



Direktvermarkter tragen viel Verantwortung

*Eva Flückiger** – Die Auslagerung des Schlachtens und der Verarbeitung reduzieren Gesundheitsrisiken. Trotz der Zusatzkosten ist die Vermarktung von Mischpaketen ein interessanter Zuerwerb.

Die Familie Berger verkauft einen grossen Teil ihres Natura-Beefs direkt an Kunden. Da ein Metzger die Tiere schlachtet, zerteilt, portioniert und verpackt, sind Bergers sicher, dass alle gesetzlichen Auflagen korrekt erfüllt werden. Sie holen anschliessend das verkaufsfertige Fleisch vakuumiert und etikettiert auf den Betrieb, wo es dann von den Kunden abgeholt wird. Sind sie sich bewusst, welche Verantwortung sie im Rahmen der Lebensmittelgesetzgebung übernehmen? Ihr Name steht auf den Etiketten, damit sind sie auch für den Inhalt verantwortlich, selbst für die vom Metzger verarbeiteten Produkte wie Hamburger oder Trockenwürste. Stimmen die Angaben auf der Etikette (z.B. Zusammensetzung),

sind sie vollständig (z.B. Hygienehinweis, Allergene)? Hier ist eine Absprache mit dem Metzger sehr wichtig, vor allem auch, was die Produktheftung anbelangt.

Bergers transportieren das Fleisch mit einem kleinen Lieferwagen von der Metzgerei auf ihren Hof. Die Fahrzeit beträgt 45 Minuten. Wird dabei die Kühlkette eingehalten? Gerade für Hackfleisch sind die Anforderungen sehr hoch, nur gerade 2° C darf dessen Temperatur bei Transport und Lagerung betragen, im Verkauf, wie alles andere Fleisch, bis zu 5° C. Andere Fleischstücke dürfen bei Transport und Lagerung bis zu 7° C erreichen. Das heisst, dass für den Transport und die Lagerung auf dem

UFI – Eva Flückiger hat ein Merkblatt «Fleischqualität frisch ab Hof» zusammengestellt. Das Merkblatt richtet sich an Kunden von Direktvermarktern und enthält wichtige Hinweise zum Einfrieren, Auftauen und der Lagerdauer von Fleisch. Direktvermarkter und andere Interessierte können das Merkblatt kostenlos per E-Mail bei der Autorin beziehen (Eva.Flueckiger@fr.ch).

Die Agridea-Broschüre «Direktvermarktung von Fleisch» wird zurzeit überarbeitet. Sobald die aktuelle Version vorliegt, werden wir in *die Mutterkuh* informieren.



Neben den Kühlmöglichkeiten braucht es auf dem Betrieb auch einen geeigneten Raum, um die Kunden zu empfangen.

* Die Autorin ist Beraterin im ländlichen Raum am Landwirtschaftlichen Institut Grangeneuve.



Die Präsenz im Internet spielt eine immer wichtigere Rolle. Aber auch ohne eine eigene Homepage gibt es viele Möglichkeiten, auf sein Angebot aufmerksam zu machen, z. B. bei www.mutterkuh.ch. Die abgebildete Homepage wurde von der Bauernzeitung als eine der drei besten Homepages von Landwirtschaftsbetrieben in der Schweiz ausgezeichnet.

Landwirtschaftsbetrieb Kühlmöglichkeiten zur Verfügung stehen müssen. Betriebe, die deswegen das Fleisch von den Kunden beim Metzger abholen lassen, riskieren dafür die Kundenbindung. Der Hof und die Tierhaltung sind nicht mehr sichtbar, daher müssen sie eine andere Möglichkeit finden, die Kunden auf den Betrieb zu holen.

Soll das Fleisch auf dem Landwirtschaftsbetrieb verarbeitet, portioniert und verpackt werden, braucht man einen Verarbeitungsraum, der den gleichen Anforderungen wie bei Metzgereien entspricht. Diese Investition lohnt sich nur, wenn sehr viel Fleisch direkt vermarktet wird. Zudem sind für die Zerteilung oder Verarbeitung auch fachliche Kenntnisse unabdinglich. Es gibt nur wenige Betriebe in der Schweiz, die einen eigenen Schlachtraum besitzen. Die gesetzlichen Auflagen verursachen zu hohe Kosten. Nicht vergessen sollte man, dass das Lebensmittelgesetz den Konsumenten zum Schutz vor Täuschung und Krankheiten dient.

