SONDERDRUCK aus:
Fleisch Marketing Magazin
Ausgabe 3/2022

Interview mit Rudolf Bühler:

„RESSOURCENEFFIZIENTE LANDWIRTSCHAFT"

Umfragen zeigen, dass das Bewusstsein der Konsumenten für tierische Produkte aus ökologischer Haltung steigt. Fleisch-Marketing sprach mit Rudolf Bühler, dem Gründer und Vorsitzenden der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall „BESH", über die Entwicklungen im Bio-Markt und seine neue Rohwurst- und Schinkenlinie, die im vergangen Jahr auf den Markt gekommen ist.

FLEISCH-MARKETING: *Corona hat sich in seinem ersten Jahr positiv auf den Absatz von Bio-Produkten ausgewirkt. Hat sich dieser Trend fortgesetzt? Wie sehen Sie die weitere Entwicklung?*

BÜHLER: Corona hat eindeutig den Trend hin zum Kauf und Verzehr wertiger Lebensmittel verstärkt. Es wird wieder mehr zuhause gekocht, weil das Gastronomieangebot nur noch eingeschränkt verfügbar ist. Dazu kommt das Homeoffice, und so wird die gute Küche zu Hause wieder neu entdeckt. Und eben auch wertig eingekauft in den Fachgeschäften und dem Bio-Fachhandel.

FLEISCH-MARKETING: *Ende vergangenen Jahres hat „Die Zeit" mit einem Artikel über die „Bio-Lüge" für Aufsehen gesorgt. Was sagen Sie dazu?*

BÜHLER: Man kann sich nur wundern, wie solche Berichterstattung in der „Zeit" abgedruckt wird. Dass es auch in der Bio-Branche zum Einsatz krimineller Energie kommen kann, ist doch unvermeidlich, hiervor ist keine Branche geschützt. Die Bio-Branche gilt jedoch als die bestkontrollierte Lebensmittelerzeugung in der Betrachtung der Prozesse „From Field to Fork". Bio ist also sicher und die nachhaltigste, klimafreundlichste, ressourcenschonendste und damit auch ressourceneffizienteste Art von Landwirtschaft, wenn man die externalisierten Kosten und Nutzen einer Gesamtbilanz zugrunde legt.

FLEISCH-MARKETING: *Bei Bio-Fleischwaren stehen Angebot und Nachfrage oft in keinem ausgeglichenen Verhältnis. Wie gehen Sie mit dieser Problematik um?*

BÜHLER: Der langjährige Trend zeigt eindeutig nach oben und ist nachfragebasiert. Dass es zu zeitweiligen Verwerfungen zwischen Nachfrage und Angebot kommt, ist bekannt und unvermeidbar. Wir leben auch mit Bio nicht in einem marktwirtschaftlichen Biotop. Die Schwankungen sind jedoch geringer als im konventionellen Sektor. Deshalb kann man nicht eine für richtig und zukunftsweisend getroffene Weichenstellung ständig hinterfragen.

FLEISCH-MARKETING: *Im vergangen Jahr sind Sie mit einer neuen Rohwurst- und Schinkenlinie auf den Markt gekommen. Was zeichnet die Produkte aus?*

BÜHLER: Wir haben es hier mit Bio-Produkten zu tun, welche unverwechselbar sind – sowohl in ihrer Qualität als auch mit ihrer Geschichte: Sie kommen direkt vom Bauern! Die gesamte Kette vom Acker über die artgerechte Tierhaltung, eigene Schlachtung am

bäuerlichen Schlachthof und Herstellung sowie Reifung in der bäuerlichen Schinkenmanufaktur sind einmalig und aus bäuerlicher Hand. Selbst die Gewürze sind aus eigener bäuerlicher Erzeugung und aus Partnerschaftsprojekten mit Bauern im Süden, so kommen nur echte reine Gewürze zum Einsatz von alten und aromatischen Sorten. Diese machen dann neben dem wertigen Bio-Fleisch den besonderen Gout der Erzeugnisse aus. Dazu kommen die vertrauenswürdigsten Verbands-Labels wie Demeter oder Ecoland.

