Alles auf Bestellung

Bei Familie Dallmann/Merklein in Eußenheim-Aschfeld in Bayern gibt es Fleisch und Wurst aus eigener Aufzucht, Schlachtung und Verarbeitung. In der Vermarktung gehen sie ihren eigenen Weg.

➤ „Darf's ein bisschen mehr sein"? Den Klassiker der Fleischtheke wird man im Hofladen von Katja und Markus Dallmann in Eußenheim-Aschfeld in Franken nicht hören. Denn sie verzichten auf die klassische Bedientheke. Statt dessen haben sich die Kunden ihre Produkte schon vorab ausgesucht und bestellt. In der Fleischtheke stehen fix und fertig gepackte Tüten zur Abholung bereit. Die Technikerin für Landbau und der Fleischermeister haben ihr Vermarktungskonzept auf Vorbestellung, Hauslieferungen und Abholung ausgerichtet und auch ihren Betrieb entsprechend aufgestellt. Letztes Glied in der Kette war die Eröffnung des eigenen Schlachthauses im September 2020 (siehe Kasten). Zusammen mit der Schlachtstätte entstanden neue und größere Zerlege-, Verarbeitungs und Kühlräume. Seitdem haben Dallmanns nicht nur mehr Platz zum Arbeiten, sondern endlich alle Schritte von der Aufzucht bis zur Vermarktung in eigener Hand.

Drei Generationen - ein Betrieb: Katja und Markus Dallmann mit Jim und Phil und Katja Dallmanns Eltern Richard und Elvira Merklein. Fotos: privat

Das Fundament für die hofeigene Verareitung und Vermarktung ist der landwirtschaftliche Betrieb. Offiziell führt ihn Katja Dallmann gemeinsam mit ihrem Vater Richard Merklein in Form einer GbR, tatsächlich steht die ganze Familie dahinter. Aus eigener Haltung stammen Rinder und Puten. Futter aus eigener Erzeugung, Weidehaltung für die Rinder sowie die längere Mastdauer der Puten von mindestens 20 Wochen sorgen für eine sehr gute Fleischqualität. Schweine kaufen Dallmanns lebend von zwei Landwirten aus der Region zu, die Bio-Schweine von einem naheliegenden Demeter-Hof. Jede Woche werden 10 bis 14 Schweine, vier Rinder und 30 bis 40 Puten geschlachtet. Auch Bio-Lamm gibt es seit Anfang des Jahres aus eigener Schlachtung. Zum Sortiment gehören Frischfleisch, Wurst am Stück, geschnitten oder im Glas, Convenience-Gerichte im Glas wie Bolognese, Gulasch oder Bratensoße, Grill-Cuts oder küchenfertige Spieße – insgesamt rund 180 Produkte. Markus Dallmann ist Fleischermeister und Chef der Hofmetzgerei.

Genussrechte für Betriebserweiterung

Lange Jahre ließen die Familien Dallmann und Merklein ihre Tiere bei örtlichen Metzgerkollegen schlachten. Da deren Nachfolge ungesichert war, entschlossen sie sich, eigene Schlacht- und Zerlegeräume zu bauen. „Für uns ganz klar eine Frage des Tierwohls", sagt Katja Dallmann. „Lange Transportwege passen nicht zu unserer Philosophie."

Rund 1,8 Mio. € hat Familie Dallmann in den Bau investiert. Für das Vorhaben erhielten sie Fördermittel des Freistaats Bayern, 1,5 Mio. mussten fremdfinanziert werden. 200 000 € davon machen Genussrechte aus. Ab der Investitionssumme von 500 € und einer Mindestlaufzeit von 5 Jahren konnten sich Verbraucher an dem Vorhaben beteiligen. Die Zinsen gibt es wahlweise in Geld oder in Naturalien in Form eines Gutscheins. Außerdem erhalten alle Anleger über die Laufzeit 2 % Rabatt auf ihren Einkauf. Die Finanzierung war auch ohne die Genussrechte gesichert. Für Dallmanns stand bei deren Ausgabe die Kundenbindung im Vordergrund. 165 Personen unterstützen das Vorhaben.

