

Leidenschaft für erstklassige Lebensmittel

Naturnahe Landwirtschaft, sorgfältige Verarbeitung und regionale Vermarktung: So hat sich der Schrofen-Hof von Kreuzlingen in den vergangenen 35 Jahren zu einer Anlaufstelle für Fleisch-Gourmets entwickelt. Dahinter stehen Klemenz und Jacqueline Somm mit einem Team von 16 Angestellten und vor allem die Leidenschaft, erstklassige Lebensmittel herzustellen.



1



2



3

1 Grosse Weiden ermöglichen den Tieren ausreichenden Auslauf. Das erhöht die Qualität des «Schrofen-Beef».
2 Blick auf den Schrofenhof oberhalb von Kreuzlingen mit dem Landwirtschaftsbetrieb und dem Hofladen.
3 Erstklassige Fleischerzeugnisse aus eigener Verarbeitung sind Hauptbestandteil des erlesenen Feinkostsortiments.

Meilensteine

- 1947** Gottfried Somm erwirbt zusammen mit seinem Bruder Alex das Schloss Schrofen oberhalb von Kreuzlingen.
- 1953** Fertigstellung des neuen Landwirtschaftsgebäudes. Der Betrieb konzentriert sich auf Milchwirtschaft und Viehhandel.
- 1954** Sohn Bruno Somm übernimmt den Hof.
- 1975** Umstellung auf die landwirtschaftliche Fleischproduktion und Bau eines neuen Maststalls.
- 1988** Klemenz Somm steigt in die Fleischverarbeitung ein.
- 1994** Neubau für die Fleischverarbeitung. Erste Restaurants werden beliefert.
- 1998** Klemenz Somm übernimmt den Betrieb in dritter Generation.
- 2000** Professionalisierung des Fleischverkaufs mit eigenem Verkäufer.
- 2007** Neubau des Hofladens, Ausbau des Personals und der Fleischverarbeitung.
- 2012** Beginn der Wurstherstellung führt zu zusätzlichen Anstellungen.
- 2020** Erstmals wird ein Lernender ausgebildet (Fleischfachmann mit Vertiefung Verarbeitung).
- 2022** Lancierung des Online-Shops.

Nach den Maximalwerten Ende der 1980er-Jahre hat sich der jährliche Fleischkonsum pro Kopf in der Schweiz bei gut 50 Kilogramm eingependelt. Dieses Niveau befindet sich leicht unter dem europäischen Durchschnitt, aber deutlich unter dem Pro-Kopf-Verzehr von Ländern wie Australien oder den USA. «Wir liegen in der Schweiz bei einem vernünftigen Fleischkonsum», beobachtet Klemenz Somm. Der gelernte Metzger ist vor über 30 Jahren in die Fleischverarbeitung eingestiegen und hat sein Geschäft für erstklassige Fleischerzeugnisse kontinuierlich ausgebaut.

Auch wenn der Appetit auf Fleisch in der Schweiz geringer ausfällt als in anderen Ländern, sei die Nachfrage gestiegen, vor allem wegen des Bevölkerungswachstums. «Der Markt wird uns nicht verloren gehen, trotz der berechtigten kritischen Diskussion über den Fleischkonsum», sagt der Unternehmer.

Eine Lebensmittelwerkstatt

Der Schrofen-Hof, den Klemenz und Jacqueline Somm in Kreuzlingen führen, setzt nicht nur auf ein vernünftiges Mass, sondern insbesondere auf eine naturnahe und tiergerechte Landwirtschaft. Ein Teil des beliebten «Schrofen-Beef» erzeugen sie selber, weiteres Fleisch liefern Bauern aus der Region. «Die Haltung der Tiere entspricht in jedem Fall unseren Anforderungen und den Vorgaben der «Besonders Tierfreundlichen Haltung» (BTS)», so das Credo des Unternehmerpaars. Grosse Weiden ermöglichen den Tieren ausreichenden Auslauf. Das soll man schliesslich im Geschmack des «Schrofen-Beef» merken. Auch das nach den Grundsätzen der integrierten Produktion erzeugte Futter, vor allem aus Mais und Getreide, trägt dazu bei. Gelagert und verarbeitet wird das Fleisch in der eigenen Lebensmittelwerkstatt. Edle Rindsnierstücke werden 21 Tage

lang am Knochen gereift. Zartheit und Aroma sollen sich so unverfälscht entwickeln und ein Naturerzeugnis der Extraklasse entstehen lassen, das «dry-aged» Schrofen-Beef. Ein wichtiger Meilenstein war die vor zehn Jahren erfolgte Investition in die hofeigene Wursterei. Damit setzte der Schrofen-Hof einen Kontrapunkt zum industrialisierten Massenfood – geschmackvoller statt immer billiger.

Gastronomie und Private

Zwei Drittel der «Schrofen-Beef»-Produktion gehen heute in die Gastronomie. Die Paragastronomie, Alterszentren, Rehakliniken, aber auch Spitäler oder beispielsweise Mittagstische von Kinderkrippen zählen dazu. Wichtig ist es laut Somm, den ganzen Mix an Fleischprodukten anbieten zu können, vom Gulasch über Geschnetzeltes bis zu Gehacktem, um gerade die Gemeinschaftsgastronomie bedienen und ganze Tiere verwerten zu können.

