



Simon Kompatscher im Stall seiner Ochsen: Er führt den Edel-Ansitz Zimmerlehen in dritter Generation – mit Urlaub auf dem Bauernhof, Törggelen und Veranstaltungen als weiteren Standbeinen.

—INTERVIEW

Wertschätzung für das ganze Tier

Edel-Ansitz Zimmerlehen, Völs am Schlern. Vor zwanzig Jahren zogen die ersten Ochsen an den Hof, den Simon Kompatscher 2022 von seinen Eltern übernommen hat. Er spricht über die Entscheidung, seine Tiere langsam wachsen zu lassen, seine Zusammenarbeit mit dem Metzger und das Potenzial von lokalem Fleisch.

alma
Von unseren Höfen.
Für unsere Teller.



Der Edel-Ansitz Zimmerlehen ist seit über hundert Jahren in Familienbesitz. Seit 2006 werden hier Ochsener zur Fleischproduktion aufgezogen. Ganz ohne Silofutter, dafür mit viel Bewegung und Zeit zum Wachsen.



In den über hundert Jahren, die der Ansitz im Besitz deiner Familie ist, wurden hier schon Getreide angebaut, Vieh gehandelt und eine Silberfuchszucht betrieben. Bevor 2006 die Ochsener kamen, die ihr zur Fleischproduktion aufzieht, war der Hof ein Milchbetrieb. Warum dieser Wechsel?

Mein Vater war damals als Taxifahrer viel unterwegs, am Wochenende auch bis vier oder fünf Uhr morgens. Die Kühe müssen regelmäßig und immer zur gleichen Zeit gemolken werden, das ließ sich immer schwieriger mit den Nachtschichten vereinbaren. Dazu kam der Druck in der Milchwirtschaft, wo die Tiere oft mit Leistungsfutter zum Wachsen und Milchgeben getrieben werden. Die Ochsener führen bei uns ein ruhigeres Leben. Und sie machen weniger Arbeit als Milchkühe.

Ihr habt euch dazu entschieden, Silofutter wegzulassen. Was ändert das?

Bekommen die Tiere Silofutter, lagert sich mehr Wasser im Fleisch ein, was sich in der Zubereitung bemerkbar macht. Schnitzel schrumpfen in der Pfanne, das Fleisch hat oft einen säuerlichen Geruch. Ohne Silage wachsen die Ochsener natürlicher auf. Sie haben viel Bewegung und wachsen langsamer. Das wirkt sich auf die Qualität und den Geschmack des Fleisches aus.

Bis auf eine kleine Menge, die du selbst verkochst, geht das gesamte Rindfleisch an die Metzgerei Stefan. Wie ist diese Zusammenarbeit entstanden und wie läuft sie?

Angefangen hat sie schon mein Vater, als er mit der Ochsenaufzucht begonnen hat. Wir

sprechen uns genau ab: Zu Jahresbeginn teile ich dem Metzger mit, wie viele Tiere wir liefern können. Wenn die Tiere schlachtreif sind, lässt er sie holen oder wir bringen sie die paar Kilometer weiter ins Schlachthaus. Die Vermarktung läuft dann ausschließlich über das Metzgereigeschäft, von dem das Fleisch – gekennzeichnet mit der Ohrmarke des Tieres, mit Hof und Schlachtdatum – in die Gastronomie und an Private geht.

—Der Tourismus trägt wesentlich dazu bei, den bäuerlichen Charakter der Gegend zu bewahren.

Wie einigt ihr euch auf den Preis?

Der Metzger nennt mir einen fixen Kilopreis, der sich an den Marktpreisen orientiert und den Mehrwert der regionalen Vermarktung berücksichtigt. Dieser Preis bleibt bestehen, auch wenn ein Tier zum Beispiel einmal etwas mehr Fett hat. Bei Versteigerungen würde ich für den ein oder anderen Ochsen vielleicht mehr bekommen. Aber beim Metzger weiß ich, woran ich bin: Es ist eine unkomplizierte, verlässliche Zusammenarbeit mit kurzen Wegen. Das ist mir mehr wert.