Mehr zum Thema Genussrechte steht in Ausgabe 1/2021 „Mit Genuss Beziehungen schaffen". Plus-Abonnenten können die Beiträge aus dem Archiv herunterladen.

www.
hofdirekt.com

BETRIEBSSPIEGEL

Betriebsleiterfamilie

Katja (39), Technikerin für Landbau und Markus Dallmann (44), Metzgermeister, Jim (14) und Phil (11), Richard Merklein (66), Landwirtschaftsmeister und Elvira Merklein (63)

Lage

Eußenheim-Aschfeld, Landkreis Main-Spessart, Bayern, 750 Einwohner, rund 30 km bis Würzburg (130 000 Einwohner)

Betriebsstruktur

Biobetrieb nach EU-Bioverordnung, Landwirtschaftsbetrieb RK Merklein GbR, gemeinsames Unternehmen von Katja Dallmann und ihrem Vater Richard Merklein, 220 ha LN, davon rund 50 ha Grünland, 25 Mutterkühe, 160 Mastrinder, 300 bis 400 Puten
Elviras Bauernladen e.K., Einzelunternehmen von Katja Dallmann für Schlachtung, Verarbeitung und Vermarktung. Markus Dallmann ist angestellter Betriebsleiter der Hofmetzgerei.

Produkte

komplette Metzgerpalette an Fleisch und Wurst, Rind und Pute stammen aus eigener Aufzucht, Schwein und Lamm aus eigener Schlachtung

Vermarktung

ausschließlich auf Vorbestellung: Abholstationen im Hofladen in Eußenheim (2 x wöchentlich) sowie in Würzburg (jeden Freitag), Hauslieferungen sowie Lieferung und Abholung an Schlemmerboten im 4-Wochen-Rhythmus

Mitarbeiter

20 Angestellte, fünf in Vollzeit in der Metzgerei, zwei Fahrer, zwei Mitarbeiterinnen im Büro, Teilzeitkräfte in Verpackung und Kommissionierung

www.
elviras-bauernladen.de

Aus dem Bauernladen wurde eine Abholstation. Die fertig gepackten Bestellungen warten in der Fleischtheke auf ihre Empfänger.

Jede Woche gilt es, 3 bis 4 t Fleisch und Wurst zu vermarkten. Das ist das Metier von Katja Dallmann, die zusammen mit ihrem Mann 2008 in den Betrieb eingestiegen ist. Den Grundstein für die Direktvermarktung legte Mutter Elvira Merklein 1997 mit der Eröffnung von Elviras Bauernladen. Erste Bestellungen bedienten die Direktvermarkter mit dem Start des Haus-Lieferservices im Jahr 2007. Mittlerweile läuft alles auf Bestellung. Dallmanns setzen auf verschiedene Absatzkanäle.

Für die Kunden ausgesprochen bequem: Frisches Fleisch und Wurst direkt vor die Haustür.

Abholen oder frei Haus

Der Haus-Lieferservice beschränkt sich auf den Raum Würzburg und Karlstadt. Wer dort wohnt, kann sich Fleisch und Wurst alle vier Wochen direkt an die Haustür liefern lassen. Mehr als 1 000 Kunden nutzen diesen Service.

Um auch Fleischliebhaber außerhalb des Liefergebiets zu erreichen, setzen Dallmanns seit fünf Jahren auf ihre Schlemmerboten. Diese stellen einen Standplatz für das Lieferfahrzeug zur Verfügung. Der Fahrer hält dort für etwa 15 Minuten und übergibt die Ware direkt an den Kunden. Die Schlemmerboten haben mit dem Verkauf also direkt nichts zu tun, benötigen keine Kühlmöglichkeiten oder ein Ladenlokal. Sie sollten allerdings für die Produkte und die Bestellmöglichkeit werben. „Wir benötigen einen Umsatz von 400 € pro Lieferung, sonst lohnt es sich für uns nicht", sagt Katja Dallmann. Die Schlemmerboten erhalten 5 % vom Umsatz in Naturalwert. Mittlerweile sind 33 Fleischfreunde im Umkreis von 60 km um den Betrieb aktiv. Der Lieferrhythmus beträgt auch hier vier Wochen.

Für Hauslieferung und Schlemmerboten sind drei Kühlfahrzeuge im Einsatz – die Bauernhofflitzer. Ausgefahren wird von Mittwochs bis Freitags, der Lieferzeitraum liegt zwischen 15 und 21 Uhr. Zwei Fahrer sind fest im Einsatz. Manchmal sitzt Markus Dallmann selbst am Steuer. Der Fleischermeister möchte den direkten Kontakt zu seinen Kunden nicht missen und schaufelt sich dafür Zeit frei. Liefergebiete (auch für die Hauslieferungen), -touren und -zeiten stehen für fünf bis sechs Monate im Voraus online.

