

Geld verdienen mit dem "fünften Viertel"

Immer mehr Anbieter von Barffutter tummeln sich inzwischen im Markt. Was passiert da gerade auf der Anbieterseite? Darüber haben wir vom Branchen forum mit Heiko Bächle gesprochen.

"Das Barfen ist ja im Moment in aller Munde. Da mögen sich viele Produzent jetzt ein Stück abschneiden und springen auf das Thema auf. Es stehen im Markt aber nur begrenzte Mengen an Rohwaren zur Verfügung. Das treibt im Beschaffungsmarkt ganz zwangsläufig die Preise in die Höhe" - so beobachtet es Heiko Bächle, Mitinhaber der Bächle GmbH und ihrer Marke "Die Futtermacher" in Villingen-Schwenningen.

Rohware für Barffutter ist knapp

Barfen ist begehrtlich - und schon beginnt im Markt mancherorts wieder das Tricksen: Wo Hersteller an hochwertige Barffutterzutaten nicht mehr herankommen, beobachtet Bächle, verwenden sie in der Futterproduktion dann eben billiges Separatorenfleisch und abgepresstes Knochenfleisch." Sie mischten minderwertige Ware unter und könnten dann auch preislich ganz anders verhandeln. Bächle: "Dem Hund ist das egal, der frisst das alles. Aber bei 4,50 Euro für die Tagesmahlzeit, guckt sein Besitzer inzwischen genauer darauf, was da alles im Futter ist." Dass Barfer inzwischen gerne stückige Ware kaufen läge nach Auffassung Heiko Bächles genau mit daran: am sehen wollen, was man füttert. Er sagt: "Ich kann die Kunden verstehen. Unsere Philosophie ist es ja selbst, ein ehrliches, sauberes Produkt abzuliefern. Wenn man dafür ein faires Geld verlangt, muss auch das Produkt fair sein. Wir erarbeiten deshalb reines Muskelfleisch."

Über die zahlreichen Zwischenhandelswege von Barffutterzutaten, habe sich im Markt "so etwas wie eine Subkultur gebildet, die den Barfproduzenten bedient", erlebt Heiko Bächle. Das Unternehmen Bächle aber, habe keine Beschaffungsprobleme bei Rohwaren. Es arbeite seit drei Generationen mit Schlachtern zusammen, kaufe direkt bei Schlachthöfen ein. Am Markt neue Barffutterproduzenten hingegen, hätten nicht immer diesen direkten Zugang zu einem Schlachtbetrieb. Dann kaufen sie indirekt, beim Zwischenhandel. Heiko Bächle: "Die Schlachthöfe haben längst gemerkt, was da los ist. Die gehen nun tiefer in die Wertschöpfung hinein. Sie kriegen an Schlachtnebenprodukten ja inzwischen so gut wie alles verkauft."

In der Schlachterbranche liest sich das dann so: Händler von Schlachtnebenprodukten kaufen dem Schlachthof das "5.

Viertel des Tieres" ab. Damit verdienen die Schlächter "richtig Geld", berichtet Bächle.

Apropos Geld: "Für Hundehalter ist der Barffutterpreis inzwischen weit oben. Damit stößt die breite Preisakzeptanz inzwischen an seine natürliche Grenze", beobachtet Heiko Bächle und befürchtet: "Wenn ihnen das Barfen zu teuer wird, können Kunden auch wieder vom Thema abspringen. Also gehen einige Hersteller eben her und machen ihr Barffutter billiger, indem sie eine Mischkalkulation rechnen und minderwertigere Zutaten rezeptieren." Aus Bächles Sicht, werde sich daher auf der Anbieterseite in Sachen Qualität "die nächsten Jahre die Spreu vom Weizen trennen". Seine Begründung: "Hundehalter entscheiden sich für das Barfen aus Gründen der Tierernährungsqualität. Entsprechend hoch, ist ihr Anspruch an die Qualität von Barffutter. Wer die nicht liefert, ist bald aus dem Rennen."

Bächle - (fast) alles aus eigener Hand

Die Bächles arbeiten in einer Art "geschlossenem System" und sehen darin "unsere Stärke". Sie kaufen Rind, Lamm und Geflügel direkt am Schlachthof, in frischer Qualität, "unmittelbar nach der Schlachtung". Sie holen die Rohware mit eigenem Fuhrpark selbst ab, verarbeiten sie und bedienen auch ihre Einzelhandelskunden mit eigenem Fuhrpark. Jede Woche geht Ware in den 200 Kilometer-Radius um Villingen-Schwenningen, werden Barffutter von den "Futtermachern" aus dem Schwarzwald ins Allgäu, in die Ostschweiz, nach Hannover und Berlin geliefert. Räumlicher Absatzschwerpunkt ist das bevölkerungs- und hundereiche Nordrhein-Westfalen. Lange Wege in den Markt, aber kurze zum Hersteller - das ist Heiko Bächle sehr wichtig: "Von allen unseren Leistungen für den Fachhandel, geben wir nicht viel in fremde Hand ab. 80 Prozent unserer Einzelhändler beliefern wir selbst. Die haben alle die Telefonnummern unserer Fahrer. Wenn etwas ist: Direkte Absprache, eine Lösung finden - und fertig."

