

Medienmitteilung

„Wir sind auf das Ostergeschäft vorbereitet.“ – Wie ein landwirtschaftlicher Direktvermarkter die Coronakrise erlebt

Interview mit Stefan Lüdke, Geschäftsführer der Gönntaler Putenspezialitäten GmbH aus dem Saale-Holzland-Kreis in Thüringen

Erfurt, 30. März 2020. Stefan Lüdke ist Geschäftsführer der Gönntaler Putenspezialitäten GmbH mit Sitz im Saale-Holzland-Kreis in Thüringen. Im Gespräch mit Paul-Philipp Braun erklärt er das Prinzip der Bio-Kisten, wieso das Ostergeschäft schwierig wird und was die aktuelle Coronakrise für seinen Betrieb bedeutet.

Herr Lüdke, lassen Sie uns doch erst einmal kurz über Ihren Betrieb sprechen. Wie groß ist er, was macht ihn aus?

Unsere Gönntaler Putenspezialitäten GmbH hat etwa 80 Mitarbeiter, die sich um die Zubereitung und Vermarktung des in der Gönntal-agrar eG aufgezogenen Geflügels kümmern. Jede Woche schlachten wir etwa 1.000 Puten, die wir dann verarbeiten. Im Saisongeschäft von November bis Weihnachten kommen noch etwa 10.000 Gänse hinzu.

Alle fünf Wochen bekommen wir etwa 5.000 Eintagsküken. Die sind dann – wie der Name schon sagt – einen Tag alt und werden im Gönntal 16 Wochen lang aufgezogen. Dann beginnen wir mit der Schlachtung und Verarbeitung.

Was heißt in diesem Zusammenhang Verarbeitung?

Wir erzeugen ganz verschiedene Produkte: Von Hand geschnittene Schnitzel und Putensteaks aus der Keule gehören ebenso zu unserem Sortiment wie Schinken oder Salami. Das alles wird dann zum Teil über unsere eigenen Fachgeschäfte in Jena, Gotha und Weimar, unseren Hofladen, auf Wochenmärkten oder auch den Einzelhandel vertrieben. Außerdem beliefern wir Mensen und Restaurants und haben mit Buffet:ok einen Bio-Kisten-Lieferdienst. Hauptgeschäft des Buffet:ok ist allerdings die Versorgung von Kitas und Schulen mit warmen Mahlzeiten.

Die aktuelle Corona-Krise geht an keinem spurlos vorbei. Wie ist das bei Ihrem Unternehmen?

Unsere Vermarktungsstruktur ist so, dass wir viele Abnehmer aus unterschiedlichen Branchen haben. Bis vor wenigen Wochen haben wir noch die Mensen des Studierendenwerks Thüringen beliefert, die haben jetzt ihren Betrieb eingestellt. Auch Krankenhäuser zählen zu unseren Kunden. Weil dort nun Betten freigehalten werden, macht sich auch bei uns dort ein Umsatzrückgang bemerkbar. Zu unseren Kunden zählen auch viele Restaurants, die jetzt geschlossen sind und keine Ware benötigen. Zuwächse gibt es allerdings bei der Belieferung des Lebensmitteleinzelhandels, dort wird derzeit mehr Ware geordert.

In unseren eigenen Geschäften schwankt der Umsatz hingegen sehr. Während sich die Leute vor zwei Wochen noch eingedeckt haben, sah es in der letzten Woche weniger gut für uns aus. Da hatten wir einen Umsatzeinbruch von fast 50 Prozent.

Wie kommt das? Sind die Leute nach der ersten Woche satt?

Ich denke, das liegt vor allem daran, dass die Innenstädte inzwischen relativ leer sind und wenige Menschen in der Stadt unterwegs sind. Wir haben in jedem Geschäft einen eigenen Imbiss, in dem wir Essen kochen und wo auch vor Ort Speisen verzehrt werden konnten. Das ist jetzt nicht mehr möglich.

Sie bedienen auch Wochenmärkte. Wie sieht es dort aus?

Nach wie vor sind wir auf verschiedenen Wochenmärkten präsent und verkaufen dort auch gut. Außer in Apolda – der wurde vom Krisenstab der Stadt geschlossen. Diese Entscheidung ist für mich absolut nicht nachvollziehbar, aber wir müssen es akzeptieren.

Die aktuelle Situation ist aber nicht nur wirtschaftlich, sondern vor allem gesundheitlich angespannt. Wie schützen Sie sich selbst und auch Ihre Mitarbeiter in dieser Zeit?

