

Direktvermarktung macht Freude

Nicole Werffeli sprüht nur so vor Ideen. Und genau das braucht es, um erfolgreich Direktvermarktung zu betreiben. Davon ist die Pferdenärrin überzeugt.

Nicole Werffeli aus Weiningen (ZH) liebt Pferde. Kein Wunder also, dass die Familie auf ihrem Bauernhof einen Pensionsstall für elf Pferde betreibt. Denn Stall haben Werffelis kürzlich neu strukturiert. Tagsüber können sich die Tiere in einem Gruppenlaufstall von fast 600 m² verweilen. Die Nächte verbringen sie in grosszügigen Boxen.

Zufriedene Pferde, glückliche Besitzer

Das Stallkonzept haben Werffeli und ihr Mann selber entwickelt. «Mir war es wichtig, dass die Pferde ausrei-

chend Sozialkontakt haben», so die Pferdenärrin. «Aber sie sollen auch zur Ruhe kommen und über Nacht entspannt schlafen können.» Deshalb entschied sie sich für Gruppenhaltung durch den Tag und Einzelhaltung über Nacht. Sie bedauert, dass ihr System nicht als BTS (besonders tierfreundliche Stallhaltung) anerkannt ist, nur weil sie die Pferde nicht 24 h in Gruppe hält. «Unsere Tiere sind zufrieden und leben sehr artgerecht», so die Pensionsstallbetreiberin. «Was also spricht gegen eine BTS-Zertifizierung?»

Auszeichnung hin oder her: Werffelis sind glücklich mit ihrem neuen Stallkonzept und stolz darauf, fast alles selber gebaut zu haben. Die Boxentore hat Nicole Werffelis Mann Godi selber konstruiert. Sie lassen sich vollständig öffnen. So können die Tiefstreuboxen zwei bis drei Mal pro Jahr maschinell ausgemistet werden. Das spart Zeit.

Im neuen Stall fühlen sich auch die Einsteller wohl. Wer einen Pensionsstall betreiben möchte, muss gerne Leute auf seinem Betrieb haben. Ausserdem muss man offen für unterschiedliche Ansichten sein und trotzdem eine klare Linie fahren. «Pensionäre sind anspruchsvoll», so Werffeli.

Toplage am Zürcher Stadtrand

Aufgrund der Nähe zur Stadt ist die Nachfrage gross. Aber nicht nur für die Pferdepension ist die Lage optimal – auch für die Direktvermarktung. Familie Werffeli verkauft das Kalbfleisch aus eigener Aufzucht im Hofladen. «Es stellte uns nicht mehr zufrieden, die Kälber dem Handel abzuliefern», so Werffeli. «Jetzt vermarkten wir unser Fleisch aus tierfreundlicher Haltung selber.»

Gemeinsam mit dem Metzger kreieren sie stets neue Produkte. So haben

sie zum Beispiel ein vielseitiges Wurstangebot entwickelt. Auch Wünsche bezüglich Verpackungsgrösse können die Vermarkter anbringen. «Bei uns gilt: Einkaufen wie in Ihrer Migros», erklärt Werffeli. Das heisst: Die Leute können einfach im Hofladen vorbeikommen und einzelne Produkte auswählen. Es müssen keine grösseren Mengen oder Mischpakete gekauft werden. Auch sollen die Leute keinen Zwang verspüren, etwas kaufen zu müssen.

«Die Besucher sollen sich im Hofladen wohlfühlen», so Werffeli. «Nur wenn die Einkaufsatmosphäre stimmt und die Produkte schmecken, können wir die Kunden langfristig an uns binden.» Deshalb nimmt sie sich viel Zeit für die Besucher und informiert sie detailliert über die Produkte.

Fleisch und Wein – das passt gut

In der näheren Umgebung haben Werffelis mehrere Tafeln platziert. Auf diesen informieren sie potenzielle Kunden über ihr Angebot und Spezialles rund um den Hof. Den Inhalt tauscht die Bäuerin regelmässig aus. «Es braucht viel Zeit. Aber der Mehraufwand lohnt sich definitiv.» Vor allem die begeisterten Kunden motivieren sie jeden Tag aufs Neue.

Damit die Vermarktung erfolgreich laufe, müssten ein gutes Konzept und stets neue Ideen her. Davon ist Werffeli überzeugt. Auch ein vielseitiges Angebot sei von Vorteil. Und so bieten sie in ihrem Hofladen nicht nur Kalbfleisch, sondern auch hofeigenen Wein und Produkte von anderen Landwirten an.

Den Wein bauen sie für die Volg Kelerei und die Staatskellerei Zürich auf 2.5 ha an. «Der Verarbeiter bestimmt die Sorte, und wir liefern die Trauben», erklärt Werffeli. «Einen Teil verkaufen wir dann in unserem Laden.»

Nadine Maier



Fotos: Maier

Nicole Werffeli ist stolz auf ihr Stallkonzept, die Pferde wirken auch zufrieden.