

Genuss aus der Flasche

Direktvermarkter / Gebrannte Wasser sind die Spezialität von Fritz Berger aus Fahrni bei Thun.

FAHRNI Die Türe am Hofladen von Fritz Berger ist fest verschlossen und das mit gutem Grund. Im Laden lagern wahre Schätze. Weil die erst ab 18 Jahren gekauft werden dürfen, gibt es keine Selbstbedienung. «Bitte klingeln», steht an der Türe des Hofladens. Während die Kunden warten, können sie die herrliche Aussicht auf das bernische Steffisburg, Thun und die Berner Alpen geniessen. Wer dem Nebel im Mittelland entkommen will, der ist mit einem Ausflug nach Fahrni gut bedient. So sind es oft Touristen, die sich hier mit gebranntem Wasser eindecken.

Stets neue Sorten

«Viele Kunden kommen spontan, aber meine Mutter oder ich sind meistens da und können unser Sortiment vorstellen», erklärt Fritz Berger. Er mag das persönliche Gespräch und erklärt den Kunden gerne seine Schnäpse, lässt sie degustieren. Vor 20 Jahren hat er den Hof von den Eltern übernommen und seither betreibt er neben der Milchwirtschaft mit 12 Simmentalerkühen etwas Ackerbau und den Hofladen. Das Sortiment an Schnäpse ist in dieser Zeit laufend grösser geworden. Über 40 Sorten in kleinen, mittleren und grösseren Flaschen stehen in den Regalen, feinsäuberlich aufgerieht. «Die Zeiten, wo man den Schnaps in der leeren Spritelflasche für 25 Franken je Liter verkauft hat, sind heute vorbei», erklärt Berger lachend mit Blick auf seine schmucken Fläschchen, die mit klaren, braunen und cremigen Schnäpse gefüllt sind. Beschriftet sind sie mit kreativen Etiketten. Um die zu einem erschwinglichen Preis drucken zu können, hat er sich selber einen Drucker zugelegt. Damit kann er auch Autoaufkleber herstellen, womit er sich ein weiteres Standbein aufgebaut hat.

Eigene Rohstoffe

Die meisten Rohstoffe für die Schnäpse wachsen an den Hochstammbäumen, die auf dem Hof in Rachholtern (Fahrni) stehen. Kirschen, Zwetschgen, Äpfel sorgen für die klassischen Schnäpse. Aber in der Destillerie von Fritz Berger landen auch Exoten wie blaue Kartoffeln oder Topinambur. Noch viel grösser ist die Aromenvielfalt bei den Likören.



Fritz Berger bietet in seinem Hofladen im bernischen Fahrni zahlreiche Schnaps- und Likörsorten an. Hier kaufen die Kunden etwas Besonderes, das sie so nirgendwo sonst bekommen. (Bild Daniela Joder)

Da sind der Fantasie kaum Grenzen gesetzt. Lavendel, Banane, Schokolade, Caramel, Blumen oder einfach nur Kräuter, Fritz Berger hat sie alle im Sortiment. Und hat ein Kunde einen speziellen Wunsch, dann erfüllt er ihn gerne. Oder er tut selbst eine neue Sorte aus.

Andenken für Touristen

Was die Kunden mögen, ist dabei schwer planbar. «Von den Likören mache ich darum immer nur ein paar Liter und füllt nur relativ wenige Flaschen ab, denn das Abfüllen und Etikettieren ist eine rechte Arbeit, die ich lieber nicht umsonst machen will», betont Fritz Berger. Seine Schnäpse verkauft er nicht nur im Hofladen, sondern auch an Messen oder an Wiederverkäufer. «Besonders in Tourismusgebieten im Berner Oberland lassen sich die Schnäpse gut verkaufen, da sie ein ‚gängiges‘ Mitbringsel sind», weiss Berger aus Erfahrung.

Eine Traumblase

Seit kurzem hat Fritz Berger den Agrotourismus auf den eigenen Hof geholt. Zwei Jungunternehmer haben bei ihm ein Bubble-Zelt, genannt Star-Suite, aufgestellt. Ein Bett unter einer transparenten Kuppel, die bei Nacht den Blick aufs Mittelland und den Sternenhimmel erlaubt. «Letzten Herbst war die Bubble

fast jede Nacht ausgebucht», so Berger erfreut. Buchen können die Gäste online beim Anbieter Adventury. So hat Berger keine Arbeit mit den Gästen, aber ein paar Kunden mehr, die in seinem Laden einkaufen. Und wer zu Hause merkt, dass er noch mehr von den bunten Schnäpse aus dem Berner Oberland verkosten möchte, der kann den grössen Teil des Sortiments online bestellen. Auf Wunsch sind auch Meringue-Spezialitäten, die Berger selber backt, Dörrbohnen oder verschiedene Risotto erhältlich. Spätestens im Frühling gibt es jedoch einen guten Grund, warum die Kunden persönlich nach Fahrni kommen, dann bietet Berger nämlich bunte Kartoffeln, Topinambur und Stachys-Knollen zum Pflanzen an.

Keine Gratisarbeit

Doch das Hauptgeschäft und die wahre Leidenschaft sind Schnäpse. «Ab und zu hören wir, dass unsere Brände zu teuer seien», erzählt Fritz Berger. Seine Produkte seien jedoch für Geniesser und nicht für Vieltrinker und ob man nun abends ein Glas Roten oder einen Likör trinke, dieser Genuss dürfe etwas kosten. «Wir wollen und können nicht mit Billigprodukten aus dem Grossverteiler konkurrieren», betont Berger. Der Hofladen sei nicht der Ort, um Geld zu

sparen, sondern, um etwas Besonderes zu kaufen, das man so nirgendwo bekomme. «An Märkten sehe ich oft Produkte, die zum Warenwert verkauft werden. Oder das Grosi deckt jedes Konfiglåsli mit einem dekorativen Stofftüchlein, verkauft es dann für 3,50 Franken, da es für die eigene Arbeit schlachtweg nichts verrechnet», erzählt er.

