

DIREKTVERMARKTUNG (5/10): Netzwerkanlass mit Degustation und Kurzinputs

# Vermarkter beim Speed-Dating

Sich mit anderen Direktvermarktern austauschen und ein Netzwerk knüpfen. Dies rät Betriebswirtin Ibi Bertschi. Und genau das taten die Teilnehmer des Anlasses «Marke, Partner, News» in Osterfingen SH.

THOMAS GÜNTERT

Wie wirkt mein Verkaufsauftritt? Um diese und ähnliche Fragen zu klären, kann man Umfragen durchführen, da man mit der Zeit leicht «betriebsblind» wird. Dies riet die Betriebswirtin Ibi Bertschi am Anlass, den das Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft zusammen mit dem Naturpark Schaffhausen und der Genussregion Wilchingen, Osterfingen, Trasadungen am 11. Mai organisierte. Das Thema des Abends: «Degustieren, direktvermarkten und daten».

## Kundenkontakt wichtig

Heidi Schlatter vom Buchaldefhof aus der deutschen Grenzgemeinde Rielasingen stellte ihren Hofladen vor. Den Kontakt zum Kunden pflegt sie sehr sorgsam, damit er die Arbeits- und Produktionsabläufe schätzen lernt. Regionale Rohstoffe und eine offene Kommunikation in einer einfachen Ausdrucksweise findet die Meisterlandwirtin ebenfalls sehr wichtig. «Negative Erlebnisse verbreiten sich schneller als positive», so Schlatter, die den Eindruck hat, dass es ein Hofladen in der Schweiz schwerer hat als in Deutschland, weil die Produkte im Schweizer Detailhandel hochwertiger sind als in Deutschland.

## Alleinstellungsmerkmal

Zwölf Aussteller präsentierten in der Bergtrotte Osterfingen SH einen Teil ihres Sortiments, darunter Linsen vom Wilchinger Biohof Tappolet und Kürbiskernprodukte von Jakob Brütsch. An drei Ständen wurden alkoholfreie Aperitivgetränke vorgestellt. Offenbar ist der Bedarf nach einem solchen Produkt sehr gross.



Wichtig für Direktvermarkter: Erfahrungen austauschen und sich von anderen Produkten inspirieren lassen. Dies war beim Speed-Dating in Osterfingen möglich. (Bilder: tg)

Die Teilnehmer konnten in branchenübergreifenden Runden diskutieren und dabei ihr Netzwerk erweitern. In den Gesprächen wurde schnell deutlich, dass der Direktvermarkter ein Alleinstellungsmerkmal braucht.

## Besucher anlocken

Marlis Gloor vom Rüdlinger Egghof schenkte die Traubensaft-Schorle «Trubetau» aus und erzählte, wie sich ihr Hof vom Degustierraum zum Event-Bauernhof entwickelte. Heidi Steiner vom Weingut Lindenhof weiss, dass sich kaum ein Mensch im Sackgassendorf Osterfingen verirrt, wenn er nicht gezielt kommt. Sie lockt die Kunden mit kulinarischen und kulturellen Anlässen auf den Hof. Sie weiss, dass der Geniesser auch ein Gesicht und eine

Geschichte zum Wein haben will. Die Weinbäuerin erklärte, dass man einen Schweizer Qualitätswein nicht mit einem ausländischen Billigwein vergleichen könne, da die Schweizer Weinbauern keinen Wein im Billigsegment produzieren können.

## Metzgerei an der Grenze

Die Metzgerei Breu in Neunkirch hat es besonders schwer an der deutschen Grenze. Zum Einkaufstourismus kommt dazu, dass im Schweizer Lebensmittelhandel 40 Prozent der Fleischverkäufe als Aktionen über die Ladentheke gehen. Um da bestehen zu können, braucht es mehr als die Schlagwörter saisonal, regional und nachhaltig. Aufklärung ist bei Philipp Breu angesagt. Er bemerkt, dass bei der abgepackten Ware der Discounter rund die Hälfte weggeworfen wird, weil das Haltbarkeitsdatum abläuft oder die Mengen zu gross sind. Im Vergleich zu deutschen Metzgereien sei bei ihm neben der Präsentation vor allem der Zuschnitt und die Qualität besser.

Ein deutscher Kälbermäster bekommt beispielsweise bei Übergewicht keinen Preisabschlag. «Wer Kalbfleisch bezahlt, soll kein Rindfleisch bekommen», betonte Breu, der auch erklärte, dass für einen guten Fleischgeschmack eine stressfreie Schlachtung des Tieres unheimlich wichtig sei, was in Akkord-Grossschlachtereien mit ungelernem Personal nicht möglich sei.

## SERIE

In der Artikelserie «Direktvermarktung» stellt der «Schweizer Bauer» unter anderem verschiedene Höfe vor, die Produkte selbst vermarkten.

Auf [www.schweizerbauer-hofladen.ch](http://www.schweizerbauer-hofladen.ch) können Sie Ihr Direktvermarktungsangebot gratis eintragen.

