

FRISCHE FELDPOST

Viele Menschen wünschen sich Äpfel, Salat oder Fleisch direkt vom Bauernhof. Doch der Weg zum nächsten Hofladen ist manchmal lang. Michael und Anita Reichmuth vom Biohof Fluofeld bringen dank der Zusammenarbeit mit Gebana Hofprodukte nach Hause.

— Text Michael Lütcher Fotos Jorma Müller

Michael und Anita Reichmuth führen den Biohof Fluofeld in Oberarth SZ in dritter Generation.



Sorgfältig: Michael Reichmuth kontrolliert die Erdbeerbefelder für das nächste Jahr.

Palettenweise steht frisch geerntetes Gemüse und Obst vor und in der Scheune. Zwetschgen, Kartoffeln, Rübli, Fenchel. Die alten, hochstämmigen Apfelbäume rund um den Hof tragen schwer an den vielen Früchten.

Auf dem Biohof Fluofeld in Oberarth SZ herrscht Erntezeit. Hubstapler und Rollis rumpeln beladen über den Asphalt. Was gestern geerntet wurde, muss heute auf den Weg zu den Konsumentinnen und Konsumenten. Wie denn? Am besten so direkt wie möglich.

Bauer Michael Reichmuth, 45, tigert hektisch über den Platz zwischen den Gebäuden, Baseballmütze und Sonnenbrille auf, das kabellose Telefon im einen Ohr. Seine Frau Anita, 47, begrüsst das Reporterteam von der «Schweizer Familie».

«Am Nachmittag geht die Lieferung an die Migros weg», sagt sie und zeigt auf einen Stapel von Kisten. Jeden Tag liefert der Biohof Gemüse, Obst oder Kartoffeln an die Migros Zentralschweiz, welche die Lebensmittel unter dem Label «Aus der

«Der Direktverkauf ist aufwendig. Das darf man nicht unterschätzen. Aber der Aufwand lohnt sich.»

Michael Reichmuth,
Landwirt

Region. Für die Region» anbietet. Rund ein Drittel der Ernte wird auf diesem Weg verkauft.

Was passiert mit der restlichen Ernte? Einerseits fahren die Reichmuths jede Woche an die Wochenmärkte von Brunen, Einsiedeln und Luzern. Andererseits verkaufen sie im eigenen Hofladen und verschicken gemischte Gemüse- und Obstpakete an Kunden in der ganzen

Schweiz – in Zusammenarbeit mit der Handelsfirma Gebana.

Direktverkauf unter Druck

Vom Hof direkt zur Kundschaft. Einen Kopfsalat, einen Kürbis, Eier und Milch beim Bauern zu kaufen – diese Möglichkeit löst bei vielen Konsumenten positive Gefühle aus. Denn: Wer ist vertrauenswürdiger als jene, die ihre selbst produzierten Lebensmittel anpreisen? So ist es nicht erstaunlich, dass während der Coronapandemie, dieser Zeit grossen Misstrauens, Hofläden und Gemüsepakete direkt ab Hof einen beispiellosen Aufschwung erlebten. Diese Art des Einkaufens passte perfekt, als Restaurants und Grenzen geschlossen blieben und die Freude am Selberkochen neu entdeckt wurde.

Seither haben sich die Prioritäten vieler Haushalte verschoben. Der Direktverkauf von Äpfeln und Rübli, Käse und Wurst ist in die Krise geraten. Die Firma Farmy, die seit 2014 bäuerliche Produkte



Sommerlich:
Von Juli bis
Oktober
ergänzen
Peperoni
das Gemüse-
angebot.



Heimisch: Die
ersten Ranten
sind schon im
Juni bereit für
die Ernte.

Aromatisch: Fenchel
ist äusserst beliebt.
Jede Woche gehen
rund 1000 Kilo des
würzigen Gemüses
vom Hof.