Interessant auch Bächles sukzessive Marktdurchdringung: "Wir machen wenig Werbung. Wir definieren uns über das Produkt. In Gebieten in denen wir bis dato noch nicht waren, durchdringen wir den Markt aber relativ flott. Unsere Marke ist am POS optisch sehr präsent. Deswegen macht sie unter den Barfern schnell die Runde. Wir haben ja vielerorts die Möglichkeit, unsere Produkte mit anderen in der Truhe zu vergleichen. Da erleben wir oft, dass im unmittelbaren Vergleich miteinander der Kunde dann zu unsere Qualität greift."

Barffuttermittel seit den Achtzigern

Die Bächles sind Produzenten gleichsam der ersten Stunde. Seit 1984 bereits, stellen sie BARF-Produkte für Hunde her - die eigene Marke, aber auch Eigenmarken. Der Großvater von Heiko Bächle bereits, handelte nach dem Krieg Felle sowie Knochen für die Produktion von Gelatine. In zweiter Generation erweiterte danach Heiko Bächles Vater den fortgeführten Handel um den mit Innereien.

Die Bächles seien schon immer "Rohfütterer aus Überzeugung" gewesen, sagt Heiko Bächle. Ermuntert von einem Geschäftspartner und Doggenzüchter, entwickelte Seniorchef Wilfried Bächle 1984 die ersten Barfprodukte, als Grundsteine des heutigen Sortiments von "Die Futtermacher". "Erst ein, zwei, drei Sorten - dann haben wir viele Jahre lang nur Barfbausteine verkauft, wie Pansen oder Muskelfleisch. Vor zehn Jahren dann, habe ich damit angefangen, vollwertige Barf-Menüs zu produzieren, als Vollnahrung für Hunde. Und zwar in einer Qualität, "die ich guten Gewissens meinem eigenen Hund geben würde", so Bächle gegenüber dem Branchen forum - "Ich will ein ehrliches Produkt machen, nicht nur eines allein des Umsatzes wegen." Grund für diesen Schritt, waren Futterunverträglichkeiten seines Jagdhundes gewesen, die nach der Futterumstellung auf Barf verschwanden.

Die zunehmende Digitalität der jüngsten Vergangenheit, habe die rasante Verbreitung des Themas Barfen unter den Hundebesitzern wesentlich unterstützt, sagt Heiko Bächle: "Das Thema Barfen hat im Internet und seinen Foren in den letzten Jahren wieder einen Boom erfahren. Die Rohfütterung an sich wurde ja schon praktiziert, weit bevor man sie so nannte. Wer als Shopbetreiber ernsthaft hinter dem Thema steht, macht damit auch seine Umsätze. So umfangreich das Internet inzwischen geworden ist, sind Zoofachhändler heute ja schon nahezu gezwungen, das Thema Barfen für sich aufzunehmen."

Handelsperspektive 2018

Was muss der Fachhändler zum Thema Barfen in 2018 wissen und berücksichtigen, haben wir vom Branchen forum Heiko Bächle abschließend gefragt. Seine Antwort: "Nun ja, man kann den Trend Barfen nicht neu erfinden. Dem Barfer ist es wichtig, mit dem Futter für seinen Hund ein Beutetier zu simulieren. Das ist die Grundvoraussetzung für ordentliches Barffutter. Ansonsten, geschieht im Markt derzeit viel über die Verpackungen: leichte Portionierbarkeit und dergleichen. Gefrorene Wurst ist die derzeit günstigste Variante, Barffutter anzubieten. Wir haben uns bei Die Futtermacher dazu entschieden, wenig Geld für unsere Verpackungen auszugeben. Wir konzentrieren uns stattdessen lieber gezielt auf die Inhalte darin."

Heiko Bächle gibt Zoofachhändlern die dringende Empfehlung, für ihre Kunden kompetente Ansprechpartner im Laden zu benennen: "Die beratenden Mitarbeiter im Verkauf müssen sich echt auskennen. Praxiswissen entscheidet. Barffutter ist

beratungsintensiv und verkauft sich nicht von allein. Im Idealfall sollte pro Laden mindestens ein Ernährungsberater für Hunde im Hause sein."