



Fünf Produkte gibt es mittlerweile von Carnethics. Für jede verkaufte Packung bekommt der Bäuerliche Notstandsfonds einen Teilbetrag gespendet.

Produkte mit sozialem Gewissen

Ein innovatives, nachhaltiges und gesundes Produkt schwebte Gabriel Herrnhof vor. Gemeinsam mit dem Metzger Alexander Holzner produziert er nun unter der Marke „Carnethics“ gefriergetrocknete Fleischsnacks. Seinem Wunsch, dem BNF zu danken, kommt er damit auch nach. INTERVIEW: RENATE ANNA RUBNER

Gabriel Herrnhof ist 19 Jahre jung und schon Unternehmer. Noch während seiner Schulzeit am Sozialwissenschaftlichen Gymnasium Bozen begann er zu recherchieren: Er wollte ein innovatives Lebensmittel herstellen, bald schon entschied er sich für gefriergetrocknete Fleischsnacks. Mit viel Elan und großen Plänen ging er zur Handelskammer – und wurde schnell auf den Boden der Realität zurückgeholt. Allerdings brachte ihn der Berater dort mit dem Metzgermeister Alexander Holzner aus Lana zusammen. Dieser fing sofort Feuer für Gabriels Idee und gemeinsam setzten sie sie um: Heute gibt es vier Sorten

Fleischsnacks und eine Brühe von Carnethics, ihrem gemeinsamen Start-up. Was der junge Eppaner damit vorhat und was sein Projekt mit dem Bäuerlichen Notstandsfonds zu tun hat, erzählt Gabriel Herrnhof im Interview mit dem „Südtiroler Landwirt“.

Südtiroler Landwirt: Gabriel, du hast ein neues Produkt entwickelt, aber du verfolgst damit auch einen karitativen Gedanken. Wie kam es dazu?

Gabriel Herrnhof: Da muss ich etwas ausholen: Ich habe einen großen Bruder; er

heißt Moritz, ist 24 Jahre alt und hat neben Autismus auch eine seltene Krankheit. Unser Vater ist vor zehn Jahren gestorben, meine Mutter kümmert sich um Moritz. Der Bäuerliche Notstandsfonds hat uns bereits vor Jahren geholfen und die Ausbildung eines Begleithundes für Moritz finanziert. Dieser Hund steht meinem Bruder zur Seite und unterstützt ihn im täglichen Leben. Bei Notfällen ist er da und kann beispielsweise einen Notruf absetzen. Für uns hat diese Hilfe viel bedeutet, wir sind sehr dankbar dafür!

Als das Projekt Carnethics Gestalt angenommen hat, ist in mir die Idee gereift, mich

beim Bäuerlichen Notstandsfonds für diese Unterstützung erkenntlich zu zeigen und habe eine Benefizaktion ins Leben zu rufen. Das passt in unser Gesamtkonzept, denn wir unterstützen mit unserem Produkt kleine, regionale Produzentinnen und Produzenten, verarbeiten das gesamte Tier und verwenden Fleishteile, die traditionell kaum genutzt werden. Gemüse, Kräuter, Würzungen und Traubenkerne, die in den Produkten mitverarbeitet sind, stammen aus heimischem Bioanbau.

Wie konkret schaut die Benefizaktion aus?

Für jede Packung, die wir online (egal wohin) oder über Geschäfte verkaufen, werden wir zehn bis 15 Cent dem Bäuerlichen Notstandsfonds spenden. Die genaue Zahl ist noch zu vereinbaren. Mit dem Verkauf sind wir eben erst gestartet.

Wo kann man die Produkte von Carnethics derzeit kaufen?

Also im Moment über unseren Onlineshop und über einige Geschäfte in Bozen und Eppan. Einige Fitnessstudios werden wir ebenfalls beliefern, das Interesse ist hier groß. Und wir sind dabei, in Gesprächen abzuklären, mit welchen Lieferanten und/oder Handelsketten wir in Zukunft zusammenarbeiten

werden. Sie sollen nämlich unsere Werte mittragen ...

Du hast gesagt, ihr habt gerade erst mit der Produktion begonnen. Wie läuft der Absatz?