Am Zimmerlehen gibt es neben den Ochsen weitere Standbeine: Urlaub auf dem Bauernhof, Törggelen, Veranstaltungen. Welche wirtschaftliche Rolle spielt das Rindfleisch?

Auch wenn die Landwirtschaft die meiste Arbeit bedeutet, ist das Fleisch für uns ein Nebenerwerb. Dieses Jahr gehen 19 Ochsen zum Metzger; bei einem Durchschnittsgewicht von 300 Kilogramm pro Tier sind das insgesamt fast sechs Tonnen Fleisch. Allein davon leben können wir nicht. Unser Haupteinkommen erwirtschaften wir mit den Ferienwohnungen – was uns wiederum erlaubt, in die Landwirtschaft zu investieren. Der Tourismus trägt somit wesentlich dazu bei, den bäuerlichen Charakter der Gegend zu bewahren.

Warum findet einheimisches Rindfleisch trotz kurzer Wege nur begrenzt den Weg in die Gastronomie?

Wir können wenig edle Teile liefern: Je Ochse gehen sich vielleicht zwanzig Filetportionen aus – in einem Hotel mit hundert Betten reicht das nicht. Außerdem wollen Gastbetriebe meist allen Gästen ein Schnitzel von gleicher Qualität bieten: Einheimisches Rindfleisch ist stärker durchzogen und die Teile fallen unterschiedlich aus – das eine Stück ist zarter, das nächste etwas zäher. Schon allein deshalb liegt die Entscheidung für Fleisch aus dem Großhandel nahe.



Wie sieht es bei den unedlen Teilen aus?

Beim Faschiereten, beim Gulasch, beim Braten ist noch viel Spielraum für lokales Fleisch. Hier hat es die Gastronomie in der Hand, die Gäste und damit den Verbrauch zu lenken. Ideal wäre, wenn Gastronom:innen oder Köch:innen vorbeikommen, sich die Ochsen im Stall anschauen, ein Tier aussuchen und mit der Metzgerei vereinbaren, wie sie es zerlegt haben wollen. Also auf ein ganzes Tier hin gedacht, weg vom: Ich brauche jetzt fünf Filetstränge.

Es gab den Versuch, das „Völser Rind“ zu etablieren und gemeinsam zu vermarkten. Was hältst du von einer gemeinsamen Marke?

Damals stand die Idee im Raum, das Fleisch der Produzent:innen, von denen die meisten nur einen kleinen Stall mit wenigen Tieren haben, gemeinsam zu vermarkten. Es gab Treffen mit Gastronomie und Hotellerie, um einen Kriterienkatalog für das Völser Rind – Haltung, Aufzucht usw. – auszuarbeiten. Dazu gekommen ist es letztlich nicht. Heute würde ich weiter denken: nicht das Völser Rind in den Vordergrund stellen, sondern eine Dachmarke für die Produzent:innen der gesamten Dolomitenregion Seiser Alm. Im Grunde geht es um Sichtbarkeit, darum, dass Gäste erkennen, woher ihr Essen kommt. Das erlebe ich jetzt schon: Unsere Gäste begegnen unserem Fleisch zuerst im Gasthaus und kommen dann bei uns am Hof vorbei, um zu sehen, wie die Tiere aufwachsen. Das ist für mich ein großes Lob.

Was du vom Edel-Ansitz Zimmerlehen lernen kannst

Nachfrage lässt sich gestalten.

Stehen nur Edelteile auf der Speisekarte, bleibt das übrige Tier ungenutzt. Die Gastronomie hat es in der Hand, ihre Gäste an die ganze Bandbreite heranzuführen.

Viele kleine Mengen ergeben zusammen ein Angebot.

Für kleine Höfe lohnt sich Fleisch nur im Nebenerwerb. Eine gemeinsame Struktur könnte ihre Mengen bündeln und Betrieben den Einstieg erleichtern.

Der offene Stall ist die beste

Etikette. Wer sehen kann, wie die Tiere aufwachsen, versteht Herkunft auf eine Weise, die kein Siegel vermitteln kann. Transparenz entsteht durch Einblicke – nicht nur durch Kennzeichnungen.



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