## E-PAPER

Mehr Bilder im E-Paper: [www.schweizerbauer.ch/epaper](http://www.schweizerbauer.ch/epaper).

## RACLETTE

### Die Exporte stiegen 2016 auf ein Rekordniveau

Obwohl die Bedingungen für Exporte von Raclette in den Euroraum aufgrund der anhaltenden Frankenstärke und wegen günstiger Substitutionsprodukten weiterhin herausfordernd sind, konnte das Exportvolumen im Jahr 2016 ausgebaut werden. Dies dank einer grösseren Nachfrage in Deutschland, wie Raclette Suisse mitteilt. Die Gesamtexporte stiegen um 47 Tonnen auf den bisher höchsten Stand von 1644 Tonnen. Nebst der hervorragenden Qualität habe auch die gute Zusammenarbeit mit den Exporteuren und mit der Schweizer Cheese Marketing AG zu diesem Erfolg beigetragen, so die Sortenorganisation. Die Nachfrage der Schweizer Privathaushalte sank zwar,

jedoch konnte die verkaufte Inlandmenge über alle Verwendungsbereiche gehalten werden. Insgesamt stieg die Produktionsmenge leicht um 0,4% auf 13687 Tonnen. Im ersten Quartal 2017 setzte sich diese positive Entwicklung fort, heisst es in der Medienmitteilung.

Die Vereinsversammlung vom 13. Juni 2017 nahm die Akquisition der drei Käseereien Reutigen, Les Martel und Fromagerie Spielhofer SA zur Kenntnis und beschloss einstimmig deren Aufnahme. Im Verein Raclette Suisse sind somit neu 19 Mitglieder vertreten, welche über 95% der Schweizer Racletteproduktion repräsentieren (exklusiv Raclette du Valais AOP). *big*

## GEMÜSERICHTPREISE

Gemüsepreise (exkl. MwSt.)	Einheit	Preise ab 13.6.2017		alle Preise verstehen sich franko Verlad, offen im IFCO		Tendenz ab Samstag
		franko Verlad, offen im G-Gebinde	franko Verlad, im IFCO	Detailpreis inkl. Verp.	ab Samstag	
Aubergine	kg					2.80
Batavia	St.	0.40	0.52	1.40		
Blumenkohl	kg	1.00	1.16	3.20	1.30	
Broccoli	kg	1.30	1.49	4.00	1.40	
Chinakohl	kg	1.30	1.49	3.60		
Chouxraves, gewaschen	kg	1.40	1.49	3.40		
Cicorino, rot	kg	2.50	2.75	6.05		
Eisberg, echter	kg	0.50	0.58	1.40		
Eichblattsalat, grün	St.	0.40	0.52	1.40		
Eichblattsalat, rot	St.	0.40	0.52	1.40		
Endivie, glatt	kg	1.40	1.63	3.80		
Fenchel, gestellt+egalisiert	kg	1.50	1.66	4.35		
Frisee	kg	1.40	1.63	3.65		
Gurke, Gewächshaus	St.	0.50	0.58	1.45		
Gurke, Nostrano Slicer	kg	2.00	2.15	4.80		
Kabis, rot	kg	1.60	1.69	3.45		
Kabis, weiss, neu	kg	1.40	1.49	3.15		
Karotten	kg	1.20	1.29	2.95		
Karotten, Bund	Bd.	2.20	2.29	4.70		
Karotte, Pfälzer	kg	1.10	1.19	2.85		
Kefe, Kiefelerbse	kg	5.00	5.00			
Kohlrabi	St.	0.45	0.53	1.20		
Kopfsalat	St.	0.40	0.52	1.40		
Kopfsalat, rot	St.	0.40	0.52	1.40		
Krautstiel	kg	1.70	1.89	4.35		
Kresse	kg	8.00	8.94	22.00		
Lattich	kg	1.40	1.59	3.55		
Lauch, grün, neu	kg	1.70	1.89	4.50		
Lollo, grün/rot	kg	1.80	2.11	5.50		
Nüsslisalat	kg	12.00	12.94	28.00	13.00	
Pastinake	kg	2.60	2.79	5.20		
Petersilie, gekraut	kg	3.50	3.81	0.75 (Bund)		
Petersilie, glatt	kg	4.00	4.31	8.10		
Pak-Choi	kg	3.20				
Radieschen	Bund	0.65	0.71	1.65		
Radieschen	kg	4.00				
Randen	kg	1.20	1.29	3.00		
Retlich, weiss	St.	0.90	0.99	1.95		
Romanesco	kg	3.40	3.59	7.25		
Rucola	kg	7.00	7.94	21.00		
Rübe, Herbst, gewaschen	kg	1.60	1.69	3.80		
Schalotten	kg	2.20				
Schnittsalat	kg	8.00	8.94	2.10		
Sellerie, Knollen (gross)	kg	1.40 (1.20)	1.49 (1.29)	3.45 (3.15)		
Sellerie, Stangen, kurz	kg	2.60	2.79	5.70		
Sellerie, Stangen, lang	kg	2.40	2.59	5.40		
Spargel, grün	500-g-Bund	11.50	11.69	19.65		
Spargel, weiss, offen	kg	11.50	11.50			
Spinat	kg	2.40	2.71	6.50	2.80	
Tomate, rund	kg	2.00	2.12	4.60		
Tomate, Peretti	kg	2.70	2.82	5.65		
Tomate, Fleisch, >67mm	kg	2.50	2.63	5.45		
Tomate, Cherry-Trauben	kg	6.00	6.25	10.50		
Tomate, Cherry	250 g	1.30	1.40	3.00		
Tomate, Trauben	kg	2.20	2.36	4.95		
Wirz	kg	1.90	2.09	4.70		
Zucchetti	kg	2.00	2.15	4.95	2.10	
Zucchetti, gelb	kg					2.80
Zwiebeln, Bund	kg	0.90	0.98	2.00		
Zwiebel	kg	1.20	1.29	2.70		
Zwiebel, Metzger, >70mm	kg	1.20	1.29	2.70		