Ihre Produkte direkt zu verkaufen, ist für Bauern verlockend. Denn statt nur die Hälfte wie beim Detailhandel gehört ihnen der gesamte Verkaufspreis. Doch: «Der Direktverkauf ist aufwendig. Das darf man nicht unterschätzen», sagt Michael Reichmuth. «Das Gemüse und Obst muss kühl gelagert werden. Es braucht Leute für den Verkauf. Und geeignete Fahrzeuge.» Fährt er auf den Markt, beginnt er um 4.30 Uhr, die Ware in den Wagen zu packen. Irgendwann am späten Nachmittag ist er zurück. «Aber der Aufwand lohnt sich.» Und Anita Reichmuth schwärmt: «Am Markt verkaufen ist wunderbar: Man plaudert mit den Leuten und erhält von ihnen ein Feedback zu den Produkten.» An den Wochenmärkten verkaufen die Reichmuths das zweite Drittel ihrer Ernte. Auf mehreren Beinen stehen, um möglichst unabhängig zu sein, lautet das Ziel des Ehepaars.

Das dritte Standbein, also das letzte Drittel verkaufen, ist der kniffligste Teil. Dazu gehört der Hofladen – ein hübsch

eingerrichtetes Lokal mit verglasten Kühlschränken und Bedienung –, der an fünf Tagen geöffnet ist. Und der Paketversand.

Mit Gebana bis vor die Haustür

Die Reichmuths verschicken gemischte Pakete mit Obst und Gemüse an rund 500 Adressen in der ganzen Schweiz – alternierend jede zweite Woche eine Hälfte der Sendungen. Diesen Versand führt der Biohof Fluofeld im Auftrag der Zürcher Firma Gebana aus, die einen riesigen Kundenstamm hat. «Wir hätten niemals so viele Interessenten finden können», sagt Anita Reichmuth. «Um nur 30 Pakete zu verschicken, würde sich der Aufwand nicht lohnen.»

Gebana ist eine bemerkenswerte Firma. «Weltweit ab Hof», lautet ihr Versprechen. Und ihr Chef Christophe Schmidt, 58, sagt: «Wir wollen wie ein Hofladen sein.»

Gebana hat jahrzehntelange Erfahrung in der Direktvermarktung, wobei die Firma ursprünglich nur Früchte und Nüsse →

DAS IST GEBANA

URSPRUNG

Der Name Gebana steht für «Gerechter Bananenhandel». Er geht auf eine Gruppe von Frauen zurück, die sich 1973 in Frauenfeld TG zusammmentaten – aus Empörung darüber, dass Bananen aus Südamerika im Supermarkt viel billiger waren als die Äpfel aus dem Thurgau. Die Frauen wollten, dass die Bananenbauern für ihre Arbeit besser bezahlt würden. Also begannen sie, ihnen die Früchte abzukaufen und diese in die Schweiz zu importieren.

WACHSTUM

Seither hat die Firma, zuerst als Verein und seit 30 Jahren als Aktiengesellschaft, den Handel erweitert: Sie kauft 6900 Bauernbetrieben in Afrika, Lateinamerika, Asien und Südeuropa auch Ananas, Avocados, Mangos, Nüsse, Kakao- und Kaffeebohnen ab, um sie in der Schweiz und der EU direkt zu verkaufen.

FAIRNESS

Das meiste sind Bioprodukte. «Mehr Geld aufs Feld», lautet die Losung. Gebana bezahlt den Bauern Fixpreise – und schüttet am Jahresende zehn Prozent ihres Umsatzes als Prämie aus.

PRODUKTION

Zum Engagement von Gebana gehören auch industrielle Betriebe in Afrika. In Togo produziert die Firma Schokolade, in Burkina Faso verarbeitet sie Cashewnüsse und Mango. gebana.ch



Der Geschäftsführer von Gebana, Christophe Schmidt, will mit seinem Unternehmen «wie ein Hofladen» sein.

aus aller Welt in die Schweiz importierte (siehe Box). Seit ein paar Jahren vertreibt sie auch Schweizer Waren. «Als während der Coronapandemie Restaurants schliessen mussten, kamen Schweizer Bauern auf uns zu und baten uns, ihre Produkte zu vertreiben», erklärt Schmidt. Heute zählen neben dem Biohof Fluofeld rund 100 weitere Bauernbetriebe in der Schweiz zu Gebanas Lieferanten. Zum Angebot gehören Gemüse- und Früchte-Abos, wie jenes vom Fluofeld. Aber auch Einzelbestellungen für saisonales Gemüse und Obst.