Wir versuchen so gut es geht einen Abstand zueinander zu halten und im Betrieb müssen alle Mitarbeiter Mundschutz und Einweghandschuhe tragen. Außerdem reinigen wir inzwischen mehrfach täglich die Türen und Türklinken mit Desinfektionsreiniger. Grundsätzlich ist aber wichtig zu wissen, dass die Fleischverarbeitung in Deutschland schon vor Corona sehr hohen Hygienestandards unterlag. Die behalten wir jetzt natürlich umso mehr bei.

In wenigen Tagen steht das Osterfest an. Wie gestaltet sich ihr Geschäft mit Blick auf diese Zeit?

Das ist derzeit nicht kalkulierbar. Wir wissen nicht, wie die Verbraucher reagieren, ob sie sich noch einen Osterbraten kaufen oder einfach das Geld behalten und sparen. Das lässt sich im Moment nur sehr schwer abschätzen.

Aber wir sind auf das Ostergeschäft vorbereitet. Wir fangen aber erst einmal ganz normal an zu schlachten und werden dann entscheiden, wie der Abverkauf ist und wie wir es weitergestalten.

Was heißt das genau, dass Sie auf das Ostergeschäft vorbereitet sind?

Wir arbeiten mit zwei Schäfereien zusammen, bei denen wir 250 Lämmer vorbestellt haben. Die haben sie extra für uns zurückbehalten und nicht an den Händler verkauft. Wir hoffen nun, dass die Nachfrage dafür auch kommt.

Und wenn ich mir mein Fleisch nicht bei Ihnen abholen kann, weil ich zum Beispiel zu einer Risikogruppe gehöre?

Dann haben wir einen Lieferservice. Den haben wir jetzt sogar ausgebaut. Denn während Schulen und Kindergärten geschlossen haben, hat unser Buffet:ok freie Kapazitäten, um unsere Produkte zusammen mit den Bio-Kisten zu den Kunden zu bringen. Die Nachfrage nach Bio-Kisten hat sich nahezu verdoppelt.

Was muss ich mir unter so einer Bio-Kiste vorstellen?

In einer Bio-Kiste können verschiedene Produkte, wie Brot, Gemüse, Obst, Müsli oder Milchprodukte aus kontrolliertem biologischem Anbau bestellt werden. Soweit wie möglich beziehen wir von regionalen Erzeugern, packen die Kisten entsprechend den Kundenwünschen und liefern dann direkt nach Hause.

Wenn Sie in der aktuellen Situation einen Wunsch äußern dürften, welcher wäre es?

Zunächst einmal wünsche ich mir, dass die Kunden weiterhin in unsere Geschäfte kommen, unsere Mitarbeiter gesund bleiben und außerdem – auch wenn ich nicht glaube, dass dies so schnell in Erfüllung geht – dass möglichst bald ein Impfstoff gegen Corona gefunden wird.

Vielen Dank für das Gespräch und bleiben Sie gesund!

Über die Initiative Heimische Landwirtschaft

Die Initiative Heimische Landwirtschaft ist ein Zusammenschluss von Landwirten, die der Gesellschaft zeigen wollen, wie Landwirtschaft heute funktioniert. Sie setzt sich mit verschiedenen Maßnahmen für mehr Wertschätzung für heimische Lebensmittel und die Arbeit der Landwirte ein. Durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit soll Aufklärungsarbeit geleistet und Vertrauen zwischen Verbraucherinnen und Verbrauchern und landwirtschaftlichen Erzeugern geschaffen werden. Gegründet im Jahr 2011 von Landwirten aus Thüringen, haben sich der Initiative Heimische Landwirtschaft heute fast 1.500 große und kleine, konventionell und ökologisch arbeitende Landwirtschaftsbetriebe aus ganz Deutschland angeschlossen.

heimischelandwirtschaft.de

facebook.com/HeimischeLandwirtschaft

facebook.com/HeimischeHoflaeden

instagram.com/heimischelandwirtschaft

Gern stellen wir Ihnen auf Anfrage Bildmaterial und ein Logo zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der Berichterstattung zur Verfügung.

Medienkontakt:

Evelyn Zschächner

Leiterin Kommunikation und Marketing

Heimische Landwirtschaft UG (haftungsbeschränkt)

Alfred-Hess-Straße 8

99094 Erfurt

E-Mail: e.zschaechner@heimische-landwirtschaft.de

Telefon: + 49 (361) 26 25 33 30

Mobil: + 49 (151) 12 39 25 91