

HOF direkt

Die Zeitschrift für Direktvermarkter

Büffel aus der Box

65 Wasserbüffel zählt die Herde von Martina und Martin Grob aus Allmannshofen im Landkreis Augsburg. Die Landwirte vermarkten Fleisch und Wurst und machen die „Schwabenbüffel“ zur Marke.



Martina und Martin Grob bei der täglichen Herdenkontrolle. Tochter Sissi wächst mit den Büffeln auf. Fotos: F. Schildmann

► „Die haben die Ruhe weg.“ Schon als Student hat sich Martin Grob bei einer Reise nach Rumänien in die sanften, asiatischen Wasserbüffel verguckt. 2014 wagten Martina und Martin Grob aus Allmannshofen im nördlichen Landkreis Augsburg, beide aufgewachsen auf den elterlichen landwirtschaftlichen Betrieben, dann mit sechs Büffeln und 4 ha Wiese den Schritt in die Selbstständigkeit. Heute beweiden 65 Büffel 50 ha Grünland und seit drei Jahren läuft der Betrieb im Vollerwerb. Von ihrem ursprünglichen Plan, Büffelmilch und -käse zu erzeugen, sind die Neugründer schnell wieder abgerückt. Die Tiere beweiden fast ausschließlich Feuchtwiesen, was das Melken auf der Weide schwer macht.

Der Name ist Programm: Wasserbüffel kommen sehr gut auf nassen Standorten zurecht und nutzen gerne die Suhle.



Also fiel die Entscheidung auf die Fleischvermarktung.

Die Betriebsgründer halten 24 Mutterkühe. Die Kälber bleiben vier bis sechs Monate bei ihren Müttern, werden dann abgesetzt und getrennt nach

Bullen und Färsen weiter aufgezogen. Mit etwa zwei Jahren kommen sie zur Schlachtung und bringen dann rund 250 kg Schlachtgewicht auf die Waage. Die Fahrt zum Metzger dauert nur zehn Minuten und der Transport erfolgt mit dem eigenen Anhänger, den die Tiere

HOF direkt

Die Zeitschrift für Direktvermarkter

von Weideumtrieben kennen. Nach der Schlachtung hängt das Fleisch zunächst eine Woche beim Metzger ab, bevor es zerlegt und vakuumiert wird. Im eigenen Kühlanhänger reift das Fleisch noch eine Woche nach. In dieser Zeit gehen die Vorbestellungen ein. Schlachttermine, Bestellzettel und Abholtermine stehen auf der Homepage, auf Insta & Co. und liegen in ihrem SB-Hofladen aus.

Die stressfreie Schlachtung und der angepasste Reifeprozess bedingt die sehr gute Fleischqualität. Alle vier bis sechs Wochen wird geschlachtet, rund 20 Tiere pro Jahr. Büffel Fleisch ist zart, saftig und mit nur geringem Fettanteil. Es hat schnell seine Fans gefunden und „mittlerweile übersteigt die Nachfrage das Angebot“, freuen sich die Büffelhalter. Im Winter sind Rouladen und Gulasch gefragt, im Sommer Steaks (unter anderem american cuts) und natürlich Patties. Die Preise liegen zwischen 20 €/kg für Hackfleisch oder Brust, Steaks kosten 45 €/kg, edles Filet 65 €/kg, das 5-kg-Fleischpaket mit Steaks, Braten, Gulasch und Suppenfleisch 100 €. „Uns ist es wichtig, das ganze Tier

zu verwerten“, betonen die Landwirte. Deshalb kochen sie aus den Knochen beispielsweise Büffel Fond, den sie über ihren Hofladen vermarkten.

SB-Hofladen

Trotz der hohen Nachfrage werden immer mal einige Teilstücke nicht verkauft. Vor Corona wurden daraus Buffelburger, mit denen Martina und Martin Grob auf Streetfoodfestivals und Veranstaltungen unterwegs waren. Das geht ja bekanntlich nicht mehr und deshalb reifte die Idee eines Hofladens. Ihr „Hof“ ist allerdings ein Einfamilienhaus mitten im Wohngebiet. Kein guter Standort für regelmäßigen Kundenverkehr. Im 3 km entfernten Nachbarort Nordendorf mieteten sie deshalb direkt an der Hauptstraße ein 30 m² großes Ladenlokal mit Lagerraum und Gewerbeküche. Mitte April dieses Jahres eröffneten Martina und Martin Grob die Büffelbox – als Selbstbedienungshofladen mit Vertrauenskasse (was bisher sehr gut funktioniert) und Karten- sowie PayPal-Bezahlungsmöglichkeit. Die Einrichtung in Palettenoptik ist

selbst entworfen und gebaut. Drei Videokameras sind zum Schutz vor Diebstahl und Vandalismus installiert. Ein automatischer Türöffner entriegelt morgens um 6 die Tür und verschließt sie um 22 Uhr. Rund 7 000 € stecken in Einrichtung und Ausstattung des Geschäfts. Das Ladenlokal ist für 10 Jahre gemietet, mit Kündigungsmöglichkeit. Mit einem gemieteten Ladenlokal haben Grobs kein Problem. „Das bedeutet für uns weniger Risiko“, sind sie überzeugt.