Stabile Preise geben Sicherheit

Auffällig ist, dass die Preise in der Direktvermarktung keine saisonalen Schwankungen aufweisen, sie sind meist über längere Zeit gleich bleibend. Die Preisfestlegung sollte daher gut überlegt sein. Es gibt bei den Preisen regionale Unterschiede, in der

Berechnungsbeispiel Mischpaket Natura-Beef

Grunddaten: **Natura-Beef - Rind** Lebendgewicht (LG): kg 380

1. Warenwert Tier beim Verkauf über üblichen Handelskanal

| | | | | | |
|------------------------------|-----------|-------|---|---------------------------------------|------------|
| Schlachtausbeute | % | 58 | → | Schlachtgewicht (SG) kg | 220 |
| Fleischausbeute | % des SG | 67 | → | Verkaufsfertiges Fleisch kg | 148 |
| Schlachtviehpreis (Label) C3 | Fr./kg SG | 11.50 | | | |

→ **Erlös beim Verkauf an Handel oder Metzgerei (Warenwert)** **Fr. 2'530**

2. Kosten und Arbeitsaufwand beim Fleischdirektverkauf

2a. Kosten:

Variable Kosten

| Mass | Grundpreis | pro Einheit | Mass | Total Preis |
|--|------------|-------------|------------|-------------|
| Schlachten | Fr. | 0.70 | pro kg SG | Fr. 154 |
| Fleischschau lebend | Fr. | | pauschal | Fr. |
| Fleischschau tot | Fr. | | pauschal | Fr. |
| Entsorgung Schlachtabfälle | Fr. | 0.10 | pro kg SG | Fr. 22 |
| Grobzerlegung | Fr. | 1.20 | pro kg SG | Fr. 264 |
| Feindressur | Fr. | 1.00 | pro kg SG | Fr. 220 |
| MwSt-Dienstleistungsumsätze | % | 8.00 | 154+22=176 | Fr. 14 |
| Total Schlachtung und Zerlegung | | | | 674 |

Mehrkosten für Fahrzeuge (Miete, Benzin...)

| | | | | | |
|-------------------------------------|-----|-------|----------|-----|------------|
| Miete Vac.maschine / Kühlraum | Fr. | 50.00 | pauschal | Fr. | 50.00 |
| Kosten für Vac.Säcke / Etiketten... | Fr. | 70.00 | pauschal | Fr. | 70.00 |
| Werbung / Inserate | Fr. | | pauschal | Fr. | 50.00 |
| Löhne für Dritte | Fr. | | pauschal | Fr. | |
| Total Weitere Kosten | | | | | 220 |

Fixe Kosten

Maschinen / Geräte (Bsp: Vakuuiermaschine)
Einrichtungen

Total Fixe Kosten

Voll-Service in der Metzgerei mit Portionieren, Vakuumieren, Beschriften

Fr./kg SG

→ **Zwischentotal Kosten**

Total: Fr. 894

2b. Risiko:

Verderbliche Ware (hohes Risiko)

2% Fr. 2'530.-

Fr. **51**

2c. Arbeit:

Arbeitsaufwand

| Mass | Zeit |
|----------------------------------|-----------|
| Schlachten (inkl. Transportwege) | Std. 1.00 |
| Portionieren / Vac.-verpacken | Std. 9.00 |
| Fleischsortimente ausliefern | Std. 3.00 |
| Organisation / Verkaufsplanung | Std. 1.00 |
| Rechnungsstellung | Std. 1.00 |
| Kundenkontakt / Infos | Std. 1.00 |
| Betriebsrundgang (Familien) | Std. 2.00 |

Total Arbeitszeit in Stunden

Stundenansatz

| | |
|-----------|-------|
| Std. | 18.00 |
| Fr./ Std. | 38.00 |

→ **Zwischentotal Arbeitsaufwand**

Fr. 684

Total Kosten für Schlachtung / Verarbeitung / Verkauf und Arbeit **Fr. 1'629**

3. Notwendiger Erlös aus Direktverkauf (2530 plus 1629) **Fr. 4'159**

→ **Preis für ein kg verkaufsfertiges Fleisch (4159 : 148)**

Fr. 28.10

Quellen: P. Hügi, Beratungsdienst Wallierhof SO, 1. Juli 2013, Therese Wüthrich, Inforama Waldhof BE

Tabelle 1: Anhand dieser Tabelle kann der Stundenlohn und der Verkaufspreis eines Mischpaketes berechnet werden.

Höhe und auch bei der Angabe. Für den Konsumenten sind Preise bezogen auf das Schlachtgewicht irreführend, denn er weiss nicht, wie viel ihn das Kilo Fleisch am Ende kostet. Transparenter ist die Preisangabe pro Kilo verkaufsfertiges Fleisch.