Langfristig denken

Wer Direktvermarktung mache, der müsse genau rechnen. Dazu gehöre auch der Abschreiber auf den Ladenräumlichkeiten, die Altersvorsorge und bei den Bränden natürlich die Steuern. Mit gegenseitiger «Unterbierei» bei den Preisen mache man nur den Markt kaputt. «Momentan erleben wir einen wahren Boom an Hofläden und die Leute kaufen gerne dort ein. Sollen diese Läden aber auch längerfristig bestehen, dann müssen sie sich rechnen und die langen Präsenzzeiten sich lohnen», rät der erfahrene Direktvermarkter. Dazu gehöre auch, dass man sich überlege, was denn einmal sei, wenn das Grosi nicht mehr die Konfiglåsler verpacke und man jemandem dafür einen Lohn bezahlen müsse. *Daniela Joder*

Weitere Informationen:
www.spezberger.ch

SCHLACHTVIEHMÄRKTE BERN KW 2

Kategorie	Klassierung	Anzahl	Ø-Erlös Fr./kg LG	Ø-Erlös Fr./kg SG	Differenz Schatzung Fr./kg LG
VK Kühe	C	1	5.45	10.09	0.65
Total 208	H	5	4.88	9.38	0.18
	T+	7	4.82	9.64	0.34
	T	40	4.59	9.56	0.37
	T-	45	4.38	9.31	0.41
	A	48	4.09	8.90	0.12
	1X	31	3.76	8.36	0.63
	2X	18	3.28	7.63	0.53
	3X	13	3.17	7.74	0.70
JB Jungvieh	alle	105	7.26		0.88
RV Jungkühe	alle	23	4.65	9.32	0.37
MT Muni	alle	8	5.73	10.68	0.49
MA Muni	T-	1	4.60	8.68	0.45
OB Ochse	alle	31	6.52	11.68	0.72
RG Rinder	alle	31	5.36	10.05	0.22

Quelle: Berner Bauernverband

SCHLACHTVIEHMÄRKTE APPENZELL

Kategorie	Klassierung	Anzahl	Ø-Schatzung Fr./kg LG	Ø-Erlös Fr./kg LG	Ø-Erlös Fr./kg SG
Rinder RG	alle	12	5.09	5.39	
Kühe VK	T3	13	4.25	4.76	9.91
Total 63 Tiere	T4	9	4.10	4.76	9.92
	T2	2	4.25	4.68	9.74
	-T3	6	4.00	4.49	9.56
	-T2	11	4.00	4.46	9.49
	-T1	5	3.90	4.22	8.98
	A1	9	3.50	3.92	8.51
Rinder RV	alle	7	4.39	4.64	
Muni MT	-T3	1	4.90	5.30	
Ochsen OB	alle	2	5.63	6.10	10.19

Markt am 10.1.2022

Quelle: NSG, Nutz- und Schlachtviehgenossenschaft

SCHLACHTVIEHMÄRKTE SARBN KW 2

Kategorie	Anzahl	Ø-Schatzung Fr./kg LG	Ø-Erlös Fr./kg LG	Differenz Fr./kg LG	
VK Kühe	Nidwalden	27	3.93	4.39	0.48
	Obwalden	40	3.77	4.24	0.47
RV Jungkühe	Nidwalden	2	4.54	4.74	0.20
RG Rinder	Nidwalden	2	4.75	4.75	0.00
	Obwalden	3	5.50	5.67	0.17

Quelle: Bauernverband Obwalden und Nidwalden

SCHLACHTVIEHMÄRKTE SARGANS

Kategorie	Klassierung	Anzahl	Schatzung	Ø-Erlös Fr./kg LG	Differenz Fr./kg LG
Kühe VK	T3	16	4.24	4.66	0.42
Total 80 Tiere	-T3	7	3.99	4.39	0.40
	A2	7	3.65	4.11	0.46
	A1	8	3.50	4.02	0.52
	1X1	6	3.10	3.58	0.48
Ochsen OB	alle	23	5.44	5.54	0.10
Muni MT	-T1	1	4.80	4.80	0.00
Rinder RV	alle	17	4.28	4.74	0.46
Rinder RG	alle	22	5.49	5.60	0.11
Jungvieh JB	alle	4	5.93	5.93	0.00

Markt am 11. Januar 2022

Quelle: NSG, Nutz- und Schlachtviehgenossenschaft

SCHLACHTVIEHMÄRKTE HERISAU

Kategorie	Anzahl	Ø-Schatzung Fr./kg LG	Ø-Erlös Fr./kg LG	Mehrerlös Fr./kg LG	Ø-Erlös je Tier in Fr.
Kühe VK	58	4.00	4.41	0.41	2939.58
Rinder RG	5	5.37	5.51	0.14	3142.90
Rinder RV	4	4.10	4.36	0.26	2557.52
Ochse OB	1	5.30	5.65	0.35	3864.60

Markt vom 10. Januar 2022

Quelle: NSG Nutz- und Schlachtviehgenossenschaft

Quark gegen Hartkäse

Käsemarkt / Die Exporte sind um 8,4 Prozent gestiegen. Es wird aber auch mehr importiert.

Käseimporte und -exporte, Januar bis November

