

# Marktlese

für regionale Wertschätzer &  
kulinarische Weltenbummler

---

**#lidllohntnicht  
Doldensud mit Käse.  
Superschnelle Sommerschnitzel  
Metzgerei Allmendinger.**

---

**12 | Juni 2015**



# JU! BI! LÄÄ! UM!

Liebe Kundinnen und Kunden,

was letztendlich der Auslöser war, weiß ich gar nicht mehr. Aber wir haben es getan. Vor gut einem Jahr saßen wir an der Arbeit für unsere erste Marktlese. Im Juni 2014 erschien die erste Ausgabe. Klein sollte sie werden, informativ und unterhaltsam. Ein bisschen ernst und ein bisschen fröhlich. Wir wollen aufklären und zeigen, woher das Gemüse kommt, die Eier, der Wein und alles andere, was es so im Laden gibt. Und das scheint uns auch ein Stück weit zu gelingen. Ganz viele von Ihnen haben äußerst positiv auf unseren monatlichen Lesestoff reagiert. Auch viele Stammkunden waren erstaunt, „... wieviel hinter dem Marktladen-Konzept steckt!“

Die Marktlese ist ein wichtiger Teil davon: Wir wollen Ihnen die Menschen näherbringen, die hinter unseren Produkten stehen. Wir wollen Sie zum Nachdenken anregen, auf neue Ideen bringen oder auch mal etwas kritisch hinterfragen. Sie dürfen also gespannt bleiben und sich mit uns auf die nächsten Ausgaben freuen. Zum Jubiläum geht's u.a. um unseren Bioland-Partner, die Metzgerei Allmendinger. Außerdem zeigen wir Ihnen, wie toll Bier und Käse zusammen passen und erklären, was „Sehnsuchtsfelder“ sind.

