

Erfolg für Milch und Fleisch

Die Konzepte der Milch- und Fleischwirtschaft haben oft starke Gemeinsamkeiten – ein Erfolgsbaustein ist die Rückbesinnung auf bäuerlich-handwerkliche Herstellungsverfahren

Die Geschichte der **Käse-rebellen** geht auf das Jahr 1860 zurück. Wo heute knapp 40 Millionen Euro Umsatz erzielt werden, verkästen vor mehr als 150 Jahren vier Bauern gemeinsam ihre Milch im Keller des Dorfgasthauses. Die traditionelle Arbeit der Bauern, genauer gesagt der „Heumilchbauern“, ist auch heute noch Basis des Erfolgs. Heumilch, das bedeutet für die Rebellen Verzicht auf Silagefütter und Gentechnik.

Heumilch verbessert die Produktsicherheit des Käses und noch deutlicher seinen Geschmack. Die Parallelen zur Fleischwirtschaft sind deutlich erkennbar: Die Reduzierung der zugelassenen Zusatzstoffe ist ein zentrales Fleischer-Thema. Und, was bei der Milch „Heumilch“ heißt, könnte man beim Fleisch „Warmbrät“ nennen. Die zugehörige Haltungssysteme der Tiere würden Fleischfachleute als Mutterkuhhaltung bezeichnen.

Fair Trade in den Alpen

Der Inhaber der Käse-rebellen, Sepp **Krönauer**, selbst Heumilchbauer und Käsemeister, weiß, warum die Geschichte und der Geschmack des Heumilchkäses begeistern. Zum Beispiel bringen die ökologischen Vorteile dieser bäuerlich-handwerklichen Wirtschaftsweise auch ein Plus im Bereich Nachhaltigkeit: Durch den Verzicht auf Importfuttermittel und einen attraktiven Mehrpreis für die Bauern ist Heumilchkäse ein Stück bauern- und klimafreundlicher Fair Trade in der Alpenregion. Jeder Fleischermeister freut sich über dieses Konzept der Käse-rebellen, weil es im Fleischbereich genauso funktioniert: Die Fleischqualität wird wesentlich vom Futter der Tiere und der Haltungssysteme bestimmt.

Das sowohl bei Milch als auch Fleisch funktionierende Marketing-



Heumilchbauer und Käsemeister Sepp Krönauer steht an der Spitze der Käse-rebellen, Kooperationspartner ist Dennis Peters von Winweb (v. l.)



konzept wird klar erkennbar: Der gute Geschmack und das gute Gewissen schaffen gemeinsam eine Begeisterung für das Produkt, die dann an der Bedientheke zu Mehrumsätzen führt.

Wie funktioniert ein derart erfolgreiches Unternehmen intern? Im Wareneingang sind jährlich 28 Millionen Kilogramm Heumilch von insgesamt 290 Bauern zu erfassen, so Marketingleiter Matthias **Köpf** und IT-Leiter Tino **Winterhalter** bei einem Betriebsrundgang. Daraus werden dann im Laufe eines Jahres 2.800 Tonnen Heumilchkäse. Der Vertrieb geht direkt an 25 Geschäfte, die im Franchisesystem sowie als eigene Läden geführt werden. Weitere Vertriebswege sind der Onlinehandel mit rund 15.000 Endverbrauchern und der klassische Großhandelsweg zu Supermärkten, Fleischer- und Feinkostgeschäften.

Die Software, die all das seit dem Jahr 2002 steuert, heißt winweb-food. Seither ist das Unternehmen um das etwa Achtfache gewachsen und in sei-

ner Struktur komplexer geworden. Und genau hier zollt IT-Leiter Winterhalter seinem Softwarepartner Anerkennung: „Unser System war auf dieses Wachstum schon eingestellt. Normalerweise braucht ein stark gewachsenes Unternehmen auch eine ganz andere Softwarelösung.“

Der Kundenswerpunkt des Anbieters **Winweb** aus dem deutschen Aldenhoven im Rheinland liegt in der Fleischverarbeitung. Ist Käse nicht ein ganz anderes Geschäft? Der Netzwerkadministrator Tino Winterhalter, selbst gelernter Metzger und „Betriebswirt Fachrichtung Fleisch“, muss schmunzeln: „Die tierischen Lebensmittel Fleisch und Käse haben viele Parallelen, sowohl technologisch wie auch hinsichtlich des Vertriebs über den Handel und besonders hinsichtlich des Verkaufs an der Bedientheke.“

Vor allem aber ist die Software eines Spezialanbieters aus der Fleischbranche schon auf die Einhaltung wichtiger gesetzlicher Vorschriften



Dass alle Peripheriegeräte an die Software angeschlossen sind, ist bei den Käse-rebellen seit zwölf Jahren sicherer Standard

ausgelegt. Als Stichworte nennt Winterhalter, der aus einer renommierten Metzgerdynastie im Südschwarzwald stammt, die lebensmittelhygienerechtlichen Vorschriften und den Verbraucherschutz. So ist die Chargenrückverfolgung eine wichtige Anforderung, die Gesetzgeber, Handel und Verbraucher bei Milch- und Fleischzeugnissen gleichermaßen stellen.

Chargenrückverfolgung

Dennis **Peters**, Winweb-Vertriebsleiter, kennt aus vielen Beratungsgesprächen die steigende Bedeutung der Chargenrückverfolgung: „Gerade bei den größeren handwerklichen und industriellen Fleischverarbeitern wird Chargenrückverfolgung nicht nur zum Erfordernis für die Erfüllung von Gesetzesvorschriften und betrieblichen Eigenkontrollen. Immer mehr geht es auch darum, mit einem starken Sicherheitsversprechen im Wettbewerb zu punkten. Die Winweb-Kunden profitieren davon, dass die Transparenz

eines Unternehmens zu einem wichtigen Erfordernis unserer Zeit wird.“

Bei der Frage, was denn für die Investition ausschlaggebend war, stößt man auf die Verbindung „Käse und Fleisch“. Tino Winterhalter erläutert: „Der frühere Geschäftsführer des Unternehmens Schwarzwaldfleisch und der Inhaber der Käse-rebellen, Sepp Krönauer, kennen sich seit vielen Jahren persönlich. So stand am Anfang die Erfahrung eines zufriedenen Anwenders von Winweb-Food aus dem Fleischbereich.“

Heute ist vieles, was die integrierte Unternehmenssoftware leistet, zur alltäglichen Selbstverständlichkeit geworden. „Als das System bei uns 2002 implementiert wurde, war die reibungslose Anbindung der Etikettierung direkt aus dem Warenwirtschaftssystem heraus schon eine Revolution“, erinnert sich IT-Leiter Tino Winterhalter, der damals als externer Berater im Unternehmen arbeitete.

RED/GEMPEL