

# Zusammenarbeit bringt Mehrwert

**Betriebswirtschaft** / Bauernfamilien können ihren Arbeitsalltag erleichtern, wenn sie sich gegenseitig unterstützen und die Verantwortung teilen.

**BRUGG** Seit jeher werden die Landwirtschaftsbetriebe in der Schweiz jeweils von Bauernfamilien bewirtschaftet. Die anfallenden Arbeiten und die Verantwortungen werden oftmals durch die familieneigenen Arbeitskräfte erledigt und getragen. Mit dem zunehmenden Strukturwandel und dem Wandel der Gesellschaft haben sich die Landwirtschaftsbetriebe verändert.

Die zu bewirtschaftenden Betriebe sind grösser geworden und die Familienstrukturen der Bauernfamilien haben sich verändert. In den meisten Fällen werden sie von einer Person geführt. Die Betriebsleiterin hat somit nebst den operativen Arbeiten auch die strategischen Entwicklungsarbeiten vorzunehmen und Verantwortung zu tragen. Manchmal fehlt es ihm oder ihr jedoch an Ressourcen, um alles wahrzunehmen. Und daneben will und soll der Landwirt oder die Landwirtin auch noch Zeit für Erholung zur Verfügung haben. Es kann also gesagt werden, dass breite Schultern erforderlich sind, um all diese Verantwortlichkeiten unter einen Hut bringen zu können.

## Zusammenarbeit erleichtert

Verschiedene Zusammenarbeitsformen können den Arbeitsalltag der Landwirte und Landwirtinnen erleichtern.

Doch welche Möglichkeiten haben sie, ihren Betrieb hinsichtlich Zusammenarbeit zu entwickeln? Und bringt die Zusammenarbeit auch die gewünschten Vorteile und Erfolge? Mit diesen und vielen weiteren Fragen hat sich auch eine Arbeitsgruppe aus Fachkräften der Agridea, der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften HAFL, des Ingenieurbüros Ackermann + Wernli sowie von Agriexpert im Auftrag des BLW auseinandergesetzt. Gemeinsam wurde ein Online-Nachschlagewerk unter Agripedia.ch errichtet. Dieses bietet viele Informationen und Hilfestellungen zum Thema Zusammenarbeitsformen in der Landwirtschaft.

## Eine gute Beziehung pflegen

Eine Zusammenarbeit steht und fällt mit den Fähigkeiten jeder einzelnen beteiligten Person. Alle tragen massgebend zum Gelingen und gemeinsamen Erfolg der Zusammenarbeit bei. Durch eine Zusammenarbeit in bestimmten Bereichen können gemeinsame Ressourcen genutzt werden, was sich in tieferen Produktions- und Infrastrukturkosten zeigen kann. Nebst der Rationalisierung und Professionalisierung von bestimmten Arbeitsbereichen, wirken sich Zusammenarbeiten auch auf die Ressourcen Arbeitseinsatz und



Durch die überbetriebliche Zusammenarbeit kann in Maschinen und Technik gemeinschaftlich investiert werden. Dies funktioniert z. B. durch jährliche Abrechnung.

(Bild BauZ)

Verantwortung aus. So können Arbeitsspitzen einfacher gebrochen werden. Ferien- und Freizeitregelungen sichern auch eine optimale Work-Life-Balance und die Verantwortung muss nicht durch einen einzigen Betriebsleiter getragen werden. Die Arbeitsbelastung kann auf mehreren Schultern abgestützt werden,

was den beteiligten Betrieben im besten Fall trotz Wachstum auch mehr Lebensqualität verspricht.

Die Vorteile von Zusammenarbeiten klingen also vielversprechend. Doch ganz ohne Aufwand funktionieren sie nicht. Damit sich alle diese Vorteile auch finanziell und in den Betriebsentwicklungen auswirken

können, basiert jede Zusammenarbeit auf einer guten Beziehung unter den beteiligten Personen. Nur wer nebst der vertraglichen Grundlage auch eine optimale Gesprächskultur und eine konstruktive Kommunikation untereinander pflegt, kann an der Zusammenarbeit wachsen und davon profitieren.

