

# HOF direkt

Die Zeitschrift für Direktvermarkter

## Lupinen-Liebe

Viktoria und Burkhard Voß aus Rinkerode haben verschiedene Feldfrüchte und Produktionsverfahren ausprobiert, um ihren Ackerbaubetrieb mit Sauenhaltung weiterzuentwickeln. Das Rennen machte die Süßlupine.



Noch ist es eine Fotomontage: Im Sommer soll der Lkw-Anhänger mit der Lupinenmühle in den blühenden Lupinen stehen. Fotos: privat, Montage: Schildmann

► „Die Bratlinge – zum Niederknien“, so steht es im Flyer. Doch bis die Lupinen-Pattys diesen Status erreicht hatten, brauchte es 38 Rezeptvarianten. „Neue Kulturen anzubauen und Produkte daraus zu entwickeln, erfordern einen langen Atem und ein gutes Netzwerk“, sagt Burkhard Voß aus Rinkerode im Kreis Warendorf. Ende November 2020 haben der Landwirt und seine Frau Viktoria ihre Lupinen-Produkte auf den Markt gebracht: Lupinen-Bratlinge und -Nudeln machten den Anfang, Lupinen-Falafel, -Hummus, -Mehl und -Schrot kommen in diesem Jahr dazu. Unter dem Markennamen Eickenbecks Hofgenuss sollen sie sich den Kunden einprägen.

### Betrieb entwickeln

Zum landwirtschaftlichen Kernbetrieb von Familie Voß gehören 230 Sauen im



Viktoria und Burkhard Voß setzen neben Sauen und Ackerbau auf Süßlupinen.

Fotos: F. Schildmann

# HOF direkt

Die Zeitschrift für Direktvermarkter

geschlossenen System sowie 170 ha Ackerbau. Die Schweinemast erfolgt an zwei Standorten. Ein weiterer 70-ha-Betrieb mit 1 650 Mastplätzen und einer 370-kW-Biogasanlage wird in Form einer GbR mit einem Partner betrieben. „Wir sind ein klassischer landwirtschaftlicher Betrieb, den wir stetig weiterentwickeln“, benennt das Ehepaar Voß seine Prioritäten. Gleichzeitig arbeiten sie schon seit mehr als zehn Jahren daran, ihren Betrieb regionaler und nachhaltiger aufzustellen. Burkhard Voß hat sich breit vernetzt, steht in engem Kontakt mit Hochschulen, Foodentwicklern oder Initiativen für nachhaltige Unternehmensführung. Besonders intensiv ist der Austausch mit Prof. Guido Ritter von der Fachhochschule (FH) Münster. Obwohl selbst Schweinehalter teilt Burkhard Voß dessen Ansichten, dass der Fleischkonsum zurückgehen wird (und muss). Immer mehr Verbraucher haben ja bereits diesen Weg eingeschlagen. Für diese wachsende Klientel entwickelt der 48-jährige Agrar-Ingenieur in enger Zusammenarbeit mit seinem Netzwerk regionale, gesunde und gleichzeitig attraktive und spannende Produkte.

## Fische, Würmer, Lupinen?

Zwei Voraussetzungen müssen diese unbedingt erfüllen:

- Sie müssen zum Betrieb passen.
- Die Verbraucher müssen sie auch wollen.

Wenn die Menschen weniger Fleisch essen, brauchen sie andere Proteinquellen. Erste Überlegungen gingen deshalb in Richtung Aquakultur. Doch Fische wären mit zu viel Arbeit und Technik verbunden gewesen. Damit waren sie raus.

Sechs Jahre experimentierte Familie Voß mit Insekten, genauer gesagt mit Mehlwürmern. An der FH Münster wurden daraus Produkte entwickelt. „Wenn man den Kopf ausschaltet, schmecken die durchaus“, sagt Viktoria Voß. Von einer



Burkhard Voß will an die Mühle einen größeren Trichter und größere Auf-fangbehälter mon-tieren, um die Effi-zienz zu steigern.

breiten Akzeptanz durch die Verbraucher sind Mehlwurm-Schokolade und Insekten-Nudeln aber noch weit entfernt und damit waren die Insekten auch raus. „Darüber war ich ehrlich gesagt ganz froh“, sagt die 41-Jährige mit einem Schmunzeln.