An Bedeutung gewonnen hat auch der Verkauf an Privatkunden. Ein wichtiger Schritt war 2007 der Neubau des Hofladens, der zeitgemäss die eigenen Fleischerzeugnisse und ein auserlesenes Feinkostsortiment mit Produkten aus der Region präsentiert. Der soeben lancierte Online-Shop soll die Vermarktung weiter fördern.

Anlaufstelle für Gourmets

Ein guter Kundenmix und vor allem der verstärkte Trend in Richtung «second cuts» eröffnen neue Möglichkeiten für die Lebensmittelwerkstatt. «So können wir zu moderaten Preisen ein sehr gutes Stück Fleisch bieten und uns damit gegenüber anderen Anbietern, vor allem Grossmärkten, abheben», illustriert Klemenz Somm. Die wichtigste Voraussetzung in dieser Branche sei die Freude am feinen Essen und

Kochen, am Ausprobieren und Tüfteln. «Wir verstehen uns als Anlaufstelle für Gourmets und sprechen Leute an, die den kulinarischen Genuss suchen.» Gleichzeitig gebe der Schrofen-Hof mit seinen Produkten das Versprechen mit, dass das Fleisch auf eine ökologisch gute Art produziert worden sei. Ökologie bedeute auch, dass mit Holz geheizt, die Abwärme der Kühlanlagen genutzt und rund 50 Prozent des benötigten Stroms aus eigenen Fotovoltaikanlagen gewonnen werden.

Näher zum Endverbraucher

Mittlerweile ist der Schrofen-Hof zu einem Betrieb mit 16 Angestellten angewachsen. Vor zwei Jahren wurde erstmals ein Lernender als Fleischfachmann mit Vertiefung Verarbeitung eingestellt. Inzwischen sind zwei weitere Lernende hinzugestossen, ein zweiter Fleischfachmann und eine Fleischfachfrau mit Vertiefung Feinkost und Veredelung. «Die jungen Leute bereichern unsere Betriebskultur, es gibt andere Gesprächsthemen und vor allem erhält das Handwerk mehr Gewicht», freut sich Klemenz Somm.

Zwei strategische Stossrichtungen habe das Unternehmen von Anfang an verfolgt. Einerseits das Ziel, immer näher an den Endkonsumenten zu gelangen, andererseits die Stärkung der Fertigungstiefe. Wesentliche Schritte auf diesem Weg waren die Wurstherstellung ab 2012 oder die Anstellung eines Kochs, der zum Beispiel Rotkraut, Sauerkraut oder Rehpfeffer zubereitet. Damit sei der Betrieb zwar komplexer und personalintensiver, aber auch wertschöpfungsstärker geworden, bilanziert der Unternehmer.

«Möglichst gute Lebensmittel»

«Das Wachstum hat sich ergeben, wir haben es nicht gesucht, sondern wir haben vielmehr den Zeitgeist getroffen»,

blickt Somm zurück, und er spricht von der Freude, den Betrieb weiterzuentwickeln und Gleichgesinnte zu finden, die die Produkte mit grosser Sorgfalt und Leidenschaft erzeugen, verarbeiten und weitergeben. Auf ein gutes Betriebsklima legt der Unternehmer besonderen Wert, denn «wir wollen als Scharnier zwischen der Landwirtschaft und der Gastronomie ein verlässlicher Partner sein».

Dass das «Schrofen-Beef» günstiger ist als vergleichbare Erzeugnisse beim Grossverteiler, dass nur Premiantiere geschlachtet werden und dass Wurstprodukte ständig besser gemacht werden, gehört zur Unternehmensphilosophie. «Wir wollen möglichst gute Lebensmittel produzieren und möglichst effizient arbeiten, bei bewusst beschränkten Margen.» Dieser Ansatz überzeugt offenbar auch andere Hofläden, Produkte des Schrofens-Hofs zu führen, und bereits lägen auch Anfragen aus dem Detailhandel vor.

Voller Neugier und Freude

Auf seinem unternehmerischen Weg wird der Schrofen-Hof, der als Somm AG firmiert, seit rund 20 Jahren von der Provida AG begleitet. Themen rund um Steuern und Lohnbezüge, aber auch Revisionsdienstleistungen und die Unterstützung bei strategischen Fragen stehen dabei im Vordergrund. Als «aussergewöhnlich gut» beurteilt Somm zudem die Mitwirkung von Provida-Vertreter Michael Arndt als Verwaltungsrat. Absatz- und Personalsorgen kennt der Unternehmer keine, und er dürfe sich auf ein hervorragendes Team verlassen. In naher Zukunft werde eine Nachfolgelösung anstehen, ist sich Somm bewusst. Er will auch nach 35-jähriger Tätigkeit weiterhin voller Neugier und Freude zur Arbeit gehen, zum Beispiel dann, wenn er seinen Wurstfachmann während dessen Ferien vertritt und am sogenannten Blitz Brät herstellt.



Klemenz Somm
Geschäftsführer/Inhaber

Somm AG

Fleisch & Comestibles
Schrofen
Langhaldenstrasse 45
8280 Kreuzlingen

T +41 (0)71 688 63 93
verkauf@schrofen.ch
www.schrofen.ch