



Friedrich Wilhelm und Iris Haver Rassfeld mit Sohn Tessen Johannes vor dem Hofladen.



Der Meierhof stützt sich auf mehrere Standbeine: Neben der Putenmast sind das ein Hofladen, eine Party-Deele und die Vermietung von Gebäuden.

Puten aus dem „Paradies“

Eine denkmalgeschützte Hofanlage vor den Toren der Stadt Gütersloh bietet beste Voraussetzungen für eine funktionierende Direktvermarktung. Doch nur mit einem guten Konzept wird daraus ein erfolgreiches Geschäft.

Auf den Wiesen schnattern die Puten, während der Weg durch ein hölzernes Tor auf die imposante Hofanlage der Familie Haver Rassfeld führt. Eben noch in der lärmenden 350 000 Einwohnerstadt Gütersloh empfängt den Besucher auf dem Meierhof eine angenehme Stille. Ihn beschleicht das Gefühl „Hier ist die Welt noch in Ordnung“.

Diese besondere Atmosphäre ist nur ein kleiner Teil des Erfolgskonzepts von Friedrich Wilhelm Haver Rassfeld. Der Betriebsleiter hat den Hof 1987 von seiner Mutter übernommen. Seitdem setzt er auf die Direktvermarktung, überwiegend im eigenen Hofladen. „Das war damals noch recht ungewöhnlich – erst Recht als Mann“, erinnert sich der heute 57-Jährige. Doch ihm war damals schon wichtig, etwas aus der traditionsreichen

Hofstelle zu machen. Er wollte das Bewährte mit etwas sinnvollem Neuem verbinden. „Da bot sich ein Hofladen einfach an.“

Gleichzeitig baute er die Putenmast weiter aus. Heute liegt sein Schwerpunkt auf der Freiland-Putenhaltung. Insgesamt produziert er 6 000 Puten pro Jahr. Friedrich Haver Rassfeld kauft Eintagsküken der Rasse „Kelly Turkey“. Nach sechs Monaten sind die Tiere schlachtreif. Etwa 8 Wochen verbringen die jungen Puten in der Aufzuchtshaltung im Stall. Danach geht es nach draußen. Dafür hat Friedrich Haver Rassfeld verschiedene Flächen rundum den Hof reserviert. Je nach Jahreszeit sind die Tiere näher am Haus oder auf Wiesen mit vielen Schattenplätzen untergebracht. Alle vier Wochen zieht eine Herde auf eine neue Fläche. Geschlachtet werden jede

Woche 120 Tiere direkt auf dem Hof.

Ohne Erklären geht es nicht

Für die Vermarktung bedeutet diese Art der Haltung, dass Friedrich Haver Rassfeld nicht kurzfristig auf Nachfrage reagieren kann. „Wie viel ich heute verkaufen möchte, habe ich vor 8 Monaten entschieden, als ich die Puten bestellt habe“, sagt Friedrich Haver Rassfeld. Das birgt zum einen die Gefahr, dass der Direktvermarkter in schwächeren Zeiten die Puten nicht alle verkauft. Andererseits kann er aber auch nicht reagieren, wenn die Nachfrage seine schlachtreifen Puten übersteigt und riskiert damit seine Kunden zu vergraulen. „Viele Verbraucher sind es heutzutage nicht mehr gewohnt, dass ein Lebensmittel vorübergehend nicht verfügbar ist“, weiß der Betriebsleiter. Hier hilft es nur mit den Kunden zu sprechen. „Die Kunden, die unsere Freiland-Puten kaufen, kaufen nicht nur das Fleisch, sondern auch das Konzept dahinter“, erklärt Friedrich Haver Rassfeld. „Wenn der Kunde versteht, dass es in dieser Haltungsform nicht anders geht, ist es für die meisten kein Problem auf den nächsten Durchgang zu warten.“

Der Betriebsleiter geht auch auf die



Die alte Hofanlage vermittelt dem Besucher das Gefühl „Hier ist die Welt in Ordnung“.