Während der Mehlwurm-Phase dachten Burkhard Voß und Guido Ritter bereits über Burger-Pattys nach. Wenn nicht Insekten, dann könnten Hülsenfrüchte das erforderliche Eiweiß liefern. Soja? „Nicht mit mir als westfälischem Bauer.“ Auch wenn Burkhard Voß dies mit einem Lächeln sagt, war es ihm damit durchaus ernst. In mehreren Projekten beschäftigten sich daraufhin Studierende der Fachhochschule Münster mit der Frage: Welche Hülsenfrüchte lassen sich in unseren Breiten anbauen und passen zur menschlichen Ernährung? Und wie stehen ihre Marktchancen? Das Rennen machte die Süßlupine. Ihre Samen sind ballaststoffreich, purinarm, gluten-, laktose- und cholesterinfrei. Lupinen zählen allerdings zu den Allergenen, die bei der Angabe im Zutatenverzeichnis besonders hervorgehoben werden müssen.

2019 baute Burkhard Voß die ersten 3,5 ha Süßlupinen an. Wichtig ist der



Lupinenmehl ist sehr fein und satt gelb. In Backwaren sorgt es für eine schöne Farbe.

Anteil an Alkaloiden. Lupinen schmecken leicht bitter, aber dieser Geschmack darf nicht zu dominant sein. Nach Rücksprache mit einem Anbauberater entschied sich Burkhard Voß für die blaue Süßlupine. Der Ertrag liegt bei 1 bis 3 t/ha. Getrocknet und gereinigt lagern die Lupinen bei Burkhard Voß in BigPacks in der Scheune.

# HOF direkt

Die Zeitschrift für Direktvermarkter

## Marktfähig werden

Den Lupinen-Anbau hat Burkhard Voß schon gut im Griff – Produkte, Marke und Vertriebswege entwickeln sind die größere Herausforderung und das kann richtig teuer werden. Oberste Maxime dabei: Einfach halten, Risiko vermeiden. Deshalb war für die Landwirtschaftsfamilie klar, dass sich Produktentwicklung und -verarbeitung nur zusammen mit Partnern stemmen lassen. Familie Voß hat die Verarbeitungsschritte ausgelagert, für die ein HACCP-Hygienekonzept vorliegen muss. Der erste Verarbeitungsschritt, das Aufbereiten der Lupinen zu Mehl und Schrot, findet auf dem Hof in Rinkerode statt. Burkhard Voß hat nach langem Suchen eine Mühle gefunden und gekauft, die in einem Arbeitsgang Mehl und Schrot auswirft. Statt auf dem Betrieb einen Raum für die Verarbeitung herzurichten, steht die Mühle auf einem Lkw-Anhänger, der ebenfalls alle Anforderungen erfüllt, aber deutlich günstiger war.

Die Idee eines Burgers war nach wie vor aktuell. Das Ziel: einen Lupinen-Patty zur Marktreife bringen. Dafür wurde wieder das Netzwerk der FH Münster aktiv. Im foodlab der Uni entwickelten die Studierenden Produkte und feilten an den Rezepturen. Ebenfalls mit im Boot: die Fleischerei Hidding aus Nordwalde im Nachbarkreis Steinfurt. Dort gibt es die passenden Räumlichkeiten und die erforderliche Ausstattung, um die Produkte in Serie gehen zu lassen.

Die Anforderungen an den Lupinen-Burger sind hoch: Er muss gut schmecken, ansprechend aussehen, die Form halten, einfach zuzubereiten sein. Bei einem komplett neuen Produkt gibt es kaum Erfahrungen, auf die man zurückgreifen könnte. Entsprechend sind viele Fragen zu klären, zum Beispiel: Lupinenmehl oder -schrot, welche Gemüse und Gewürze in welchen Mengen, warum fällt



Lupinen-Produkte aus Rinkerode: Die Lupinen-Pattys und -Falafel sind küchenfertig vorgegart.

der Patty beim Braten auseinander und wenn der Patty „handmade“ funktioniert, passt die Rezeptur auch für die maschinelle Verarbeitung? Am Ende hat es mehr als ein Jahr, 38 Rezeptvarianten und zahlreiche Verkostungen gebraucht, bis der Lupinen-Bratling reif war für den Verkauf.



