Wenn das Rind per Internet aufgeteilt wird

Mit der Online-Plattform Cowfunding soll die Direktvermarktung von Fleisch aus der Region vorangebracht werden. Der Kopf hinter Cowfunding ist der Jungunternehmer und Nebenerwerbslandwirt Moriz Vohrer aus Münstertal.

Bild: Bossert

Regionalkoordinator Stephan Schleith (links) und Firmengründer Moriz Vohrer wollen die Fleischvermarktung per Internet ankurbeln.

Wenn man erklären will, was Moriz Vohrer macht, dann purzeln die englischen Begriffe nur so daher: Cowfunding ist ein klassisches Start-up-Unternehmen, dessen Gründer einen Co-Working-Space in Freiburg nutzt und sich viel mit Software beschäftigt. Und Blogs sind ein wichtiges Marketinginstrument für die Firma.

Nun einmal alles auf Deutsch: Cowfunding – wörtlich übersetzt Kuhfinanzierung – ist abgeleitet vom Begriff Crowdfunding. Dieses wiederum bedeutet, dass eine Vielzahl von Leuten – die „Crowd" (Menge) – ein Projekt mit jeweils überschaubaren Anteilen für den Einzelnen finanziert, meist läuft das über das Internet.

Das ganze Tier

Vohrer lässt auch eine Menge von Leuten finanzieren, aber eben das Fleisch eines Rindes. Auf der Internet-Plattform wird das Rind quasi als ganzes Tier angeboten und die Kunden melden ihr Interesse an einzelnen Teilen davon an. Das sind dann Fleischpakete. Wenn genügend Interessenten zusammengekommen sind, kann das Tier geschlachtet werden.

Das Fleisch wird bei der Zerlegung in Päckchen à 400 Gramm aufgeteilt und die Kunden bekommen aus diesen Päckchen zusammengesetzte Pakete. Sie können wählen zwischen drei Größen: Das Paket in Größe S enthält 3,25 Kilo Fleisch, bei M sind es 6,5 Kilo und bei L 10 Kilo. Grundsätzlich sind es Mischpakete, weil die Vermarktung des ganzen Tieres Grundsatz ist. Geschlachtet wird ausschließlich bei einer Metzgerei in Wittnau-Biezighofen bei Freiburg. Das Fleisch wird nicht nach Hause geliefert, sondern an einem Treffpunkt in Freiburg übergeben. Wenn die Kunden nicht zu einer vereinbarten Zeit dort sein können, wird das Fleisch dort in die Kühltruhe gelegt und kann später abgeholt werden. Bezahlt wurde vorher schon im Internet.

Cowfunding ist Vohrers Firma. Ihre Rechtsform ist die uG, eine Art GmbH ohne Eigenkapital, die mit dem Ziel startet, irgendwann in eine „richtige" GmbH umgewandelt zu werden. Vohrer hat Forst- und Umweltwissenschaften studiert und betreibt am Schauinsland einen kleinen Nebenerwerbsbetrieb mit Schafen. Er hat Konzept und Software für Cowfunding entwickelt, das er als „assistierte Direktvermarktung" bezeichnet. Seine Software hilft Fleischdirektvermarktern, ihre Produktion zu kalkulieren und ihre Abläufe bei der Direktvermarktung von Fleisch besser zu managen. Die Software sei auch grundsätzlich für alle Fleischdirektvermarkter nützlich, erklärt Vohrer.

Ferner hat er einen Internet-Auftritt für das Projekt programmiert. Wenn man sich diesen ansieht (*www.cowfunding-freiburg.de*), wird klar, wer die Zielgruppe für das Fleisch ist: junge Menschen, die in der Stadt wohnen, wissen wollen, wo ihre Lebensmittel herkommen, und eher zu den zahlungskräftigen Leuten gehören. Cowfunding hat eine Mission, wird ganz oben auf der Website mitgeteilt, sie heißt: „Gutes Fleisch von glücklichen Tieren." Vohrer will Stadt und Umland zusammenbringen und eine Wertegemeinschaft zwischen Erzeugern, Cowfunding und den Kunden schaffen.

Auch andere Städte im Blick

Mit Freiburg soll das Ganze starten. Er hat aber weitere Städte im Blick, um die herum weitere regionale Cowfunding-Projekte entstehen könnten: Offenburg, Karlsruhe oder Heidelberg nennt er als Beispiele. „Regionalität ist für mich, wenn die Leute in der Stadt den Namen des Dorfes kennen, aus dem das Tier kommt", erklärt der Jungunternehmer. Mindestens drei regionale Cowfunding-Projekte brauche es, damit sich Softwareentwicklung und -pflege lohnen.

Im Frühjahr gab es einen Testlauf. Der verlief Vohrer zufolge sehr positiv. Drei Viehanhänger voll an Rindern wurden vermarktet. Ein Viehanhänger mit zwei Rindern, das ist die Größe, in der Vohrer denkt, dem kleine Betriebe am Herzen liegen.

Noch im August soll es nun richtig losgehen. Hilfreich ist dabei die Förderung durch das Biosphärengebiet Südschwarzwald, das Cowfunding voraussichtlich mit rund 27 000 Euro unter die Arme greift. Vohrer hat eine 30-Prozent-Stelle geschaffen, die Stephan Schleith als Regionalkoordinator besetzt. Schleith soll Kunden aktivieren und für den Kontakt zwischen Landwirten und Kunden sorgen, zum Beispiel, indem er einen Blog schreibt. Man müsse gute Geschichten erzählen können, sagt Vohrer. Mit Vorderwäldern und Hinterwäldern als alten Nutztierrassen gehe das natürlich besser als mit anderen Rassen, wobei keine Rassen von vornherein ausgeschlossen seien. Bio-Landwirtschaft ist ebenfalls nicht Bedingung.

Wie sieht die finanzielle Seite aus? Die Preise setzen die Landwirte selbst. Vohrer schlägt vier Stufen zwischen 59 und 89 Euro Endverbraucherpreis pro S-Paket mit 3,25 Kilo Fleisch vor, in einer dieser Preiskategorien kann sich der Betrieb selbst einordnen. 100 Prozent des Tieres im Sinne von Cowfunding schließt die Innereien, die Knochen und die Zunge nicht mit ein. „Wenn wir das mitvermarkten können, ist es ein Plus, aber deswegen warten wir nicht mit der Schlachtung, wenn für das restliche Tier die Bestellungen komplett sind", erklärt Vohrer. Den Metzger für die Schlachtung und Verpackung muss der Landwirt bezahlen.

Cowfunding erhält 30 % vom Umsatz für die Regionalkoordination und die Software. Vohrers Einschätzung zufolge kommen für die Erzeuger Erlöse heraus, die deutlich über der amtlichen Notierung liegen, wobei es natürlich stark auf die Einordnung in die Preiskategorien ankomme.

Nicht nur Rinder

Bei Cowfunding stehen die Rinder – vom Absetzer bis hin zum Ochsen – im Vordergrund, aber Lämmer und Schweine können ebenso vermarktet werden. Für Lämmer sucht Vohrer für die Startphase noch Betriebe. Die Lieferanten für die Rinder in der Startphase hat er schon beisammen. Bis Ende 2017 will Vohrer es schaffen, dass zwei Rinder pro Woche an insgesamt rund 500 Kunden vermarktet werden.

Interessierte Lieferanten – sei es bei Lämmern oder Rindern – können sich über die Internet-Seite melden, allerdings sollten sie – der Förderung wegen – aus dem Biosphärengebiet Südschwarzwald kommen. bos

https://cowfunding-freiburg.de/mitmachen/landwirte/