



Foto: Kogelhof

Fleisch & Wurst vermarkten mit Charme und würzigen Ideen

Gerhard und Heide Egger haben vor elf Jahren ein Hotel in St. Johann im Pongau verkauft und einen Fleischrinderbetrieb mit Bisons und Direktvermarktung im Wienerwald aufgebaut. Wie man auf so eine Idee kommt und damit auch noch erfolgreich ist, haben wir auf ihrem Kogelhof in Brand-Laaben erfahren. Dazu gabs im Hofladen noch jede Menge Werbe- & Vermarktungstipps.

DI Paula Pöchlauer-Kozel

Gerhard ist auf einem Rinderbetrieb aufgewachsen, ist im Umgang mit Tieren vertraut und hat Erfahrung beim Schlachten und der Fleischverarbeitung. Heides Profession ist die Vermarktung, egal, ob es sich um Zimmer oder Rindfleisch handelt: Für sie kommt

es auf die Vermarktungsstrategie und die Werbemittel an. In Brand-Laaben haben sie mit dem „Kogelhof“ den passenden Betrieb gefunden, dazu das Wiener Einzugsgebiet als Abnehmer vor der Haustür. „Aber welche Rinderrasse könnten wir halten und vermarkten, die nicht mit der Masse schwimmt?“, haben sich die beiden gefragt. „So sind wir auf

die Bisons gekommen, die gibt es in Österreich nur vereinzelt.“ Deshalb bieten Gerhard, Heide und Gerhard jun. Führungen durch den Betrieb mit und ohne Verkostung im Hofladen an. Bei Anfrage gibt es auch ein maßgeschneidertes Angebot für den Kunden.

Wurst- und Fleischworkshop

Im EU zertifizierten Verarbeitungsraum für Fleisch ist in erster Linie Gerhard am Werk. Sein Wissen gibt er in Workshops weiter, in denen er den Teilnehmern zeigt, wie er Schlachtkörper zerlegt und Wurst herstellt. Ein Workshop dauert fünf Stunden. Teilneh-

men können zwischen drei und sechs Personen.

Jeder Kurs beginnt mit einem Hofrundgang. Danach ziehen sich die Teilnehmer um und ab gehts in die Fleischerei. Gerhard senior erklärt die Fleischereimaschinen inklusive einer Sicherheitseinweisung. Bei einem Wurst-Workshop sehen die Teilnehmer, wie man zum Beispiel Münchener Weißwurst vom Bison macht oder Bisonsalami auf Mailänder Art. Am Programm stehen auch Leberkäse und Leberstreichwurst. Anschließend wird vorbereitet, gewurstet, gekocht und geräuchert. Zum Mittagessen sind die ersten Würste fertig. Am Ende bekommt jeder Teilnehmer von jeder Spezialität,

Betriebsspiegel

Betriebsführerin

Heide (50), Mode- und Bekleidungs-technikerin

Familienmitglieder am Betrieb

Gatte Gerhard (50), Hotelkaufmann, Koch und Kellner, Sohn Gerhard (24), Masterstudent an der BOKU

Bewirtschaftete Fläche

69 ha Grünland, davon 15 ha Weide und 1 ha Luzerne; 5 ha Wald

Tierhaltung

Herde mit rund 70 Tieren, davon 17 Kühe mit Nachzucht, 1 Deckstier
Teilnahme am NÖ TGD

Direktvermarktung

EU zertifizierter Schlachthof am Betrieb, Wurst- & Fleischworkshops, Bisonprodukte im Hofladen, Genuss-scheine, Führungen



Bei den Workshops für Fleisch und Wurst bereiten die Kunden ihr Mittagessen selber zu und lernen zugleich die Fleischverarbeitung. Foto: Kogelhof

Stall für richtig wilde Rinder bauen

Bisons halten ist eine Herausforderung, denn diese Rinder dulden keine menschliche Nähe – und gehen sie überhaupt in einen Stall? Wie es Familie Egger gemeinsam mit der LK Bauberatung gelungen ist, einen passenden Stall zu planen und zu bauen, erfahren Sie, wenn Sie den QR Code scannen.



bei deren Zubereitung er mitgeholfen hat, rund ein Kilogramm mit nach Hause. Teilnehmern des Fleischworkshops erklärt Gerhard die verschiedenen Fleischteile, wie man sie behandelt und zubereitet. Dann zerlegt er gemeinsam mit ihnen eine Bisonhälfte. Am Ende gibt es auch hier ein Mittagessen und Spezialitäten mit nach Hause.