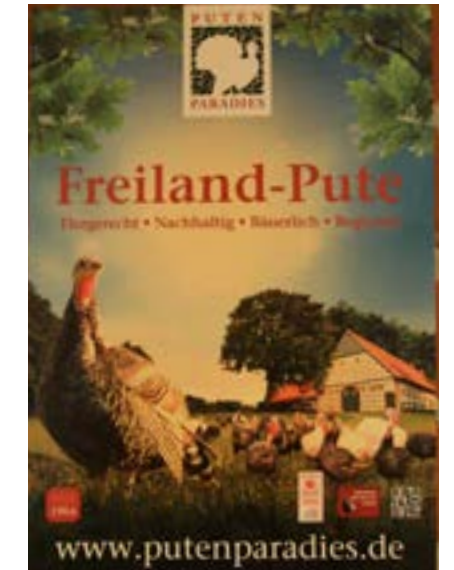
Neugierig begutachten die Puten den Besucher schon an der Hofauffahrt.

modernen Verbrauchergewohnheiten ein. So gibt es beispielsweise eine kleine Auswahl an Fertiggerichten.

Preis als Anreiz

Auch den Preis weiß Friedrich Haver Rassfeld geschickt als Marketing-Instrument zu nutzen. Kunden zahlen bei ihm mehr als für konventionelle Waren, aber weniger als Bio. Der Direktvermarkter verkauft Fleisch, Aufschnitt und Würste auch an Wiederverkäufer – hauptsächlich Feinkostgeschäfte und Gastronomen – aber nirgends ist es so günstig wie im eigenen Hofladen. So haben die Kunden noch einen Anreiz auf den Hof zu kommen.

Friedrich Haver Rassfeld ist sich bewusst, dass er dadurch auch viele Verbraucher aus der Nachbarschaft anzieht, die nur auf das Preis-Leistungs-Verhältnis achten. „Damit ist diese Kundengruppe schnell austauschbar. Sobald sie das gleiche woanders günstiger erhalten, sind diese Kunden weg.“ Sich dem Preiskampf hinzugeben, entspricht aber nicht seiner Philosophie. Um so mehr setzt er daran, den Hof für die Erlebniseinkäufer attraktiver zu gestalten. Beispielsweise richtet er in den Sommermonaten ein kleines Café auf der Terrasse ein, so dass die Kunden nach dem Einkauf noch auf dem Hof verweilen können.



Das Logo mit dem Schriftzug „Putenparadies“ verwenden die Direktvermarkter für Wiederverkäufer, beispielsweise in Großstädten. Mit Meierhof können die Kunden dort wenig anfangen. Mit Putenparadies verknüpft jeder eine Vorstellung.

Mehrere Standbeine

Zu seinem Konzept gehört außerdem, dass sich der Betrieb auf mehrere Standbeine stützt. Wichtig ist ihm dabei, dass alle Betriebszweige ineinander übergreifen, um Synergien zu nutzen.

Neben der Putenmast, dem Café und dem Hofladen führen die Direktvermarkter eine Partydeele, die Besucher für Feierlichkeiten oder Versammlungen mieten können. Dazu gehört auch eine Mietgastronomie. Friedrich Haver Rassfeld tischt die eigenen Produkte vom Hof sowie aus der Region auf. Dadurch wird der ein oder andere Gast auch auf den Hofladen aufmerksam.

Auf den ersten Blick nicht ganz ins Betriebskonzept passt die Produktion von Fruchtaufstrichen. „Die gehört hauptsächlich dazu, weil unsere Familie, die schon seit Jahrzehnten produziert und vermarktet“, gibt Friedrich Haver Rassfeld zu. „Trotzdem lassen sich auch hier, Synergien nutzen“, sagt er. „Die Aufstriche verkaufen wir in unserem Hofladen und an Wiederverkäufer.“ Die Abfülltechnik lässt sich weiterverwenden. „Das gleiche System nutzen wir für die Herstellung von Soßen“, erzählt der Betriebsleiter. Die Soßen wiederum benötigen die Direktvermarkter für die selbstgekochten Fertiggerichte mit



Im Hofladen verkauft die Familie die eigenen und die Produkte anderer Direktvermarkter.



