

Neue Dienstleistungen für Direktvermarktung

Die Direktvermarktung ist ein Thema, das Bauern beschäftigt. Bedürfnisse beider Seiten können damit befriedigt werden: Kunden versorgen sich mit regionalen Lebensmitteln. Anbieter steigern ihre Wertschöpfung. Ganz nebenbei wird das Ansehen der Landwirtschaft verbessert.

Wunsch aus der Basis

Aus einer Anfang Jahr durchgeführten Befragung der Zürcher Bauer geht hervor, dass viele Bauern sich mit dem Thema Direktvermarktung beschäftigen. Sei es als gut etablierte Vermarkter, die ihr Angebot beständig ausbauen, oder als solche, die in die Direktvermarktung einsteigen wollen. Es ist ein Thema, von dem die Basis wünscht, dass neue Dienstleistungen entwickelt und angeboten werden.

Auf der anderen Seite stellen wir fest, dass gerade in grösseren Städten authentische Produkte immer mehr gefragt sind. Um dabei zu sein, wird es «schick», regionale und/oder biologische Produkte zu kaufen. Insider-Läden wer-



Gesunde regionale Lebensmittel gleich von «meinem» Bauern. Bild: Quelle pixabay

den als Geheimtipp weitergeben und Büromenschen freuen sich, nach Büroschluss bei «ihrem» Bauern Lebensmittel einzukaufen. Man hat das Gefühl, gleich doppelt belohnt zu werden: Man ernährt sich mit gesunden, regionalen und/oder biologisch angebauten Lebensmitteln und man tut etwas, um das «Gewissen» zu beruhigen. Das neuronale Belohnungssystem wird doppelt bedient.

Arbeitsgruppe arbeitet Ideen auf

Beim ZBV haben wir diesen Wunsch aus der Basis ernst genommen und haben eine Arbeitsgruppe eingesetzt. Ziel ist es, verschiedene neue Dienstleistungen zu entwickeln. Zielgruppe sind verschiedene bäuerliche Kreise. Für Neueinsteiger soll der Einstieg möglichst einfach gestaltet werden. Sie werden in Zukunft mit einem Leitfaden be-

«Wenn man sich mit gesunden regionalen Lebensmitteln ernährt, belohnt man sich gleich doppelt.»

dient, der sie beim Aufbau ihrer Hofläden mit den wichtigsten Informationen und Hinweisen begleiten soll. Parallel dazu sollen weitere Dienstleistungen entwickelt werden, wie verkaufsfördernde Werbetafeln, Flyer oder Hinweisschilder bis hin zu Leitfaden für den Auftritt im Internet und den sozialen Medien. In diesem Zusammenhang arbeiten wir zusammen mit dem Strickhof, wo sich innovative Bauern im Aufbau von Businessplänen weiterbilden können und wo sie auch von Coaching-Angeboten profitieren können.

Für etablierte Vermarkter werden neue Lösungsansätze untersucht. Das kann so weit gehen, dass neue Ideen entwickelt werden, wie regionale Lebensmittel den Weg direkt zum Kunden finden. Das können neuartige Logistikfirmen mit/ohne Lager sein. Oder innovative Ideen wie das «Crowdfunding»: ein ganzes Tier wird im Inter-

net vorgestellt und Kunden können Bestellung aufgeben. Wenn das Tier verkauft ist, wird es geschlachtet und die Kunden erhalten ihr Fleisch. Sie sehen, Ideen gibt es viele. Die Kunst wird sein, die richtigen zu finden und umzusetzen.

Nächste Schritte

Zurzeit werden Ideen gesammelt. In einem nächsten Schritt geht es darum, interessierte Bauern zu einem Workshop einzuladen. Darin werden weitere Ideen zusammengetragen. Dann geht es darum, das Vorhandene zu gewichten und zu bewerten. Die besten Vorschläge werden weiterverfolgt und umgesetzt, die anderen zurückgestellt.

Falls jemand interessiert ist, am Workshop teilzunehmen, dann bitten wir um eine Anmeldung bei uns. Je breiter das Angebot abgestützt ist, desto besser werden die resultierenden Dienstleistungen. ■

Pablo Nett
ZBV Beratungsdienst