„Der langjährige Trend ist nachfrage-basiert“

FLEISCH-MARKETING: *Wie ist die neue Range aufgenommen worden? Welche Produkte haben viel Zuspruch bekommen, welche sind hinter den Erwartungen zurückgeblieben?*

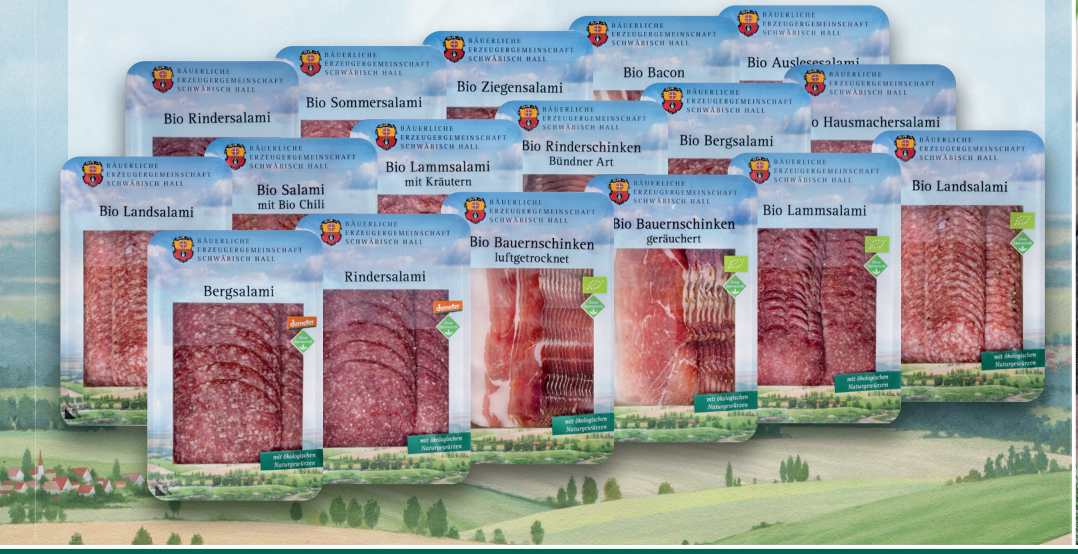
BÜHLER: Diese hochwertigsten neuartigen und nicht duplizierbaren Bio-Erzeugnisse sind zunächst dem Bio-Fachhandel und dem gehobenen LEH vorbehalten. Dort werden sie auch von der gehobenen Kundschaft gesucht und erwartet. Das Konzept, bestmögliche Produkte aus bäuerlicher Hand und damit vertrauenswürdig, glaubhaft und in bestmöglicher Qualität anzubieten, ist aufgegangen.

FLEISCH-MARKETING: *Was ist für die nähere Zukunft geplant. Gibt es Neuheiten auf der in den Juli verschobenen Nürnberger Messe Biofach?*

BÜHLER: Wir werden neben dieser Bio-Schinken- und Salami-Range unsere Bio-Wurstdosen aufgrund der großen Beliebtheit noch weiter in den Markt bringen. Auch hier handelt es sich um eine einmalige Kombination von hochwertigem aromatischem Bio-Fleisch von alten Landrassen und ökologischen Naturgewürzen. Die Erzeugnisse sind handwerklich nach traditionellen Hausmetzgerrezepten hergestellt und kommen direkt vom Bauern. Es sind einmalige Bio-Premium-Produkte auf dem Markt und unverwechselbar im Auftritt. Wir werden nun dieses Jahr erstmals auf der Biofach aussetzen, doch man kennt den Weg zu uns ins Hohenlohische.

Wertschätzungskette vom Acker bis zum Geschäft

Seit der Gründung vor 37 Jahren ist die Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall mit seiner Wertschätzungskette vom Acker bis zum Geschäft stets den allgemeinen Entwicklungen und Trends voraus: Sei es Biodiversität mit der alten Landrasse Schwäbisch-Hällisches Schwein, erstmalige Einführung von artgerechter Tierhaltungspraxis, regionales Futter frei von Gentechnik, eigener Erzeugerschlachthof mit optimiertem tierschutzgerechtem und qualitätserhaltendem Schlachtprozess, Warmfleischverarbeitung und handwerklich saubere Produktion ohne Zusatzstoffe, gelebte Regionalität und Fairness in der Wertschöpfungs- und Wertschätzungskette. Selbst die Bio-Gewürze stammen aus eigenem Anbau in der Region Hohenlohe und aus Partnerschaftsprojekten in Afrika, Osteuropa und Indien.



w2110-2022/03-FA-5