Quelle: Gemüsebörse Bern, Freiburg, Solothurn

## TROCKENFUTTER: GV des Verbandes Schweizerischer Trocknungsbetriebe in Bazenheid SG

# So viel Gras getrocknet wie noch nie

Letztes Jahr sank zwar die produzierte Menge an Trockenfutter leicht. Dafür wurde so viel Trockengras produziert wie noch nie.

MARTIN BRUNNER

«Das momentane Wachstum in der Graslandschaft hilft uns», sagte Präsident Albert Betschart an der GV des Verbandes Schweizerischer Trocknungsbetriebe (VSTB) in Bazenheid SG. «Das veranlasst die Bauern, ihr Futter zu uns zum Trocknen zu bringen.» Erfreulich für die Trocknungsbetriebe ist auch die rekordhohe Produktion von Trockengras im letzten Jahr. 20415 Tonnen verliessen die Trocknungsanlagen. Die Gesamtmenge an Trockenprodukten sank allerdings leicht auf 139207 Tonnen. «Erfreulich dabei ist, dass die Kosten pro 100 Kilo um 42 Rappen auf 21.86 Fr. sanken», so Betschart.

## Zolltarife erhöhen

Ganz ohne Sorgen ist der Präsident allerdings nicht. «Aufgrund der höheren Herstellungspreise haben unsere qualitativ hochwertigen Produkte auf dem Markt einen schweren Stand», betonte er. Der Absatz sei schwierig. Vor-



Präsident Albert Betschart (l.) und Geschäftsführer Bruno Ottiger führten durch die GV. (Bild: Martin Brunner)

lem mit der günstigen ausländischen Luzerne könne ein Schweizer Betrieb nicht mithalten, zumal die Qualität ebenfalls gut sei. Etwas teurer seien die Luzernerwürfel, weil sie anders verzollt würden.

Genau hier möchte Betschart ansetzen. «Wir haben die Schweizer Zollbehörden aufgefordert, die Zolltarife für die Luzernerballen zu erhöhen, damit wir konkurrenzfähig sind. Allerdings scheinen hier noch einige rechtliche Abklärungen nötig zu sein.» Schon etwas weiter ist er mit den Maisnadmehlpellets aus dem Ausland.

Er hofft, dass diese Zolltarife auf den 1. Juli erhöht werden.

## Investitionen tätigen

Auf eine weiterhin gute Entwicklung setzt Betschart beim Gras. «Das Potenzial von Wiesennilch ist noch nicht ausgeschöpft», sagte er. «Das bedeutet, dass die Trockengrasproduktion zunehmen dürfte. In diesem Vorwärtstrend dürfen wir aber unsere Anlagen nicht vernachlässigen.» Er forderte deshalb die Mitglieder auf, in den Unterhalt der Maschinen zu investieren. Dabei hätten durchaus auch neue Technolo-

gien und Innovationen ihre Berechtigung, zum Beispiel für eine schonende Verarbeitung.

## Neues Vorstandsmitglied

Nach 20 Jahren trat Hans Remund aus dem Vorstand zurück. An seine Stelle wählten die Delegierten Kuno Bächler aus Tafers FR. Geschäftsführer Bruno Ottiger wies darauf hin, dass der Vorstand in den Abklärungen für ein Projekt des Bundes stehe. Es gehe unter anderem um pansenstabiles Eiweiss im Trockenfutter. An die geschätzten Kosten von rund 250'000 Fr. müsste der VSTB rund 25'000 Fr. beisteuern. Darüber werde an einer separaten Versammlung beraten.

## DER GASTGEBER

Gastgeber der GV war die Gras-trocknungsgenossenschaft Bazenheid, weil sie dieses Jahr 75 Jahre alt wurde. 1965 brannte sie vollkommen nieder, wurde aber wieder aufgebaut. Sie hat unter anderem auch deshalb grosse Bedeutung, weil viele Bauern ihre Milch an Käseereien liefern. Heute zählt sie 62 Genossenschafter und produziert in 900 Betriebsstunden 1500 Tonnen Trockenfutter. *mb*