Die Kalkulationstabelle der landwirtschaftlichen Beratung am Wallierhof SO (siehe Tabelle 1) zeigt die zu berücksichtigenden Kostenfaktoren für die Preisfestlegung. In diesem Beispiel für ein Mischpaket mit Natura-Beef wird für das Rind der Preis, den es beim Verkauf an einen Händler erzielen würde, eingesetzt. Mit Hilfe von Schlüsselzahlen kann zuerst das Schlachtgewicht und dann die Menge verkaufsfertiges Fleisch berechnet werden (siehe Tabelle 2). Im 2. Schritt werden die Kosten von Schlachtung und Zerlegung pro kg Schlachtgewicht angegeben, was einen guten Vergleich zwischen den Offerten von Metzgern erlaubt. Die Fleischschau ist hier in den Schlachtungskosten inbegriffen, die Mehrwertsteuer fällt nur am Schlachthof an, bei der Zerlegung ist sie inbegriffen. In die Tabelle könnten auch Amortisationskosten für Maschinen und Einrichtungen unter «fixe Kosten» eingetragen werden. Bei unserem Beispiel ist das aber nicht der Fall, da die Produzenten das Fleisch beim Metzger portionieren und verpacken. Erledigt der Metzger diese Arbeit, erhält er dafür Lohn (zu erfassen unter «Löhne für Dritte») oder berechnet einen Preis pro kg Schlachtgewicht (siehe «Voll-Service»). Die Produzenten erfassen ihren Aufwand dafür unter 2c «Arbeit». Unter 2b wird noch eine Marge von 2 % für das Risiko einkalkuliert.



Soll das Fleisch auf dem Betrieb verarbeitet werden, braucht man einen Verarbeitungsraum, der den gleichen Anforderungen wie bei Metzgereien entspricht. (Bild: Sprecher)

Da Fleisch zu den leichtverderblichen Produkten zählt, ist das Risiko hoch, dass man einen Warenverlust zum Beispiel durch unsachgemässen Umgang (z. B. fehlerhafte Zwischenlagerung) erleiden kann. Gleichzeitig ist damit auch eine Rückstellung für Reklamationen vorhanden. Der gesamte Zeitaufwand für die Direktvermarktung wird unter 2c erfasst und ergibt hier 18 Stunden, der Stundenlohn beträgt Fr. 38.-.

Neue Kunden gewinnen

Die Direktvermarktung von Fleisch ist bereits sehr weit verbreitet, daher müssen sich Neueinsteiger darum bemühen, eine Stammkundschaft aufzubauen.

Aber auch langjährige Vermarkter müssen immer wieder neue Kunden gewinnen, weil alte aus den verschiedensten Gründen wegbleiben. Mund-zu-Mund-Propaganda ist wichtig, aber für einen neuen Anbieter nicht ausreichend. Der erste Schritt ist das Anbringen einer Hoftafel, um Vorbeifahrende auf sich aufmerksam zu machen. Der nächste Schritt sind vielleicht Flugblätter für die Haushalte in der Umgebung oder Plakate. Eine immer wichtigere Rolle spielt die Präsenz im Internet. Auch ohne eine eigene Homepage gibt es viele Möglichkeiten, auf sein Angebot aufmerksam zu machen, z. B. bei www.mutterkuh.ch, www.landwirtschaft.ch oder Bio-Internetseiten. Ein Tag der offenen Tür ist mit viel Arbeit verbunden, kann aber dafür Präsenz in den Medien bringen, also eher etwas für Neueinsteiger. Mit verarbeiteten Produkten wie Trockenwürsten oder frisch grillierten Hamburgern bieten sich auch lokale Märkte als Werbeplattform an. Betriebe in der Nähe von grösseren Ortschaften sind sicher im Vorteil. Aber für den Einkauf von Fleisch sind die Kunden auch bereit, weitere Wege auf sich zu nehmen, wenn der Zusatznutzen stimmt. Das kann das Einkaufserlebnis auf dem Bauernhof sein, eine spezielle Rinderrasse, die Bindung an die Bauernfamilie und vor allem die Fleischqualität. ■

Richtwerte für die Fleisch- und Schlachtausbeute

| | Schlachtausbeute in % | Fleischausbeute in % | |
|------------|-----------------------|----------------------|---|
| Rind/Ochse | 50 – 52 | 67 – 68 | Schlachtausbeute Die Schlachtausbeute bezeichnet das Verhältnis zwischen Lebend- und Schlachtgewicht. |
| Kühe | 45 – 50 | 67 – 68 | |
| Muni | 50 – 55 | 67 – 68 | |
| Kälber | 58 – 60 | 71 – 72 | Fleischausbeute Die Fleischausbeute bezeichnet das Verhältnis zwischen dem Gewicht des verkaufsfertigen Fleisches und dem Schlachtgewicht. (Schlachtgewicht ohne Knochen, Sehnen, Fett und mit Gewichtsverlust = verkaufsfertiges Fleisch). |
| Schweine | 78 – 80 | 76 – 80 | |
| Schaf/Lamm | 45 – 48 | 82 – 85 | |
| Ziegen | 50 – 52 | 81 – 82 | |
| Pferde | 53 – 55 | 68 – 69 | |

Tabelle 2: Richtwerte für die Fleisch- und Schlachtausbeute (Innerhalb der Tiergattungen können sich je nach Rasse Abweichungen ergeben.) Quelle: ABZ Spiez