

Bewusstseinsförderung durch Betriebsführungen

Produktionsabschnitt: Sauenhaltung / Mast
Land: Niederlande



Berkhout Meat's Ziel ist dem Endverbraucher ein leckeres Stück Fleisch direkt vom Produzenten anzubieten. Dabei sollen die Erwartungen durch den persönlichen Bezug des Konsumenten zum Produkt übertroffen werden. Das Projekt wurde nach dem Markennamen Berkhout benannt.

Tage der offenen Tür mit Betriebsführungen, Rundgängen und Fahrradtouren fördern das Vorhaben, es ermöglicht dem Konsumenten einen ehrlichen und vertrauensvollen Einblick, dass Berkhout sich um seine Tiere mit Leidenschaft und Erfahrung kümmert.

Die Lösung – Gute fachliche Praxis

Bis jetzt hat Berkhout in die Etablierung der Marke durch Verpackung und Marketing, Schaffung von Absatzkanälen und Konferenzräumen sowie der Etablierung von Skyboxen (virtuelle Lösungen), um Führungen im Betrieb möglich zu machen ohne die Biosicherheit zu gefährden, investiert. Ziel war immer die Neugier des Konsumenten zu wecken, mehr über den Sektor und das Berkhout Schwein zu erfahren. Eine Zusammenarbeit mit Puur Brabant garantiert Berkhout ein Alleinstellungsmerkmal und den Verkauf in Hofläden. Viele Menschen bilden sich eine negative Meinung über den Schweinesektor. Betriebsführungen und eine offene Herangehensweise ermöglichen es, seine individuelle Geschichte darzustellen. Berkhout ist stolz auf das, was sie aufgebaut haben und freuen sich es den Konsumenten vorzustellen.

Zu berücksichtigen und Zusätzliche Informationen:

Elemente der Führungen wurden sorgfältig ausgewählt, um eine angemessene Biosicherheit der Tiere, des Personals und der Besucher zu gewährleisten. Dazu gehören Designelemente der Rundgänge und der Fahrradtouren, sowie die Nutzung der Skyboxen, um den Tierbestand ohne direkten Kontakt zu beobachten. Die Haltungskosten werden durch höhere Verkaufszahlen, den höher wahrgenommenen Wert des Produkts, aber auch durch das Angebot von Erlebnissen ausgeglichen. Der entscheidende Vorteil ist die persönliche und offene Kommunikation, anstatt die Verbreitung negativer Blickwinkel innerhalb der Gesellschaft in Kauf zu nehmen.



Kosten-Nutzen-Analyse:

Umstellungskosten:
Circa. 60.000€ pro Jahr
Gesamtkosten über sechs Jahre:
350.000 €

- Nutzen:**
Einkommen durch Betriebsführungen
- Tag der offenen Tür: Freier Eintritt, Betriebsführung: 15€ pro Person (Erwachsene), 7,50€ pro Person (Kinder bis 4 Jahre)
 - Rundgang: 7,50€ (Erwachsene), 5€ (Kinder bis 14 Jahre)
 - Fahrradtour: 27,50€ (Erwachsene), 15€ (Kinder bis 14 Jahre)

- Nutzen durch Arbeit:**
- Neue Absatzmärkte mit höheren Preisen pro kg
 - Höherer Umsatz 15% erwartet

Basierend auf den oben genannten Daten liegt der jährliche Umsatz durch den zusätzlichen Verkauf von Schweinefleisch bei fast 70.000€ pro Jahr.



Weitere Forschungsprojekte:
<https://eupig.eu/>
Link zum technischen Bericht:
Video - Open Weekend 2019
Kontakt: Jos Peerlings:
jos.peerlings@zltto.nl

