



Fotos: Gierse-Westermeier

## Bei Borchardt geht's um die Wurst

**Geschäftsidee** Andreas Borchardt bringt seine Schweine selber zum Schlachten. Das Besondere: Er nimmt sie danach wieder mit nach Hause. Die Familie vermarktet das Fleisch über den eigenen Hofladen und den Wochenmarkt ausschließlich selbst.

**M**ittwochs und donnerstags herrscht geschäftiges Treiben in der „Gläsernen Wurstküche“ von Borchardts Bauernladen in Duderstadt. Andreas Borchardt verarbeitet zusammen mit seinem Mitarbeiter Tino Golembewski das Fleisch der eigenen – zuvor im Eichsfelder Zentralschlachthof in Heiligenstadt geschlachteten – Schweine, zu Wurst und anderen Spezialitäten.

Acht bis zehn Schweine gibt die Familie jede Woche zum Schlachthof. Vor etwa sieben Jahren entschieden sich die Betriebsleiter Konstanze und Andreas Borchardt, das Fleisch ihrer Schweine nicht mehr über den Handel, sondern ausschließlich direkt zu vermarkten. Der hohe Preisdruck war einer der Gründe, der zu der Umstrukturierung führte. Aber den Ausschlag gab letztendlich die Vision, den Herstellungsprozess von Fleisch transparenter zu gestalten. In Borchardts Bauernladen erhält der Kunde ausschließlich Produkte, die auf dem eigenen landwirtschaftlichen Betrieb hergestellt werden. Auf Zukauf-

produkte verzichtet Familie Borchardt völlig. „Wir möchten authentisch sein“, erklärt Konstanze Borchardt.

### Transparenz bis zur Küche

Dennoch ist die Auswahl üppig: Neben den typischen Eichsfelder Wurstspezialitäten findet der Kunde auch hausgemachte Dosenwurst und Konserven. Selbstgefertigte Rouladen oder Gulasch vervollständigen das Sortiment ebenso wie Eier und daraus hergestellte Liköre. „Gelegentlich zweifeln Kunden daran, dass wirklich alle Produkte

aus eigener Herstellung sind“, sagt die gelernte Bürokauffrau schmunzelnd. In solchen Fällen verweist die Betriebsleiterin auf das Schaufenster zur „Gläsernen Wurstküche“. Dort kann jeder Interessent direkt zusehen, wie das Fleisch verarbeitet wird, und sich selbst von der eigenen Herstellung überzeugen. Auf dem Betrieb Borchardt leben drei Generationen. Alle packen tatkräftig mit an. Konstanze Borchardt ist gelernte Bürokauffrau und kümmert sich um die Buchhaltung und die Vermarktung. Ihre Schwiegermutter Hilde unterstützt

sie dabei tatkräftig. Andreas Borchardt hat zwei Berufe erlernt: den des Schlachters und den des Landwirts. Sein Aufgabenfeld umfasst die Wurstverarbeitung, den Ackerbau und die Versorgung der Tiere. Die zwei Söhne Jeremias (17) und Justin (15) helfen nach der Schule ebenfalls mit. Jeremias absolviert seine Ausbildung als Landwirt, und für Bruder Justin steht der Berufswunsch auch schon fest: Genau wie sein Vater möchte er die Lehre zum Schlachter absolvieren. Beide sehen ihre Zukunft im Betrieb.

Gestärkt wird das Team von Borchardts Bauernladen durch vier Halbtagskräfte sowie einen Mitarbeiter in der Landwirtschaft und einen Mitarbeiter in der Wurstverarbeitung. Die Idee der transparenten Wurstverarbeitung entstand spontan: 1996 eröffnete Familie Borchardt ihren ersten Hofladen in einem kleinen Raum des Wohnhauses. Schon damals war die Schlachtung ausgelagert. Ein Teil der Schweine wurde noch über den Handel vermarktet. Das Fleisch für den Hofladen verarbeitete Andreas Borchardt im Keller.

Mit der Zeit kamen immer mehr Kunden. Größere Gruppen konnten aufgrund des ge-



**Durch das Fenster** können sich Hofbesucher ein Bild von der Schweinehaltung machen.

◀ **Das Team von Borchardts Bauernladen:** Hilde Borchardt, Mitarbeiter Daniel Burchard, Andreas und Konstanze Borchardt und Mitarbeiter Tino Golembewski (v.l.).

ringen Platzangebots im Laden nicht gleichzeitig einkaufen. Für Konstanze Borchardt war klar: Es muss sich etwas ändern!

### Offenheit zählt

Die Direktvermarkter funktionierten die bestehenden Altgebäude zu einem großzügigerem Hofladen sowie einer direkt anliegenden, großen Küche um. Mit der Erweiterung der räumlichen Kapazitäten entwickelte sich auch der Leitgedanke, den Kunden Landwirtschaft näherzubringen. „Wir hatten damals ein großes Hoftor, das immer verschlossen war. Das war unser größter Fehler“, erinnert sich Andreas Borchardt. Mit dem neuen Konzept will Familie Borchardt mehr Transparenz schaffen. Das Hoftor wurde abgeschafft und ein großes Fenster in die Wurstküche eingebaut. Auch die Fenster des Schweinestalls, der direkt an den Innenhof des Betriebs angrenzt, gestalteten Andreas und Konstanze Borchardt um. Nun kann jeder Besucher die Fenster von außen öffnen und einen Blick in den Strohhof werfen. „Die Schweine sind sehr neugierig und kommen immer sofort zum Fenster. Besonders für Kinder ist das toll“, erzählt Hilde Borchardt schmunzelnd.