Viel Vergnügen wünschen Christina und Michael Schneider

*Christina Schneider  
Michael Schneider*

**Marktlese**

Für regionale Wertschätzer & kulinarische Wohlfühlzettel

**WM-Fieber.**  
Böse Plastiktüten.  
Melonen aus Andalusien.  
Blechspaghetti.



05 | Juli 2014

**Marktlese**

Für regionale Wertschätzer & kulinarische Wohlfühlzettel

**Bio-Branche in Gefahr.**  
Kräuter überwintern.  
Philosophischer Metzger.

04 | Oktober 2014



**Marktlese**

Für regionale Wertschätzer & kulinarische Wohlfühlzettel

**Glückliche Hennen.**  
Der perfekte Tambraten.  
Wie kommt die Wurst zu ihrer Farbe?  
Ostereiersuche.

05 | März 2015



**Marktlese**

Für regionale Wertschätzer & kulinarische Wohlfühlzettel

**Kaufan Sie kein Mineralwasser!**  
Kräuterpowerfrauen.  
Interview mit einer Lebensmittel-Pötterin.

04 | April 2015



# 1 Jahr Marktlese

## vielen Dank für die Unterstützung

**Marktlese**

Für regionale Wertschätzer & kulinarische Wohlfühlzettel

**Quinoa Wunderkorn?**  
Sauze Holländische Selbstgemachte  
**Erdbeerfamilie.**  
Nacht der Nachhaltigkeit.



11 | Mai 2014

**Marktlese**

Für regionale Wertschätzer & kulinarische Wohlfühlzettel

**VIA MALA.**  
Weihnachtsgänse.  
Dunkle Bratensauce kochen.  
Winterspeiseplan.

05 | November 2014



**Marktlese**

Für regionale Wertschätzer & kulinarische Wohlfühlzettel

**Wintersalate aus der Provence.**  
Wünsche der Kollegen.  
Veganes Weihnachtsfest.  
Schokoplätzchen.

06 | Dezember 2014



**Marktlese**

Für regionale Wertschätzer & kulinarische Wohlfühlzettel

**Foodsharing.**  
sozialgemäße zubereiten.  
Wieso Regional nicht das neue Bio ist.

07 | Januar 2015



**Marktlese**

Für regionale Wertschätzer & kulinarische Wohlfühlzettel

**#lidllohnnt nicht**  
Doldensud mit Käse.  
Superschale Sommerschale.  
Metzger Allmendingen.



12 | Juni 2014

**Marktlese**

Für regionale Wertschätzer & kulinarische Wohlfühlzettel

**Chilinake.**  
Gemüsehof Hörz.  
Nachdenkliche Touristen.  
Kürbissuppe.

13 | September 2014



**Marktlese**

Für regionale Wertschätzer & kulinarische Wohlfühlzettel

**WELTBEVÖLKERUNG**  
Senfgeschichten.  
Mobile Hühnerstände.  
Gärtnerbesuch.

08 | Februar 2015



**Marktlese**

Für regionale Wertschätzer & kulinarische Wohlfühlzettel

**TTIP stoppen!**  
Remstaler Eis.  
Drei neue Maritäten aus Spanien.  
Erdbeerfreuden.

09 | Juni 2015



# Terminine

## 04.06. AB 13 UHR, PLATANENALLEE, NECKARBRÜCKE TÜBINGER STOCHERKAHNRENNEN

Das erste Stocherkahnrennen fand 1956 statt. Heute stochern ca. 50 Kähne um den Sieg. Zu gewinnen gibt es einen Wanderpokal und ein Fass Bier. Die Mitglieder des Verliererteams müssen jeweils! einen halben Liter Lebertran trinken. Zusätzlich zum Sieg im Wettrennen wird ein Preis für die originellste Kostümierung vergeben.

## 12.06. 20 UHR, SPARKASSENCARRÉE

### BENEFIZKONZERT: GYPSY SWING MEETS CHANSON

Die „NachtNomaden“, das sind Sandra Jankowski (Gesang) und Frank Klaffke (Piano). Deren neue deutschen Chansons stehen in spannendem Kontrast zum Gipsy Swing des Tübinger Ensembles „Hot Club Harmonists“. Zugunsten „Ein Hospiz für Tübingen e.V.“. Catering vom Marktladen.

## 19.06. & 20.06.

FREITAG IM VOGELBEERWEG, SAMSTAG AM EUROPAPLATZ

### VERKOSTUNG BIOLADEN\*

*bioladen\** ist eine Marke, die auf Basis von Transparenz, ökologischer Qualität und in Zusammenarbeit mit besonderen Partnern entstanden ist. Alle Pasta- und Tomatenprodukte werden nach traditionellen Rezepten direkt in Italien hergestellt. Probieren Sie echt italienische Nudeln und Soßen.

## 26.06. VOGELBEERWEG

### VERKOSTUNG PROVAMEL

Kennen Sie die tollen pflanzlichen Alternativen zu Joghurt, Milch & Co. von Provamel? Gemacht aus Soja, Mandel, Hafer, Reis, u.v.m. Zum Kochen, Backen oder einfach pur genießen.

# Lidl weiß, was gut für uns ist

---

1950 gaben die Deutschen pro Kopf 44% ihres Einkommens für Lebensmittel, Getränke bzw. Tabak aus. Das politische Ziel war es, möglichst schnell die gesamte Bevölkerung mit Lebensmitteln zu versorgen. Die Produktion wurde mit allen Mitteln angeheizt und die Versorgung dadurch immer besser. Das tägliche Fleisch auf dem Teller wurde zu einem Symbol für Wohlstand schlechthin. Irgendwann waren die Grund- und die Luxusbedürfnisse erfüllt, und es kam, was wir alle wissen: Ein gnadenloser Preiskampf. Das Bauernsterben nannte man Strukturwandel, die Oligopolisierung im Lebensmittelhandel wurde zur Marktbereinigung und die notleidenden Erntearbeiter auf anderen Kontinenten interessierten uns nicht.

Mittlerweile liegt der Anteil der Pro-Kopf-Ausgaben für Lebensmittel bei unter 10%. Doch die Zeiten, in denen man aus uns KonsumentInnen mit immer neuen Preisschlachten ständig noch ein kleines bescheidenes Wachstum herauspressen konnte, scheinen endgültig vorbei zu sein. Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) hat zur Eröffnung der diesjährigen Fruit Logistics, der weltweit führenden Fachmesse für Obst und Gemüse, eine kleine Sensation verkündet: Sinkende Preise führen nicht mehr zu steigendem Konsum. Die Marktforscher von der Düsseldorfer Information Resources haben ermittelt, dass jedes dritte Produkt im Lebensmittelbereich „im Angebot“ ist. Nach ihren Ermittlungen können die Gewinn-Margen kaum noch kleiner werden. Und weil das die Großen der

Branche natürlich schon lange wissen, schauen wir, wie die Handelsriesen reagieren.