Das Sortiment bietet alles für den täglichen Bedarf: natürlich die eigenen Produkte wie Büffel Fleisch, frisch und gefroren, Büffelwurst oder Eier, dazu Kartoffeln, Milch und Käse, Eis, Getränke, alles von Berufskollegen oder aus regionaler Herstellung. Donnerstags gibt es frisches



Das Ladenlokal liegt in Nordendorf direkt an der Hauptstraße.



Passend zum schwarzen Büffel Fell sind die Wände der Büffelbox schwarz gestrichen. Ab donnerstags steht auf dem Palettentisch frisches Obst und Gemüse. „Das bringt Frequenz“, weiß Martin Grob.



Die Regalboxen stammen aus dem Baumarkt. Das Büffellogo zielt die Rückwand.

HOF direkt

Die Zeitschrift für Direktvermarkter



Obst und Gemüse. Dann sind die Direktvermarkter auch selbst im Laden.

Sechs Tiere – sechs Striche

Martina Grob war Produktmanagerin in einer Molkerei, Martin Grob im Marketing bei einem Landtechnikhersteller. Beide wissen um den Wert einer Marke und deshalb ziehen sie ihre eigene, die „Schwa-



Das vorbestellte Fleisch kann zu festen Terminen in der Büffelbox abgeholt und bezahlt werden.



benbüffel“ konsequent durch. Wer sich bei einem bayerischen Betrieb über den Namen wundert: Augsburg ist quasi die Hauptstadt des bayerischen Schwabens. Zurück zum Logo: Der Büffelkopf besteht aus sechs Strichen. „Weil wir mit sechs Tieren angefangen haben“ erklärt Martin Grob. Wer genau hinschaut erkennt, dass die Nüstern des Büffels ein kleines „m“ sind – „für Martina und Martin“. Das Logo ist stets präsent, im Hofladen, auf Schildern und Etiketten, auf Flyern, online und sogar auf dem Familienauto.

In ihrer Region sind die Schwabenbüffel eine Marke und deshalb sind die Existenzgründer zuversichtlich, dass auch ihr nächstes Projekt erfolgreich wird: die digitale Büffelbox. Der Laden in Containergröße wird gerade gebaut. Gleichzeitig tüfteln die Direktvermarkter mit einem IT-Experten an einer App. Zugang und Warenkorb basieren auf QR-Codes. Jedes Produkt erhält einen eigenen Code, den der Kunde mit seiner App scannt. Am Ende steht der Gesamtpreis, der über verschiedene Online-Bezahlverfahren beglichen werden kann. Einen Standort an einer vielbefahrenen Umgehungsstraße hat Martin Grob schon ins Auge gefasst und er ist optimistisch, die erforderliche Genehmigung zu bekommen. Im Herbst soll es so weit sein: Die Büffelbox geht digital. ◀

Ute Heimann

Das Logo zieht sich konsequent durch: auf dem Kühlschrank, den Deckeln oder als Sicherheitsverschluss.

BETRIEBSSPIEGEL

Betriebsleiterfamilie

Martina (30) B.sc. Ernährungs- und Versorgungsmanagement, Martin Grob (34) B. sc. Agrarwissenschaften, Sissi, 7 Monate

Lage

Allmannshofen im nördlichen Landkreis Augsburg, Bayern, Betriebsstandort ist ihr Einfamilienhaus

Betrieb

50 ha Grünland, Feuchtwiesen, 95 % im Naturschutzgebiet, ausschließlich Pachtflächen, Mutterkuhherde mit 24 Kühen und 2 Bullen plus Nachzucht, im Jahresverlauf 65 -75 Tiere, 250 Sussex-Hühner, Zweinutzungshuhn

Produkte

eigene Produkte: Büffel Fleisch und -wurst als Pakete oder einzeln abgepackt, Büffelschädel, Büffelfelle (auf Bestellung), Eier, Nudeln, Fruchtaufstriche, Sirup, Büffel-BBQ-Soße, Dinkelprodukte wie Mehl oder Grieß (Martin Grobs Bruder baut Dinkel an)

Zukauf von regionalen Erzeugern: Kartoffeln, Obst und Gemüse, Milch, Joghurt, Käse, Eis, Getränke – Sortiment für den täglichen Bedarf

Vermarktung

SB-Hofladen Büffelbox, etwa 3 km vom Betriebsitz entfernt

Öffnungszeiten

täglich von 6 bis 20 Uhr

[www.](http://www.schwabenbueffel.de)

[schwabenbueffel.de](http://www.schwabenbueffel.de)