Kogelhof Genusschein und Gutscheine

Wer „Kogelhof Genuss-scheine“ kauft, wird automatisch zum Stammkunden. „Der Genuss-schein-Einkauf ist ein Gut-

schein-Vorauskauf mit Rabatt“, erklären Eggers. „Kunden kaufen einen bis maximal fünf Genuss-scheine zu je tausend Euro. Dafür erhalten sie pro Jahr und pro Genuss-schein einen Gutschein über 230 Euro, den Sie für sämtliche Produkte in unserem Hofladen einlösen können. Damit bekommen sie in den fünf Jahren der Laufzeit 1.150 Euro in Naturalien von uns zurück.“ Kunden haben damit fünf Gutscheine im Voraus mit 15 Prozent Rabatt gekauft.

Die Gutscheine werden jährlich ausgegeben. Man kann sie per Mail oder telefonisch bestellen. Nach Einzahlung

des entsprechenden Betrages auf das Kogelhofkonto senden Eggers eine Kogelhof Genuss-schein-Urkunde und den ersten Gutschein zu.

Freundlichkeit ist das Um und Auf

Im Hofladen spielt Heide ihr Vermarktungstalent aus. „Der Kunde muss immer das Gefühl haben, willkommen zu sein. Für uns ist ein Fremder kein Störfaktor“, versichert Heide. „Da sich der Kunde das Fleisch bei uns holen muss, müssen wir die Kunden herbringen.“ Dazu nutzen Eggers ihren Bekanntenkreis und jenen ih-

rer Kunden. Ein regelmäßiger Newsletter fördert die Kundenbindung zusätzlich. Außerdem suchen sie Kontakt zu Printmedien und Fernsehen. „Das gelingt oft sehr gut, weil Bisons nicht alltäglich sind“, betonen sie.

Aktuell im Web und den sozialen Medien

Den dreien ist wichtig, auf der Homepage und den sozialen Medien ständig und aktuell präsent zu sein. „Der Aufwand dafür ist hoch“, machen Eggers aufmerksam. „Wir posten laufend und brauchen dafür gute Fotos und Videos. Das kann



Heide, Gerhard senior und junior ist es ganz wichtig, die Kunden auf den Hof zu holen. So sehen diese, wie die Produkte erzeugt werden und Eggers können den Preis gut argumentieren. Foto: Paula Pöchlauer-Kozel/LK NÖ



Foto: Paula Pöchlauer-Kozel/LK-NÖ

Eggers sind mit allem, was sie zum Schlachten der Rinder, zum Verarbeiten des Fleisches und zum Lagern der Produkte benötigen, EU-konform ausgerüstet. Hier finden auch die Wurst- und Fleischworkshops statt.

mit der Zeit anstrengend sein. Fotos sind zu bearbeiten und Videos zu schneiden.“ Sie posten mindestens zweimal wöchentlich.

Märkte am Hof sind am wichtigsten

Eggers veranstalten am Hof verschiedene Märkte, wie zum Beispiel einen Oster- und einen Adventmarkt sowie einen Weißwurstheuringen im September. Bei den großen Märkten am Kogelhof gibt es Bosner mit Spezialsauce und Käsekrauter. „Beuschel gibt es nur beim Adventmarkt“, betonen die drei. „Da kommen Kunden aus Wien und nehmen Beuschel in eigens mitgebrachten Vorratsbehältern mit nach Hause.“

„Wir müssen unsere Produkte erklären“

Eggers sind Mitglied bei „So schmeckt NÖ“. „So bieten wir unsere Produkte auch auf dem Adventmarkt im Palais NÖ in Wien an“, informieren die drei. „Dort können wir neue Kunden gewinnen. Unser Ziel ist, sie auf den Hof zu holen und eine Beziehung zu ihnen aufzubauen. Die Kunden sollen sehen, wie wir produzieren, weil wir auch einen entsprechenden Preis verlangen. Deshalb müssen wir unsere Produkte erklären.“