„Woran erkennen wir eigentlich, was gut ist?“ fragt uns seit Anfang des Jahres Lidl in seinen Werbespots. Die sanfte Stimme der Sprecherin wird von zarten Klavierklängen begleitet. Die Bilder sind in starke Farben getaucht und erzählen von mutigen, fröhlichen, hilfsbereiten, zärtlichen und vor allem schönen und gesunden Menschen. Menschen, die auf der Sonnenseite des Lebens stehen. Die Botschaft lautet: Alles ist gut – oder es wird gut, mit der Kraft guter Produkte von Lidl. Dazu passt der Werbeslogan „Lidl lohnt sich“. Das folgt dem europaweiten Trend, sich von (teuren) Handelsmarken mit geringen Gewinn-Margen zu verabschieden und stattdessen Eigenmarken auf den Markt zu bringen. Lidl nutzt diese Gelegenheit und versucht mit einem neuen Image, den Kunden den Mehrwert oder auch Zusatznutzen ihrer Produkte zu zeigen.

Lidl wolle bewusst die „Sehnsuchtsfelder“ im Food-Bereich ansprechen, stellt Dr. Miriam Hauser fest, die als Forscherin beim Schweizer Gottlieb Duttweiler Institut arbeitet. So werde „Fast Food“ mit einem positiven „added value“ zu „Good Food Fast“. Der „added value“ beschränkt sich dabei aber in besonders perfider Weise ausschließlich auf das Marketing und unverhohlenes „greenwashing“. „Die neue Kampagne von Lidl ist eine Diskriminierung guter, ehrlicher





und sauberer Handwerksbetriebe, die tatsächlich Qualität liefern.

[...] sie vernebelt den Qualitätsbegriff“, sagt auch Ursula Hudson, die Vorsitzende von Slow Food Deutschland. An den Geschäftspraktiken, mit denen Lidl bereits in den letzten Jahren negativ in den Medien aufgetaucht ist, hat sich jedoch nicht viel geändert. Massentierhaltung, multiresistente Keime auf Putenfleisch, tiefgefrorene Backrohlinge, die durch ganz Europa gekarrt werden, sowie extremer Preisdruck auf die Erzeuger mit Dumpingpreisen, die kaum über den Herstellungskosten liegen, sind nach wie vor gang und gäbe. Es verändert sich also nicht die Qualität des Produkts, sondern nur die Verpackung. Ein „Sehnsuchtsfeld“ wird bedient und der einzige Zusatznutzen, den es tatsächlich gibt, verschleiert: Die höhere Gewinnspanne für Lidl. – *MICHAEL SCHNEIDER*

#### *QUELLEN:*

- [www.slowfood.de/aktuelles/2015/statement\\_lidl/](http://www.slowfood.de/aktuelles/2015/statement_lidl/)
- [www.fleischerverbandbayern.de/pressemitteilungen](http://www.fleischerverbandbayern.de/pressemitteilungen)
- [#lidllohntricht](#)
- <http://sz.de/1.2406147>

BUND-Studie zu Belastungen in Putenfleisch:

- <http://goo.gl/coTSWt>

Stern-Interview mit Food-Aktivist Hendrik Haase:

- <http://goo.gl/FPcQAq>

Artikel zu Preisdumping auf fruchthandel.de

- <http://goo.gl/XN371P>

Die Schlachtordnung, DIE ZEIT № 51/2014

# SCHNELLE SOMMERSCHNITZEL

Weniger Zeit am Herd - mehr Zeit in der Sonne.

## ZUTATEN FÜR 4 PORTIONEN:

- 4 **Schweineschnitzel**
  - 2 Kugeln **Mozzarella** in Scheiben geschnitten
  - 4 **Tomaten** in Scheiben geschnitten
  - **Pesto Genovese**
  - Grill- und **Pfannengewürz** oder Salz und Pfeffer
  - „**Laune gut, alles gut**“-Gewürz
  - **Olivenöl** zum Anbraten
- 

Vorweg den Backofen auf 180 °C vorheizen.

