

IM GESPRÄCH MIT **ELFRIEDE MAYER**



Schon über 20 Jahre ist es her, als Elfriede Mayer zusammen mit ihrem Mann Josef begonnen hat, die ersten Fruchtzubereitungen an Schulmilchlieferanten zu verkaufen und so den Grundstein für unser heutiges Unternehmen gelegt hat. Bis voriges Jahr wurden wir von ihr auch lange, nachdem sie in Pension gegangen ist, tatkräftig unterstützt. Anlässlich ihres 80. Geburtstags, den sie heuer im April feiert, haben wir mit ihr ein Interview geführt.

Frau Mayer, Sie sind jetzt ganz offiziell im Ruhestand, geht Ihnen die Arbeit im Unternehmen ab?

Ich bin froh, dass Silvia und Andreas übernommen haben und alles in unserem Sinne und zur Zufriedenheit der Kunden weiterführen. Da brauche ich mich um nichts mehr kümmern und kann meine Hobbies, den Garten und das Töpfern, genießen.

Wie war das damals in den 90er Jahren als Sie und Josef Mayer das Unternehmen gegründet haben?

Zu dieser Zeit wurden viele Molkereien geschlossen und mein Mann, der lange Zeit Molkereimeister in Weiz war, wurde gekündigt. Dann mussten wir uns was einfallen lassen, wie es weitergeht. Wir hatten ja auch vier Kinder und ich war bis zu diesem Zeitpunkt bei den Kindern daheim. Mein Mann hat dann schließlich Arbeit als Berater bei verschiedenen Unternehmen gefunden und ich bekam das Angebot Vertreterin für Schulmöbel und Lernspiele zu sein.

Die Bauern wollten damals die Schulmilchproduktion selbst in die Hand nehmen, wussten aber nicht, wie sie das anstellen sollten. Von der Landwirtschaftskammer aus wurde dann eine Sitzung einberufen, zu der auch mein Mann eingeladen wurde. Er hat sich dort vorgestellt

und gesagt, was er macht und die Bauern hatten den Vorschlag, dass er das mit den Fruchtzubereitungen für die Schulmilch übernimmt, da er als langjähriger Molkereimeister schon Erfahrung damit hatte. Und so hat das begonnen und dann ist daraus unser Unternehmen entstanden. Es war damals alles neu, sowohl für uns als auch für die Schulmilchbauern.

Welche Werte waren für Sie im Unternehmen wichtig?

Unser oberstes Ziel war, dass die Kunden zufrieden sind, dass sie gute Ware geliefert bekommen und daraus etwas Gutes machen können. Wir haben immer gewusst, dass wir ein Qualitätsprodukt haben und wir haben die Kunden auch persönlich beraten, manchmal sogar die Ware persönlich zugestellt. Das haben sie geschätzt und uns durch Mundpropaganda weiter empfohlen.

Was, würden Sie sagen, waren schwierige Zeiten im Betrieb und wie haben Sie diese überwunden?

Wir haben Glück gehabt, es gab fast keine schwierigen Zeiten im Betrieb. Außer, als unser Lager abgebrannt ist (Anm.: 2003 in St. Ruprecht/Raab, durch mit Feuerwerkskörpern spielende Kinder), das war ein großer Schock. Gerade an diesem Tag hat Steirerobst (Anm.: heute Agrana) die Ware einen Tag früher als sonst geliefert. Diese stand in der Vorhalle und ist gänzlich mitabgebrannt. Zum Glück hat uns Steirerobst sehr geholfen und innerhalb einer Woche die ganze Ware nachgeliefert, sodass die Kunden nicht allzu lange warten mussten.

Können Sie uns eine lustige Anekdote aus ihrem Berufsleben erzählen?

Ja, ein befreundeter Kunde ist auf der Rieder Messe einmal mitten im Gespräch eingeschlafen. Es war nicht viel los und er war wohl ziemlich müde vom Messebesuch und vom Wein. Mein Mann und ich sind nämlich leidenschaftlich gern auf Messen gefahren und da haben wir oft einen Wein dabei gehabt, den wir dann mit den Kunden getrunken haben.

Wie sehen Sie die Zukunft der Direktvermarktung?

Die Zukunft sehe ich gut. Kunden wollen immer mehr regional einkaufen. Sie wollen dort kaufen, wo sie wissen, von wo es herkommt und wer es gemacht hat. Die Leute wollen etwas Gutes und Frisches.

Haben Sie zum Abschluss noch einen Tipp für unsere Direktvermarkter-Kunden, wie die selbstgemachten Milchprodukte besonders gut werden?

Auf die Hygiene achten, dann wird alles gut und es kann nichts schiefgehen. Und man darf nicht nur die Arbeit sehen. Man muss wirklich Ideen haben und das selbst in die Hand nehmen und Freude daran haben, weil ohne Freude geht sowieso nichts.

Vielen Dank für das Gespräch, Frau Mayer, und alles Gute zum bevorstehenden runden Geburtstag!

Die Kunden wollen immer mehr regional einkaufen. Sie wollen dort kaufen, wo sie wissen, von wo es herkommt und wer es gemacht hat.