

Foto: zVg

«Direktvermarktung braucht ein klares Konzept»

Eric Meili, Berater am FiBL und Direktvermarkter

Erfolg beginnt mit Einzigartigkeit

Was macht Ihr Fleisch so speziell, so einzigartig? Warum sollen die Kunden ausgerechnet bei Ihnen Fleisch kaufen? Diese Fragen sollte sich jeder Bauer stellen, bevor er in die Direktvermarktung einsteigt.

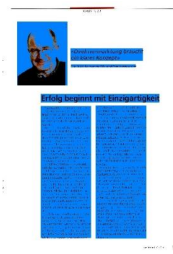
Meine Kunden erhalten Rindfleisch aus besonders tierfreundlicher Haltung. Die Tiere haben einen Boxenlaufstall und auch im Winter permanenten Zugang zu einem grosszügigen Auslauf. Im Sommer sind sie auf der Weide und während 100 Tagen auf der Alp. Ich füttere nur Gras oder Graskonserven. Sie erhalten kein Mais und auch kein Kraftfutter. Meine Rinder tragen Hörner und ich pflege eine gute Beziehung zu meinen Tieren.

Ich achte auf maximale Fleischqualität und fahre die Rinder selber zum Schlachter. Ich lege grossen Wert auf einen stressfreien Transport und eine ebenso stressreduzierte Schlachtung. Das Fleisch wird anschliessend während vier Wochen als ganzer Schlachtkörper am Knochen gereift. Ja ich könnte Ihnen noch viele Punkte aufzählen, die mein Fleisch aus-

zeichnen. Aber ich garantiere Ihnen: Auch Sie können mir ebenso viele Punkte nennen, die Ihr Fleisch einzigartig machen! Jedoch müssen Sie sich die Zeit nehmen und sich mit dieser Frage auseinandersetzen.

Ich halte meine Rinder extensiv. Trotzdem soll die Produktion professionell erfolgen. Ich wiege die Tiere jeden Monat und ermittle den Tageszuwachs. Auch vor und nach der Alpung stelle ich die Rinder auf die Waage und kalkuliere das kompensatorische Wachstum. Mittlerweile lasse ich Tiere mit einem durchschnittlichen Schlachtgewicht von 350 kg schlachten – dann hängt richtig Fleisch am Haken.

Professionelle Produktion und Vermarktung heisst aber nicht zwingend teuer und zeitaufwändig: Lassen Sie nach der Schlachtung den Metzger als Profi die Arbeit machen. Er arbeitet garantiert schneller und besser als wir. Ich habe noch nie selber Fleisch abgepackt. Das überlasse ich dem Fachmann. Auch habe ich keine teure Infrastruktur für die Fleischlagerung im Haus stehen. Mir reichen zwei grosse Kühlschränke und zwei Gefriertruhen für



über vier Tonnen verkaufsfertiges Fleisch pro Jahr. Viel wichtiger als eine Luxus-Ausstattung ist, dass die Kühlkette gewährleistet und alles sauber und hygienisch ist.

Ausserdem lege ich grossen Wert auf die Kundenerziehung. Ich verkaufe keine Mischpakete. Aus diesem Zeitalter sind wir raus! Die Kunden müssen anhand einer Fleischanteils-Gräfik ihre eigene Mischung zusammenstellen – nur Edelstücke gibt es nicht. Bestellt ein Kunde dennoch bloss Filets oder Entrecôte, kontaktiere ich ihn und erkläre ihm das Konzept. Kurz gesagt: Ich erziehe meine Kunden.

Trotzdem bleiben sie König. Die Bestellung und die Verkaufsabwicklung gestalte ich ganz simpel. Wird ein Rind geschlachtet, erhalten die Kunden eine E-Mail. Bestellen können sie online auf meiner Homepage. Die Kunden holen dann das Fleisch direkt bei mir auf dem Betrieb ab. Das spart mir Zeit und Geld. Abgelegene Betriebe sind da klar im Nachteil. Ob sich für solche Betriebe die Hauslieferung oder der Postversand lohnt (Seite 12)? Ich bin skeptisch.