Wer nahe am Hof oder an Würzburg wohnt oder einfach nicht vier Wochen bis zur nächsten Lieferung warten will, kann sein Fleisch- und Wurstpaket jeden Freitag von 15 bis 15.30 Uhr auf der Talavera in Würzburg abholen, ein großer Park- und Festplatz mitten in der Stadt.

Mittwochs und freitags sind von 16 bis 18 Uhr Abholzeiten im Hofladen. Ursprünglich hatte der Hofladen an beiden Tagen von 9 bis 18 Uhr geöffnet, die Kunden wurden an der Theke bedient. Doch während der heißen Bauphase für das neue Schlachthaus hat Katja Dallmann den Hofladen zur Abholstation umfunktioniert und ist bis heute dabei geblieben.

Buchungsnummer für jeden Kunden

Die Kunden können online über den Web-Shop, telefonisch oder per Mail bestellen. Dabei wählen sie den Abhol- bzw. Lieferort aus. Einen kompletten Überblick über das Sortiment bietet die Produkt- und Preisliste auf der Homepage. Für eine Lieferung/Abholung ist die Bestellfrist Montag bis 20 Uhr, für den Freitag muss die Order bis Mittwoch 20 Uhr eingegangen sein. Es gibt weder einen Mindestbestellwert noch eine Bestellpflicht. In der Abholstation kann bar, mit Karte oder per Überweisung gezahlt werden, bei den Schlemmerboten, auf der Talavera und im Hauslieferservice ist nur Barzahlung bzw. Überweisung möglich.

Gut 8 000 Bestellungen haben Katja und Markus Dallmann und ihr Team 2020 bedient. Das läuft digital über das Warenwirtschaftssystem KomMA. Es erstellt Pack- und Produktionslisten, Etiketten und Tourenlisten. Buchhaltung und Rechnungswesen sind ebenfalls darüber organisiert. Anhand der Produktions- und Packlisten vakuumieren, verpacken, etikettieren und kommissionieren die Mitarbeiter die Ware; je nach Route oder Abholstation zunächst in Kisten und schließlich für jeden Kunden ein Beutel. Anhand eines BNR-Codes, einer Art Buchungsnummer und der Bestellliste kann die Bestellung dem jeweiligen Kunden zugeordnet werden. Zur Sicherheit steht auf dem Beuteletikett außerdem der Name des Kunden.

Wenn es die Zeit erlaubt, fährt Markus Dallmann mit dem Bauernhofflitzer auf Liefertour.

Voll in die Karten

Keine Spontankäufe an der Theke, keine Probieraktionen für neue Produkte. Für Katja Dallmann ist das kein Nachteil. Sie informiert ihre Kunden wöchentlich über die Hofpost, den Kundenbrief mit Liefer- und Abholterminen und ist aktiv in den sozialen Medien und auf der Homepage. „Neue Produkte, Angebote, Neuigkeiten – die Infos kommen bei unseren Kundinnen und Kunden an", ist sie sich sicher. Mit ihrem Bestellkonzept sieht sich Familie Dallmann/Merklein in mehrerer Hinsicht gut aufgestellt: Die drei wichtigsten Voraussetzungen für eine erfolgreiche Direktvermarktung lauten: Lage, Lage, Lage. Gerade damit können die Franken nicht punkten. „Wir wohnen in einem Ort mit 750 Einwohnern", erklärt Katja Dallmann, „da reicht das Einzugsgebiet nicht aus." Eine Filiale war keine Option und so bauten sie das Netz von Abholstationen, Hauslieferungen und Schlemmerboten auf und aus. Die Vorteile liegen für die 39-Jährige auf der Hand: „Produkte und Mengen sind planbar und wir können die Betriebsabläufe darauf abstimmen." Außerdem können die Landwirte und Metzger schnell auf sich ändernde Marktlagen reagieren. Besonders deutlich zeigte sich das im vergangenen Jahr. Zwar sind die Bestellungen auch schon vorher kontinuierlich gestiegen, aber im Corona-Jahr zogen sie noch mal deutlich an. Dank der vorhandenen Infrastruktur und der eingespielten Betriebsabläufe konnten die Franken die zusätzlichen Kundenwünsche erfüllen. ◄

Ute Heimann