Hof & Garten

Mehr Angebote im Internet: markt.merkur.de

Anzeigenannahme **Telefon** (089) 53 06 - 2 22 **Fax** (089) 53 06 - 3 16
Internet merkurtz.de **E-Mail** besserleben@merkur.de

Frau auf Erfolgskurs: Gitti Riedl benutzt nur feinste Zutaten, um ihre „Gackerl“ zu mixen. Zusammen mit ihrem vierköpfigen Team bringt sie die Mini-Gläschen an die Kunden. Ehemann Hans und die beiden gemeinsamen Söhne finden's gut.
FOTOS: GITTI UND HANS RIEDL

Mit originellen Ideen ans Ziel

So kann Landwirten die erfolgreiche Direktvermarktung gelingen

Am Anfang war das Ei. Vom glücklichen Huhn mit viel Auslauf auf den Wiesen des Ehepaars Hans und Gitti Riedl in Jakobsbaiern. Die Riedls hatten 2009 ihren Milchviehbetrieb im Landkreis Ebersberg auf Hühnerhaltung umgestellt. „Das war für uns alle krass“, erinnert sich die Bäuerin. „Das ist so, wie wenn man von Bäcker auf Maurer umsattelt.“

Die Geburt der Gackerl

Der Start verlief gut, über das Netzwerk „Unser Land“ gab es schnell Abnehmer für die frischen Eier vom Zehatmoarhof. Doch der ganz große Durchbruch kam mit Gitti Riedls Idee für die Gackerl, kleine Schraubgläschen mit einem besonders sahnigen alkoholischen Mischgetränk darin, quasi eine sanfte Version des beliebten Eierlikörs. „Am Anfang hat die Familie fleißig getestet“, erinnert sich Gitti Riedl lachend. Als die Rezeptur stimmte, legte die Bäuerin mit der Vermarktung los – und die bestand zunächst einmal darin, viel zu telefonieren, die Gackerl auf großen Festen zu verkosten und Messen zu besuchen. „Learning by doing“ war die Devise, die Riedl zum Erfolg verhalf. Eine große Hilfe war die originelle Verpackung: Die Gackerl werden in Eierkartons ausgeliefert, seit kurzem gibt es auch praktische Vierer-Schachteln. „Die sind der Hit“, freut sich Gitti Riedl.

Früher kümmerte sich Hans Riedl um Kühe, heute sorgt er dafür, dass es seinen Hühnern gut geht.

Doch sie weiß auch, dass sie von Anfang an ein Ass im Ärmel hatte: einen alten Melkstand und den früheren Kuhstall. Die konnte sie als Räumlichkeiten nutzen, um ihr Vorhaben umzusetzen. Schließlich braucht die Produktion Platz, und bei der Herstellung müssen strenge Regeln eingehalten werden. Dass die Vorschriften für selbstvermarktungswillige Landwirte zum Problem werden können, weiß auch Annemarie Lampl, erste Vorsitzende der Fördergemeinschaft „Einkaufen auf dem Bauernhof“: „Da kommt ständig etwas Neues auf die Landwirte zu“, sagt sie. So wie das neue Sicherheitssystem für die Kassen: Die Nachrüstung koste pro Kasse um die 500 Euro, hinzu käme noch ein Software-Update für 250 Euro. Und für die Produktion von Lebensmitteln gelten auf dem Bauernhof dieselben Regeln wie in der Großindustrie. „Das zu schultern, schreckt erstmal ab“, weiß Lampl.

Anspruchsvolle Kunden

Für Lampl liegt die Zukunft neben dem Direktverkauf im Hofladen oder über den Automaten auch im Bereich des Online-Shoppings: „Da können auch wir uns nicht rausziehen“, sagt sie, denn der Kunde werde immer anspruchsvoller und sei es schon gewohnt, ein gutes Produkt beispielsweise über das Scannen des QR-Codes auf der Verpackung nachzubestellen. Allerdings müssten die Landwirte natürlich eine Lösung finden, die auch für sie passe. Das ist zum Beispiel Gitti Riedl mit ihren Gackerln gelungen: Sie verkauft ihre Eier und auch Nudeln direkt ab Hof in einem Eierhäuschen. Die Gackerl vertreibt sie über Getränkemärkte und zwei Online-Shops, auch andere Großabnehmer wie Feinkostläden und Hotels hat sie inzwischen. Einen eigenen Direktverkauf im Internet will sie nicht starten: „Ich kann es einfach logistisch nicht organisieren, die Gackerl in kleinen Mengen zu verschicken“, sagt sie.

Eine weitere Lektion musste Riedl schmerzhaft lernen: Ihre Idee wurde von anderen Bäuerinnen kopiert, zum Teil sah sogar deren Schriftzug ähnlich aus. Dem schob die Erfinderin der Gackerl mit der Patentierung und dem Eintragen des Markennamens einen Riegel vor. „Das war richtig teuer“, erinnert sich die quirlige Bäuerin. Trotzdem habe sich der Aufwand gelohnt. „Wenn man mir vor vier Jahren gesagt hätte, dass ich heute da stehe, wo ich stehe, hätte ich das nicht geglaubt.“ Sogar vier Angestellte, die bei der Gackerl-Produktion helfen, hat Riedl – alles Mamas, die in Teilzeit mithelfen.

Von genau solchen individuell zugeschnittenen Modellen spricht Annemarie Lampl, wenn sie für das Thema Direktvermarktung die Werbetrommel rührt. Wichtig sei es, dass man als Landwirt „nicht einfach einen Laden aufmacht und dann vor sich hinwurschtelt“, sagt sie. Deshalb empfiehlt Lampl beispielsweise die Seminare des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten. Und sie appelliert auch an die Endverbraucher, Landwirte vor Ort zu unterstützen – beispielsweise mit positiven Bewertungen im Internet und natürlich direkten Einkäufen im Hofladen oder auf dem Wochenmarkt.

MARION BRANDSTETTER