Das Besondere an Gebana: Das Unternehmen verkauft nur grosse Mengen. Kisten mit 13 kg Bananen oder Orangen, 20 kg Kartoffeln, 10 kg Äpfeln oder 5 kg Aprikosen. Nüsse und Trockenfrüchte gibt es in 1-kg-Packungen. «Bei kleineren Portionen sind Verpackung und Logistik im Verhältnis zum Inhalt zu teuer», sagt Christophe Schmidt. Er vergleicht die Grosspackungen mit einem eigenen Garten. Wer die Ernte nicht selbst verwerten

«Während der Pandemie baten uns Schweizer Bauern, ihre Produkte zu vertreiben.»

Christophe Schmidt, CEO Gebana

kann, macht mit seinen Nachbarn Tauschgeschäfte. Die Lebensmittel fördern dadurch die Kommunikation wie am Marktstand oder im Hofladen.

Den Reichmuths erlaubt der Verkauf über verschiedene Kanäle auch, Neues auszuprobieren. Rote, orange und gelbe Peperoni, verschiedenartige Auberginen und scharfe Chilis bauen sie schon lange in Folientunneln an. Dieses Jahr kultivierten sie versuchsweise Zuckermais und



Dank der Zusammenarbeit mit Gebana können die Reichmuths viel mehr von ihrem Gemüse verkaufen.



Glückliche Hühner: Freilauf unter Obstbäumen des Biohofs Fluofeld.

Edamame. Die Ernte verwendeten sie für den Familientisch und im Direktverkauf.

Eine Box voller Köstlichkeiten

Denn Spezialitäten sind die Attraktionen des Direktverkaufs. «Niemand käme wegen fünf Produkten in unseren Hofladen», sagt Michael Reichmuth. Dort gibt es auch Rindfleisch. Die Familie hält eine kleine Herde, um die für den Gemüseanbau ungeeigneten Parzellen zu bewirtschaften und um den Mist als Dünger zu verwenden.

Im Angebot sind auch Essig- und Gewürzgurken, Tomatensugo und diverse Konfitüren. Diese produziert der Koch Reto Fust in der hofeigenen Küche aus unförmigen Gurken, überschüssigen Tomaten und Früchten. So lässt sich Foodwaste vermeiden. Im Winter kommen solche Gläser nebst Lagerobst in die Gebana-Box.

Jede Woche, jeweils am Mittwochmorgen, füllen fünf Frauen grosse Kartonschachteln mit sechs bis sieben Gemüse-

und ein bis zwei Früchtesorten: am Tag unseres Hofbesuchs mit frischen, wunderschönen Äpfeln, Zucchetti, Gurken, Radiesli, Lauch, mit Salat und je einem Kolben Zuckermais. Nicht alles passt hinein. «Eier kamen nicht gut an – wortwörtlich», sagt Anita Reichmuth. Zu viele Eier der hofeigenen Hühner gingen beim Postversand zu Bruch. Sie werden nun am Markt und im Hofladen verkauft.

Manchmal ist der direkteste halt noch immer der beste Weg. fluofeld.ch

WEITERE ORGANISATIONEN

Crowdcontainer: Das Unternehmen hat sich dem «gesunden Genuss» verschrieben und vertreibt Gemüse und Obst, aber auch Pasta oder Olivenöl von Kleinbetrieben aus Italien, Spanien, Indien und der Schweiz. crowdcontainer.ch

Grassrooted: Setzt sich für eine gerechtere, sozialere und nachhaltigere Welt ein und organisiert Sammelbestellungen aus Griechenland und Sizilien. grassrooted.ch