Familie Borchardt ist klar: Ohne die Eigenvermarktung wäre diese alternative Haltungform nicht möglich. „Wenn wir über den Handel vermarkten würden, müssten wir auf Masse produzieren, um davon leben zu können“, sagt der Betriebsleiter. Auch wenn er seinen Betrieb konventionell bewirtschaftet, hielt Andreas Borchardt seine Schweine schon immer auf Stroh. Werbung hat der Betrieb Borchardt trotz abgelegener Lage am äußersten Rand einer Wohnsiedlung in Duderstadt nie groß betrieben. Die Gestaltung einer Internetseite sowie das Auslegen einiger Flyer sind die einzigen Maßnahmen, die

die Borchardts treffen. „Das meiste geht über Mund-zu-Mund-Propaganda, das ist die beste Werbung“, sind sich die Betriebsleiter einig. Das scheint zu funktionieren: Neben dem normalen Betrieb empfängt die Familie regelmäßig Busgruppen sowohl aus der Region als auch von außerhalb auf ihrem Hof. Sie reisen an, um einzukaufen, aber auch um „Landwirtschaft zu erleben“. Dazu arbeitet Familie Borchardt mit zwei Reiseunternehmen zusammen, die den Hofbesuch in ihre Veranstaltungsprogramme aufnehmen.

Um die damit steigende Anzahl an Personen auf ihrem Betrieb gleichzeitig unterbringen zu können, errichteten die Direktvermarkter eine Remise, in der bis zu 60 Personen Platz finden. Dort werden die Besuchergruppen begrüßt und über den Betrieb und die Produktionsabläufe informiert. Anschließend lädt Konstanze Borchardt die Gäste ein, sich in Ruhe auf dem Hof umzusehen. „Uns ist es wichtig, dass sich jeder sein eigenes Bild machen kann. Wir möchten einen Bezug zum Herstellungsprozess unserer Produkte schaffen.“ Die Kunden von Borchardts Bauernladen haben größtenteils keinen landwirtschaftlich geprägten Hintergrund. Trotzdem spähen nur vereinzelte Kunden durch das Fenster zur Wurstküche. „Allein die Möglichkeit, bei der



**Konstanze Borchardt** berät ihre Kundschaft gern. Sie schätzt den Kontakt zu ihren Kunden und freut sich über jedes Feedback.

Produktion zuzuschauen, reicht aus, um beim Kunden Vertrauen zu schaffen“, ist sich Konstanze Borchardt sicher. Neben den Schweinen auf Stroh hält Familie Borchardt auch Freilandhühner auf nahegelegenen Grünflächen. Diese sind in einem sogenannten Hühnermobil untergebracht, das alle zwei Wochen umgesetzt wird. Die komplette Eigenvermarktung stellt Familie Borchardt gelegentlich vor neue Herausforderungen. So lassen sich kleine Eier beispielsweise schlecht vermarkten. Hilde und Konstanze Borchardt überlegten sich eine Strategie, diese trotzdem attraktiv anbieten zu können. Abend für Abend probierten sie in der Küche aus, bis endlich das perfekte Rezept für den hauseigenen Eierlikör entstand. „Wir mussten die verschiedenen Kreationen natürlich auch probieren, so dass wir oft leicht

beschwipst zu Bett gingen“, sagt die Betriebsleiterin lächelnd. Die beiden Frauen sind froh, dass sie einen Weg gefunden haben, die kleinen Eier nicht wegwerfen zu müssen.

### Zukunftspläne

In naher Zukunft will Familie Borchardt die Schweinemast erweitern. Dazu soll ein Offenstall gebaut werden, in dem die Schweine ebenfalls auf Stroh stehen. Auch hier sollen die Kunden die Möglichkeit haben, die Tiere beobachten zu können. Andreas Borchardt möchte außerdem selber auf dem Hof schlachten, wenn sein Sohn Justin die Lehre als Schlachter abgeschlossen hat.

Die stetige Betriebsentwicklung bringt ein hohes Investitionsvolumen mit sich. Andreas Borchardt weiß, dass er dieses nicht stemmen könnte, wenn er das Fleisch seiner Schweine über den Handel vermarkten müsste. Der Landwirt weiß die Unabhängigkeit durch die Direktvermarktung zu schätzen. Dennoch gilt: Bis die fertige Wurst in der Kühltheke liegt und verkauft werden kann, muss eine Menge Arbeit erbracht werden. Die verschiedenen Arbeitsbereiche Landwirtschaft, Fleischverarbeitung und Direktvermarktung müssen gut koordiniert sein. Das erfordert ein hohes Maß an Organisation. Trotzdem freuen sich die Betriebsleiter, ihre Berufung gefunden haben: „Wir erhalten regelmäßig positives Feedback unserer Kunden und werden bestätigt in dem, was wir tun. In welchem Job ist das heute noch normal?“, fragen Konstanze und Andreas Borchardt.

Kirsten Gierse-Westermeier

## Borchardts Bauernladen

- **Bewirtschaftung eines konventionellen landwirtschaftlichen Betriebs** mit 70 ha Ackerland und drei Hektar Grünland (Wintergerste, Winterweizen und Raps)
- **300 Mastschweine auf Stroh und 500 Hühner in Freilandhaltung**
  - je nach Saison weitere Geflügelarten
- **Hofladen:** mittwochs bis samstags geöffnet, zusätzlich Mittwoch und Samstag Wochenmarkt in Duderstadt
- **Besonderheiten:** vollständige Eigenvermarktung, Gläserne Wurstküche, Catering für Besuchergruppen und Familienfeste in der Remise

**Kontakt:**  
 Borchardts Bauernladen  
 Klingenburgweg 15, 37115 Duderstadt  
 Tel. 05527-3894  
[www.borchardtsbauernladen.de](http://www.borchardtsbauernladen.de)