Stimmt, vor knapp einem Monat haben wir mit Produktion und Vertrieb begonnen, zwischen 2.000 und 3.000 Packungen haben wir inzwischen abgefüllt. Die Produktionsmenge hängt vorerst noch davon ab, wie viel Fleisch wir zur Verfügung haben, auch die Trocknungsanlage hat ihre Limits. Denn wir trocknen alles selbst: Traubenkerne, Gemüse, Kräuter. Nun ist zu schauen, wie sich die Nachfrage entwickelt. Parallel dazu werden wir die Produktionsmengen anpassen und steigern. Und damit sukzessive wachsen.

Wo siehst du die größte Zielgruppe für eure Produkte?

Bei der Entwicklung unserer Produkte haben wir vor allem mit Sportlerinnen und Sportlern zusammengearbeitet: Ihre Rückmeldungen waren durchwegs sehr gut – sowohl was den Geschmack anlangt als auch für die Snacks an sich.

Die größte Zielgruppe verorten wir also da, das heißt bei Wanderern, Läuferinnen, Bergsteigern, aber auch bei Leuten, die hobbymäßig Tennis oder Fußball spielen ...

Auch für Menschen, die während ihrer Arbeit – beispielsweise im Büro – eine gesunde, hochwertige Mahlzeit zu sich nehmen möchten mit ausreichend Mineralien, vielen Proteinen und anderen wertvollen Inhaltsstoffen, sind die Snacks geeignet. Sie sind leicht, brauchen wenig Platz und sind praktisch mitzunehmen, lange haltbar sind sie obendrein.

Der Fleischgeschmack bleibt im Hintergrund, vor allem schmecken unsere Produkte nach den Gewürzen bzw. Gemüsen, die wir dazugeben: also wahlweise nach Pizza, Minze oder Rote Bete.

Noch eine letzte Frage: Auf der Verpackung steht „ohne Zusätze“, was aber ist OPC?

OPC steht für „Oligomere Proanthocyanidine“ und ist ein rein pflanzlicher Stoff. Es wird aus Traubenkernen gewonnen und wirkt antioxidativ. OPC ist also kein Zusatzstoff, sondern ein sekundärer Pflanzenstoff, der einen konservierenden Effekt hat und unser Produkt zudem aufwertet.

Wir beziehen die Traubenkerne von einem Bioweingut in Eppan. Wir sortieren und reinigen sie eigenhändig, bevor sie gefriergetrocknet und dann pulverisiert und den Fleischsnacks zugesetzt werden. Dadurch werden die Produkte länger haltbar und noch wertvoller für die Gesundheit. ▴

CARNETHICS

Fünf Produkte auf dem Markt

Carnethics stellte sich und seine Produkte am 17. Oktober im Gustel der Hoteliers- und Gastwirteverbände in Bozen vor. „Die Idee ist vor etwa einem Jahr entstanden“, erzählte Gabriel Herrnhöfer, Ideator und Gründer von Carnethics. Er wollte ein hochwertiges, natürliches Produkt mit Mehrwert entwickeln. Nach einer intensiven Recherche entschied er sich für Fleisch als Grundstoff. „Das war relativ einfach, weil es in dem Bereich nicht viel gibt“, erklärt der junge Unternehmer, der über die Handelskammer Bozen zu Metzgermeister Alexander Holzner kam und sein Unternehmen gemeinsam mit ihm gegründet hat. Holzners Credo ist die ethische Schlachtung: Das Tier soll stressfrei, also auch direkt am Hof geschlachtet werden. Das entspricht

seiner Überzeugung: ein Höchstmaß an Tierwohl mit dem positiven Nebeneffekt, dass das Fleisch in Qualität und Geschmack besonderen Ansprüchen genügen kann. Das gesamte Tier wird verwertet. „Gabriels Zielstrebigkeit hat mich beeindruckt“, erzählte Alexander Holzner bei der Produktpräsentation in Bozen. Gemeinsam und mit der Hilfe des Versuchszentrums Laiburg setzten sie das Projekt um, fünf Produkte sind derzeit auf dem Markt: Sie tragen Namen wie „Cool Cuts“ (Rindfleischsnacks mit Minze), „Carnizza Sticks“ (Rindfleischsnacks mit Pizzageschmack), „Red Instincts“ (Rindfleischsnacks mit Rote Bete), „Speck Chips“ (gefriergetrocknete Speckschnitten) und Beef Essence (Instant-Fleischsuppe).



Füllgewicht ist 30 Gramm gefriergetrocknetes Produkt, was 100 Gramm Frischfleisch entspricht. 15 Prozent des Produkts bestehen aus gefriergetrocknetem Gemüse, Kräutern und OPC.