Die Schnitzel von beiden Seiten würzen. Anschließend Olivenöl in einer Pfanne erhitzen und die Schnitzel darin beidseitig kurz anbraten.

In einer Auflaufform das angebratene Fleisch auf der oberen Seite mit Pesto bestreichen. Nun die Tomatenscheiben darauf verteilen und zum Schluss alles mit den Mozzarellascheiben „zudecken“.

Im vorgeheizten Backofen für fünf Minuten auf der obersten Schiene gratinieren.

Herausnehmen und mit „Laune gut, alles gut“-Gewürz bestreuen. Dazu passt ein Pflücksalat mit Erdbeeren.

– ALEXANDRA LUIK

Alexandra Luik

# Rezept des Monats



# BIER STATT WEIN!

Zusammen ein gutes Bier zu trinken, kann und sollte genauso gezelebriert werden wie eine Flasche Wein. Man muss nicht einmal den kulinarischen Begleiter wechseln. Das Prinzip ist einfach: Wer z.B. einen milden Gouda, Butter- oder Frischkäse mit einem Weißbier oder dem leichten Fidelio kombiniert hat quasi schon alles richtig gemacht. Der Experimentierfreude kommt dabei entgegen, dass die deutschen Verbandsbrauereien nicht nur auf alte, sondern auch neu interpretierte Sorten setzen, wie etwa das *Dolden Dark Porter* aus der Riedenburger Brauerei. Dieses Starkbier, mit historischem Emmer und gerösteter Sommergerste gebraut, hat nach einem süßlichen Antrunk eine Aromenvielfalt, dass es eine wahre Freude ist. Eine laue Sommernacht, ein kräftiger *Gourmet Supérieur* oder *Via Mala* zu diesem Bier und Sie verstehen, was ich meine. Aus derselben Brauerei kommt auch der *Doldensud*, ein würzig-süßiges IPA, das ursprünglich zur Verlängerung der Haltbarkeit mit mehr Hopfen und Alkohol angesetzt wurde, um lange Schiffsreisen zu überstehen. Dieses mit acht verschiedenen Aromahopfen offen vergorene Bier bringt mit seinem fruchtig süßen und hopfig herben Aromenspiel Abwechslung auf die Zunge. Dazu passt auch Asia-Gemüse oder Fisch. Im Sommer kommt noch sein etwas leichterer Bruder, der *Sommersud*. Darauf freuen wir uns schon! – **RAPHAEL FISCHER**





### NOCH MEHR LECKERE KOMBINATIONEN:

*Butterkäse, Frischkäse*

→ Weisse, Fidelio

*milder Schnittkäse*

→ Zisch, Vollmondbier

*Brie, Camembert*

→ Ur-Weizen, Weisse, Dunkle Weisse

*(je nach Reifegrad empfiehlt sich dann das dunklere Bier)*

*Emmentaler, milder Bergkäse* → Kellerbier, Urstoff, Altbier

*kräftiger Bergkäse*

→ Maibock, Dunkles Porter



Die sechszehn Mitarbeiter des Familienbetriebes sorgen für verlässliche Qualität



# ***Bioland-Metzger*** **Allmendinger**

ät.



**ei**

*Als erster Bioland-zertifizierter  
Metzger in Baden-Württemberg,  
sind die Allmendingers seit 21 Jah-  
ren zuverlässige Partner.*

# A

ls wir vor über 20 Jahren mit Naturkost angefangen haben, war für mich vollkommen klar, dass ich, sobald es sich ergibt, Bio-Fleisch und -Wurst ins Sortiment aufnehmen möchte. Ich bin in einem landwirtschaftlichen Betrieb auf der Schwäbischen Alb aufgewachsen, hab eine landwirtschaftliche Lehre und ein Studium absolviert und war hoch motiviert, den „Tübinger Müslis und Birkenstockträgern“ Fleisch und Wurst schmackhaft zu machen. Landwirtschaftliche Kreislaufwirtschaft, besonders auf Grenzertragsstandorten wie der Schwäbischen Alb ließe sich vom Bio-Landbau nur erschließen, wenn auch die tierischen Produkte der Region vermarktet werden konnten. Mit der Metzgerei Allmendinger haben wir seit 1994 einen 100%ig verlässlichen Partner, der die Lücke zwischen dem marktfernen Bio-Landwirt auf der Schwäbischen Alb und den städtischen Verbrauchern im Neckartal schließt.