So ist Eggers das Ambiente im Hofladen, am und rund um den Hof sehr wichtig. „Der erste Eindruck zählt immer

und überall“, betonen die drei. „Auch das Produkt und der Service müssen bestens sein, auch das fällt sofort auf.“

Als sie mit der Vermarktung angefangen haben, mussten sie sich an die Angebotsmenge herantasten. „Man muss immer frische Lebensmittel anbieten, auch wenn nur wenige Kunden kommen. Wenn wir nicht immer Waren im Angebot haben, dann vergisst uns der Kunde“, begründen Eggers.

Kunden „erziehen“

Heide verrät, dass sie ihre Fleischkäufer „erzieht“. „Im Hofladen gibt es nur das, was gerade da ist. Für individuelle Wünsche muss man eben vorbestellen“, so die Vermarkterin. „So bleiben wir authentisch. Frische Lebensmittel gibt es eben nur nach dem Schlachten.“ Auch bestimmte Produkte bieten sie nur zu bestimmten Zeiten an, so können Kunden Weißwürste nur von September bis Weihnachten kaufen. „Weißwürste isst man ohnehin nicht das ganze Jahr und so freut man sich eben schon im Herbst darauf“, begründen die drei.

Spezialwünsche der Kunden erfüllen

Mittlerweile produzieren Eggers Fleisch- und Wurstprodukte jede Woche frisch. Geschlachtet wird ein Stück pro Monat, das sich zwischen 40 und 42 Prozent ausschlach-

auf den Markt, die nicht so bekannt sind“, erklären Eggers. „Jedes Jahr ist etwas Neues dabei, wie zum Beispiel im Vorjahr getrocknetes gewürztes Bisonfleisch.“ Dazu schneiden sie frisches Fleisch in dünne Scheiben und legen es zehn Tage in Gewürzlake mit verschiedenen Geschmacksrichtungen ein. Dann trocknet es im Dörrapparat. „So ist es ewig haltbar“, erklären Eggers. „Es enthält kein Fett und sehr viel Protein, also Supernahrung für Sportler.“

Keine Handelsware

Mittlerweile sind Eggers an dem Punkt angekommen, an dem ihnen als Familienbetrieb nicht mehr möglich ist. „Wir sind mit Futter, Tieren und Verarbeitung an der Grenze des Machbaren angelangt“, so die drei. „Die kleine Struktur und das dadurch eingeschränkte Angebot machen unseren Betrieb aus. Handelsware wollen wir nicht vertreiben.“

Die Ideen für Produkte, Vermarktung und Kundenbindung gehen den dreien nie aus. Welche Produkte heuer neu am Programm stehen, davon kann man sich bei einer Verkostung am Adventmarkt von siebten bis achten Dezember überzeugen – mehr Infos gibt es unter kogelhof.com.

tet. Die männlichen Tiere sind nach vier Jahren, die weiblichen nach drei Jahren schlachtreif. Das Fleisch reift drei Wochen in Nassreifung. Gerhard senior zerlegt die Schlachtkörper auf Wunsch auch nach Spezialschnitten, die nur wenige Spezialisten wie er beherrschen, zum Beispiel Osso bucco und Flankensteak.

Ständig neue Produkte entwickeln

Aus der gesamten Schulter macht er gekochten Saftschinken, aus der Bisonbrust Pastrami. Außerdem gibt es Schnitzel aus der Bisonschale, Fledermaus und geräucherte Zunge. „Wir entwickeln ständig neue Produkte oder bringen solche



Betriebs-Check

Direktvermarktung

noe.lko.at/beratung

Sie möchten wissen, welche Potentiale in Ihrem Direktvermarktungsbetrieb stecken und sich von anderen abheben. Qualität und Herkunft ist Ihnen wichtig. Sie streben eine Auszeichnung als „Gutes vom Bauernhof“-Betrieb an.

lkberatung

STARKER PARTNER
KLARER WEG

