primär nach Trends richtet: In einem Jahr fragen alle dasselbe Stück nach, im nächsten kaum noch jemand. Schöner ist der umgekehrte Fall, den wir auch haben: Der Betrieb verlangt ganz gezielt das Fleisch eines bestimmten Hofs in seiner Nähe und die Mitarbeiter:innen erzählen den Gästen, wo das Tier gestanden hat.

Kleine Höfe, die Tiere im Nebenerwerb halten, entscheiden sich zunehmend für Fleischvieh, weil es weniger Arbeit macht als Milchkühe. Siehst du Potenzial, Produzent:innen von lokalem Fleisch zusammenzuschließen, um es sichtbarer zu machen?

Ein großes sogar. Von der Menge her wäre das bei uns auch gut möglich: Allein für das Geschäft verarbeiten wir mehrere Hundert Tiere im Jahr, im Schlachthaus sind es noch deutlich mehr. Das ist eine Menge, mit der sich etwas aufbauen ließe. Für den einzelnen Gastrobetrieb ist es schwer, sichtbar zu machen, was hinter dem Fleisch steckt – die kurzen Wege, die Beziehungen zu den Höfen, die Verarbeitung vor Ort. Ein gemeinsamer Auftritt mit verbindlichen Richtlinien, die eine gleichbleibende Qualität sichern, würde das ändern.

Drei Dinge, die du von der Metzgerei Stefan lernen kannst

Wertschöpfung und Wertschätzung gehören zusammen.

Nur wenn alle Beteiligten fair verdienen, bleibt ein lokaler Kreislauf langfristig bestehen.

Lokal heißt, Vielfalt anzunehmen.

Unterschiede in Rasse, Fütterung oder Haltung sind kein Mangel, sondern Ausdruck von Herkunft und Qualität.

Die Speisekarte entscheidet mit.

Wer Gerichte statt einzelner Edelstücke in den Mittelpunkt stellt, kann deutlich mehr vom Tier verwerten.



Hinter jedem dieser Porträts steht das Netzwerk **alma**. Was in der Dolomitenregion Seiser Alm auf den Teller kommt, entsteht nicht zufällig – es ist das Ergebnis enger Abstimmung zwischen Landwirt:innen und Gastronom:innen. Sie besprechen Mengen, passen Wege an und entscheiden gemeinsam, was wachsen kann und wie es seinen Weg vom Hof auf den Teller findet. So entsteht ein lokaler Wirtschaftskreislauf, in dem Angebot und Nachfrage zusammenfinden – getragen von Vertrauen und Verlässlichkeit.

alma ist kein Label und keine Kampagne, sondern ein Netzwerk, das diese Zusammenarbeit sichtbar macht: konkret und nah am Alltag der Menschen, die hier arbeiten und wirtschaften.

—seiseralm.it/alma