



Schweizer Agrarmedien GmbH  
6210 Sursee  
041 925 80 40  
www.bauernzeitung.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 12'349  
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003  
Abo-Nr.: 1008268  
Seite: 13  
Fläche: 64'239 mm<sup>2</sup>

# Transparent und nachhaltig

**Biofleisch / Der Marktanteil liegt erst bei vier Prozent, wächst aber stetig. Ein Besuch bei der Biofleisch-Manufaktur der Ueli-Hof AG.**



*Geschäftsleiter Martin Schmitz im Verkaufsladen Ebikon der Biofleischmanufaktur der Ueli-Hof AG, einer von vier Verkaufsstellen. Beschäftigt werden insgesamt 15 Personen mit 12 Vollzeitstellen, darunter auch Lernende. (Bild Heidi Scherer)*

**EBIKON** ■ Nachhaltiges, konsequent auf das Tierwohl ausgerichtetes Schaffen von der Geburt bis zur Schlachtung ist das Credo der Biofleisch-Manufaktur der Ueli-Hof AG. Die Mitglieder der Erzeugergemeinschaft als Ueli-Hof-Lieferanten - derzeit neun Bauernfamilien aus der Region - haben sich an strenge Richtlinien zu halten. Diese sind teils noch strenger als bei Bio Suisse, so sind nur Transportzeiten

von zwei Stunden zugelassen. Allerdings kennen die Lieferanten keine fixen Abnahmeverträge und sind somit nicht ausschliesslich an die Ueli-Hof AG gebunden. Die Auswahl der Tiere erfolge sorgfältig und die Zusammenarbeit mit den Bauern der Erzeugergemeinschaft sei gut, sagt Martin Schmitz, Geschäftsleiter der Ueli-Hof AG. Rindvieh mit Hörnern werde bevorzugt.

## Vorzeigebetrieb auf hohem Niveau

Letzten September wurde die Biofleisch-Manufaktur der Ueli-Hof AG in Ebikon eröffnet. Ausgerichtet ist der grosszügige und moderne Schlachthof für eine Kapazität von bis zu 30 Schweinen und 15 Rindern täglich. Im Holzgebäude hat es zudem Büro-



räumlichkeiten und einen grossen Verkaufsladen, wo auch andere Bioprodukte aus der Region verkauft werden.

Derzeit wird jeweils am Montag und Donnerstag geschlachtet. Es werden ausschliesslich ganze Tiere gekauft. Jedes Stück Fleisch kann so auf den entsprechenden Bauernhof zurückverfolgt werden. Auch Geflügel wird in den Ueli-Hof Geschäften verkauft. Dieses kommt vom KAG Freiland Biohof Wendelin, Niederwil AG.

Salami aus Italien, Trockenfleisch aus dem Wallis oder Bündnerland, Rauchwürste aus dem Kanton Uri, Nusswürste aus dem Piemont? Das sucht man vergebens im Verkaufsladen. Dennoch ist die Vielfalt erstaunlich. Und es wird versucht, mit

**Wir können die Konsumenten nicht erziehen, aber durch transparente Information beeinflussen.** *Martin Schmitz*

den teilweise weniger gefragten Kochstücken wie Siedfleisch, Schmorbraten und Voressen eine länger haltbare, gute Produkteidee zu entwickeln. Warum nicht räuchern, warum nicht trocknen? So entstehe ein immer vielfältigeres Sortiment aus solidem Handwerk.

### Vier Verkaufsläden in der Agglomeration Luzern

Kapazität sei dennoch vorhanden in der Manufaktur. Man sei sich bewusst, dass Ueli-Hof-

Produkte Nischenprodukte sind, die Entwicklung sei aber erfreulich und das Konsumentenverhalten gehe in die richtige Richtung, erklärt Schmitz. Konkrete Zahlen zum Umsatz oder den verarbeiteten Mengen werden nicht bekannt gegeben. Die Manufaktur beschäftigt 15 Personen mit insgesamt 12 Vollzeitstellen, zudem werden Lernende ausgebildet. Nebst dem Verkaufsladen in der Fleisch-Manufaktur in Ebikon hat die Ueli-Hof AG drei weitere Verkaufsstellen (Hof Mättwil in St. Niklausen, Moosmattstrasse Stadt Luzern und in der Agglomerationsgemeinde Meggen) für den Direktverkauf.

Das Kundenverhalten an den vier Standorten unterscheide sich wenig, die Umsatzentwicklung sei überall zufriedenstellend. In Meggen werde mehr Jungrind als Schwein verlangt, dies im Gegensatz zum Geschäft in der Stadt Luzern. In Ebikon, wo das Gebäude in einem Gewerbegebiet mit vielen Arbeitsplätzen steht, sei der Take-Away-Service über Mittag gefragt.

### Qualität kommt vor der Quantität

Biofleischkunden würden sehr bewusst Fleisch essen und deshalb wohl eher weniger davon, und Qualität stehe vor Quantität, sagt Schmitz. Dafür seien die Regionalität, die Herkunft und die Haltung der Tiere für sie wichtig. Solche Kunden seien bereit, dafür teils deutlich mehr zu bezahlen.

Konsumenten würden nach dem Preis-/Leistungsverhältnis entscheiden. «Wir sind preiswert, das heisst: Wir sind den Preis wert», ist Martin Schmitz überzeugt. Sie hätten bereits

recht viele Stammkunden. Fixe Abnehmer hat die Ueli-Hof-Bio Metzgerei zudem im Gastrobereich, an regionalen Märkten, in Spitälern, Heimen, auch Kinderkrippen; konsequenterweise alles in Distanzen von rund einer Stunde Fahrzeit.

### Biofleisch für sensibilisierte Kunden

Grundsätzlich sei feststellbar, dass Konsumenten heute viel sensibilisierter seien als früher bezüglich der Herkunft der Lebensmittel und auf eine transparente Deklaration achten würden, nicht nur im Biobereich, betont Schmitz beim Rundgang durch die Metzgerei abschliessend. So könne sich die naturnahe und tierfreundliche Landwirtschaft weiterentwickeln, wenn Bauern von der guten Tierhaltung leben könnten und die Konsumenten die Hochwertigkeit des Fleisches mittels höheren Preisen auch zu zahlen bereit seien. Die Kunden könnten zwar nicht «erzogen», jedoch durch umfassende und transparente Informationen beeinflusst werden, so die Erfahrung von Martin Schmitz. *Heidi Scherer*

### Geringer Anteil

Der Marktanteil von Biofleisch ist mit 4,4% gering und wächst zaghaft (Vorjahr 4,1%). Bei Würsten und Charcuterie ist der Anteil mit 3% noch geringer, weil gemäss Bio Suisse Verarbeitungsfleisch fehle. Die Preise sind stolz: Ein Paar BioCervelats kosten bei Ueli-Hof 5.90 Franken, bei Coop 3.60 Franken; das Kilo Bio-Schweinskoteletts bei Ueli-Hof 40 Franken, bei Coop 28 Franken. *hs/BauZ*