Per Magnet ist die Werbetafel am Auto befestigt.

Ebenfalls marktreif sind die Lupinen-Nudeln mit einem 50%igem Anteil an Lupinenmehl. Sie werden in der Nudelfabrik „Mit Leib und Seele“ in Münster produziert.

## Marke mit Spielraum

Das köstlichste Produkt findet keine Käufer, wenn Marketing und Vertrieb nicht stimmen. Deshalb haben Viktoria und Burkhard Voß in die Markenbildung, Verpackung und ihren öffentlichen Auftritt mindestens genau so viel Zeit und Geld gesteckt wie in die Produktentwicklung. Auch hier haben sie mit Fachleuten zusammengearbeitet. Eine Agentur hat das corporate design entworfen, das sich auf Etiketten, Flyern, der Homepage usw. wiederfindet. Die Texte dazu stammen von einer Agrarjournalistin. Sie hat auch die Pressemeldungen zur Markteinführung verfasst.

Eickenbecks Hofgenuss lautet der Markenname für die Produkte, benannt nach

# HOF direkt

Die Zeitschrift für Direktvermarkter

der Bauernschaft, in der der Hof liegt. Ihren Familiennamen hat Familie Voß ebenso bewusst außen vor gelassen wie den Bezug zu den Lupinen: „So bleibt die Marke flexibel beispielsweise für weitere Erzeugnisse“, schildert das Ehepaar Voß seine Überlegungen.

Bisher sind die Lupinenprodukte in den Verkaufsstellen der beiden Verarbeiter in Nordwalde und Münster zu bekommen. Burkhard Voß ist außerdem Mitglied der Genossenschaft „Bauernbox“ (siehe Beitrag „Genuss von Genossen“ auf Seite 58) und vertreibt darüber die Lupinen-Pattys und -Nudeln. Zwei örtliche Gastronomen werden die Lupinen-Burger auf ihre Karte setzen, wenn sie wieder öffnen dürfen. Mit Lupinen-Falafel und -Hummus sowie -Mehl und -Schrot sind weitere Produkte hinzugekommen. Pattys und Falafel

sind küchenfertig vorgegart. Wer Mehl und Schrot selbst verarbeiten möchte, findet dazu Rezepte auf der Homepage. Anregungen stehen auch auf der Insta-Seite, auf der Viktoria Voß und die beiden Töchter Charlotte und Mathilda ihre Rezeptideen posten. Die Nachfrage ist da. Nach und nach wollen Voß' die Produktionsmengen steigern und weitere Absatzwege erschließen, etwa andere Hofläden als Wiederverkäufer oder die Online-Vermarktung über Partner.

## Langer Atem

Fast zwei Jahre hat es von der Idee bis zum ersten marktfähigen Produkt gedauert. Für Anbau und Vermarktung haben Viktoria und Burkhard Voß eine GmbH & Co KG gegründet, mit Burkhard Voß als geschäftsführendem Gesellschafter. Wie-

viel Viktoria und Burkhard Voß bisher in das Lupinen-Abenteuer investiert haben, möchten sie nicht verraten. Im Moment stecken sie jedenfalls noch in den roten Zahlen. „In zwei Jahren würden wir gerne einen Mitarbeiter bezahlen können, denn auf Dauer ist das arbeitstechnisch nicht zu stemmen“, sagt Burkhard Voß. In fünf Jahren wollen die Lupinen-Fans dann schwarze Zahlen schreiben. ◀

Ute Heimann

[www.](http://www.eickenbeckshofgenuss.de)

[eickenbeckshofgenuss.de](http://eickenbeckshofgenuss.de)