Damals, also vor zwanzig Jahren, hatte Herrmann Allmendinger, der Seniorchef des Betriebs, schon seit 10 Jahren einen Bioland-Verarbeitervertrag. Damit war er der erste Metzger in Baden-Württemberg, der Fleisch und Wurst in Bioland-Qualität produzierte. Heute führt Marco Allmendinger den Betrieb in vierter Generation weiter. Im Laufe der Jahrzehnte hat sich natürlich viel verändert. Obwohl die Allmenders mittlerweile an mehreren Stellen im Großraum Stuttgart ihre Ware anliefern, sind sie ihrem Produktionsstandort in Undingen, Gemeinde Sonnenbühl, treu geblieben.

1911 wurde die Metzgerei von Christian Allmendinger in diesem Dorf auf der schwäbischen Alb gegründet. Heute arbeiten dort Marco Allmendinger und seine Familie mit 16 Mitarbeitern. Seit Jahren wird die Metzgerei von denselben Bioland-Landwirten beliefert. Aktuell bekommt er von vier Betrieben



Rinder und von zwei Betrieben Schweine. Schlachttag ist immer montags in aller Herrgottsfrühe. Die Verarbeitung des Fleischs erfolgt nach den strengen Bioland-Richtlinien. Auch bei der „besten Schwarzwurst weit und breit“ werden keine Kompromisse gemacht.

Doch von der Nachfrage nach Bioland Fleisch-und Wurstwaren könnte der Familienbetrieb in diesem ländlich geprägten Umfeld nicht leben. Das Bewusstsein für gesunde Lebensmittel ist seit jeher im städtischen Raum wesentlich ausgeprägter. Diese Nachfrage im städtischen Ballungsgebiet Stuttgart kann zusätzlich bedient werden. Das kostet einige Kilometer in der Woche – allerdings nicht in Form von Lebendtiertransporten. Denn die landwirtschaftlichen Partnerbetriebe sind alle in der Region. Damit sind die wenigen Fahrzeiten mit den Tieren relativ kurz und die Tiere erleben den Transport entspannt. Für diese Bioland-Bauern ist die Mast von Tieren eine Frage des Überlebens. Ökologische Landwirtschaft hat an solchen Standorten wie auf der Schwäbischen Alb nur dann eine Zukunft, wenn auch tierische Lebensmittel produziert werden können. Nicht als Acker nutzbare Flächen bleiben so durch Beweidung in der landwirtschaftlichen

Produktion. Das heißt wir tragen mit einem maßvollen Genuss von Bio-Fleisch oder -Wurst dazu bei, dass eine biologische Kreislaufwirtschaft auch an schwierigen Standorten möglich bleibt und erhalten werden kann.

– MICHAEL SCHNEIDER

 [www.metzgerei-allmendinger.com](http://www.metzgerei-allmendinger.com)



*Die Herstellung der Maultaschen ist noch echte Handarbeit.*

# Noch mehr Neuigkeiten, Fotos & Hinweise auf Veranstaltungen:

 [facebook.com/dermarktladen](https://facebook.com/dermarktladen)



## IMPRESSUM

Die **Marktlese** erscheint monatlich und wird herausgegeben von  
**Der Marktladen**, *Michael Schneider*, Vogelbeerweg 4, 72076, Tübingen,  
07071 56 555 0, [redaktion@dermarktladen.de](mailto:redaktion@dermarktladen.de), [www.dermarktladen.de](http://www.dermarktladen.de).  
Für den Inhalt verantwortlich: *Michael Schneider*  
Alle Rechte vorbehalten. Druckfehler vorbehalten.

---

Chefredakteur: *Michael Schneider*

Stellv. Chefredakteurin: *Jessica Sabasch*

Konzept: *Jessica Sabasch*

Artdirection & Layout: *Jonas Schneider*

Fotoredaktion: *Jonas Schneider*

Lektorat: *Franziska List*

Druck: dieUmweltDruckerei GmbH, Lohweg 1, 30559 Hannover  
klimaneutral gedruckt auf 100% Recyclingpapier, chlorfrei gebleicht