

Bayerns erster Lamm-Auftrieb

In Mörsheim wird der Beginn der Weidesaison inszeniert

Von Karin Bühler

Mörsheim – Hans Bertuleit, Gastronom aus Kipfenberg- Arnsberg, präsentiert die Marketing-Strategie für „Altmühltaler Lamm“ mit Humor. Vergangenes Jahr, sagt der 48-Jährige, habe er vom Almbtrieb der Kühe in den Alpen gelesen und „schafsinnig“ nachgedacht. Dann sei er darauf gekommen: „Was Muh kann, kann Mäh auch“. Diesem Gedanken entsprang der bayernweit erste Lamm-Auftrieb in Mörsheim (Kreis Eichstätt). Es war Samstag kurz nach elf, als der Schäfer Sascha Gäbler im Staubkittel über die Gailach- Brücke schritt und die Eröffnung der Weidesaison zelebrierte. Hinter ihm meckerten und blökten Ziegen und knapp 1000 Schafe. Sie trotteten scheu durch das Mörsheimer Stadttor, vorbei an der Menschenmenge auf den Kastnerplatz, wo Bayerns Umweltminister Werner Schnappauf und Eichstätts Landrat Xaver Bittl (CSU) die Tatsache gelobt hatten, dass die Tradition des Lammauftriebs nun nicht mehr im Stillen, sondern ganz offiziell gefeiert werde. Schnappauf sprach von „einem Signal aus der Mitte Bayerns, dass wir zu unsren Wurzeln stehen“.

1997 hatten die sieben Landkreise Eichstätt, Kelheim, Donau-Ries, Weißenburg-Gunzenhausen, Roth, Neuburg-Schrobenhausen und Neumarkt die regionale Vermarktung von „Altmühltaler Lamm“ initiiert. 18 Hüteschäfer, 36 Gastronomen und 14 Metzgereien sind an dem Projekt beteiligt, das vom Staatsministerium und der EU unterstützt wird. Es sichert den Schäfern die Existenz – 2002 verkauften sie über 2000 Lämmer – und es dient dem Umweltschutz. Ohne Beweidung würden Büsche und Bäume die Trockenrasen der Juralandschaft überwuchern, der Lebensraum für Schmetterlinge, Kleintiere und Pflanzen würde zerstört. „Ohne Beweidung wäre es uns finanziell nicht möglich, die Landschaft zu erhalten“, sagt Bittl.

Mit dem Lammauftrieb wurde eine Touristenattraktion geschaffen. Für das heimische Fleisch bezahlen die Gastronomen den doppelten Weltmarktpreis. Das Höchstalter der Schlachtlämmer liegt bei sechs Monaten, „vor der Geschlechtsreife“, sagt Bertuleit, „Beziehungsstress auf der Weide entfällt“. So falle das Vorurteil weg, Lamm schmecke tranig. Der Wirt kämpft nicht nur mit Argumenten wie „wenig Fett, hoher Nährstoffgehalt“ für das Image von Lammfleisch, sondern auch mit Witz. Er verkauft „Lammburger“ und „Big Mäh“ und er meint: „Wir müssen einfach die Gästeherden dazu bringen, die Lammherden aufzuessen.“