Mit den Fertiggerichten im Glas geht Friedrich Haver Rassfeld auf die neuen Verbrauchergewohnheiten ein.

Wege aus der Routine

„Der größte Feind ist die Routine.“ Davon ist Friedrich Haver Rassfeld überzeugt. Schlechte Gewohnheiten schleichen sich ein und oftmals wird man einfach betriebsblind. Da der Betriebsleiter vermeiden möchte, die Rolle des kontrollierenden Chefs zu übernehmen, hat er sich eine andere Methode überlegt. Die Kontrolle übernehmen die Mitarbeiter selbst. So gibt es für jeden Bereich, einen zuständigen Mitarbeiter, der in regelmäßigen

Abständen Kontrollgänge unternimmt. Wichtig ist, dass der „Kontrollleur“ immer aus einem anderen Bereich stammt. So ist die „Tierschutzbeauftragte“ eigentlich im Büro eingesetzt. Der Hofladenkontrolleur hält ansonsten die Gebäude instand. So lässt sich Betriebsblindheit vermeiden. „Wer täglich im Hofladen arbeitet, sieht einfach nicht mehr, ob die Preisauszeichnung übersichtlich ist,“ gibt Friedrich Haver Rassfeld ein Beispiel.

Putenfleisch sowie die Mietgastronomie in der Partydeele.

Partner für die Zukunft?

Obwohl alle Betriebszweige gut laufen, möchte Friedrich Haver Rassfeld sie nicht ausbauen. Neue Flächen einzukaufen oder die Produktion zu industrialisieren, widerspräche seinem Idealismus, nur mit der alten Hofstelle zu arbeiten. In der Putenmast könnte er sich einen Kooperationspartner vorstellen, der in seinem eigenen Betrieb nach dem gleichen Prinzip Puten hält. Bei Versorgungsgespässen könnte sie sich gegenseitig unter die Arme greifen. lb

Betriebsspiegel

Betriebsleiterfamilie: Friedrich Wilhelm und Iris Haver Rassfeld, Hanna Friederike (15), Thedel Wilhelm (15), Tessen Johannes (11)

Landwirtschaft: 80 ha Ackerland, 9,7 ha Grünland, 15 ha Wald,

Viehhaltung (Jahresproduktion): Puten in Freilandhaltung (6 000), Hähnchen in Offenstallhaltung (5000), Perlhühner (500)

Öffnungszeiten Hofladen: Dienstag bis Freitag 9 bis 18 Uhr, Samstag 9 bis 14 Uhr

Rechtsform Direktvermarktung: seit 1999 als GmbH & Co. KG

Vermarktung: Hofladen, Belieferung von Wiederverkäufern, Landbuffet-Service

Sonstiges: Partydeele für Tagungen- und Feierlichkeiten (wahlweise mit Catering), Sommercafé, Vermietung von Immobilien auf dem Hof (10 Wohnungen, eine Logopädie-Praxis, Fachgeschäft für Wohnküchen)

Mitarbeiter Direktvermarktung: 1 Vollzeit-AK (Verkauf, Zubereitung), 3 Teilzeit-AK (Verkauf), 1 Teilzeit-AK (Produktion), 2 Minijobber (Produktion, Reinigung), 10 Minijobber (Service Partydeele)

Internet: www.meierhof.de, www.weihnachtspute.de, www.partydeele.de, www.putenparadies.de

Besonderes: seit 2013 nach Neuland-Kriterien

Aktionen: „Tag des offenen Denkmals“, „Gütersloher Schinkenmarkt“, „Puten- und Hähnchen-Wochen“, „Thanks-Giving-Puten-Essen“, „Hofmarkt Kunst & Genuss“