Will man von den Vorteilen einer Zusammenarbeit profitieren, so stellt sich die Frage, welche Zusammenarbeitsform sich für seinen eigenen Betrieb dann überhaupt anbietet und sinnvoll ist.

## Berater unterstützen einen

Das Nachschlagewerk Agripedia bietet eine Menge von Hilfestellungen, Praxiserfahrungsberichten und Entscheidungshilfen, die Sie auf dem Weg von der Meinungsbildung bis hin zur Gründung einer Zusammenarbeit unterstützen. Auf der Website sind die Informationen gratis und einfach für alle Interessierten abrufbar. Natürlich gibt es keine Musteranleitung für die perfekte Zusammenarbeitsform. Die Zusammenarbeit ist so individuell wie ihre beteiligten Mitglieder. Darum muss schlussendlich in jedem Einzelfall die Zusammenarbeit auch rechtlich individuell organisiert werden.

Die Website Agripedia verweist auf entsprechende Beratungsstellen in Ihrer Region, die Sie gerne bei der Gründung einer Zusammenarbeit begleiten. Als schweizweit tätige Beratungsfirma begleitet Agriexpert viele Landwirte und Landwirtinnen bei der Gründung von Zusammenarbeiten und steht Ihnen jederzeit gerne beratend zur Seite (Tel.: 056 462 52 71).

Cornelia Grob, Agriexpert

# Direktvermarktung – was ist zu beachten?

**Betriebswirtschaft** / Produkte selbst auf dem Hof zu vermarkten liegt im Trend. Um erfolgreich zu sein, sollte man sich im Vorfeld einige Fragen stellen.

**SISSACH** Schon bald werden die ersten regionalen Produkte wieder angeboten. Diese können Landwirte via Grossmarkt verkaufen oder sie direkt auf dem Hof vermarkten. Die Direktvermarktung liegt im Trend. Der grosse Vorteil ist die höhere Wertschöpfung durch die höheren Absatzpreise. Dies ist aber auch mit einem grösseren Arbeitsaufwand verbunden.

## Grundlegende Fragen

Es gibt verschiedene Direktvermarktungssysteme: Produkte können in einem Hofladen, via Selbstbedienungsladen, Automaten, Marktstand, Abonnement oder Internetverkauf angeboten werden. Ein erfolgreicher Hofladen muss aber auch gewisse Anforderungen erfüllen: Er sollte gut erreichbar sein, ein attraktives Angebot und ein breites Sortiment sowie eine hohe Produktqualität aufweisen und



Vor dem Einstieg in die Direktvermarktung sollte diese vorab geprüft und berechnet werden.

(Bild BauZ)

möglichst ansprechende Öffnungszeiten besitzen. Wer in die Direktvermarktung einsteigen möchte, sollte sich im Vorfeld zuerst einige grundlegende Fragen stellen:

- Gibt es Infrastruktur?
- Braucht es einen Verkaufsraum?
- Sind personelle, finanzielle und zeitliche Ressourcen vorhanden?
- Welche Form der Direktvermarktung wird angestrebt?
- Sind Umbauten nötig und wie hoch belaufen sich die Kosten dafür?
- Sind Kühlzellen oder weitere Investitionen notwendig?
- Wer sind die potenziellen Kunden?
- Welche Produkte sollen angeboten werden?
- Sind allfällige Zusammenarbeiten möglich, um ein breites Sortiment anbieten zu können?
- Welche lebensmitteltechnischen Anforderungen sind zu erfüllen?
- Wie wird für die Direktvermarktung geworben? (Hofschilder, Website, Social Media, Flyer, Logo, Etiketten)
- Zu welchem Preis werden die Produkte verkauft? Produktkosten müssen kalkuliert

und die Verkaufspreise mit anderen Anbietern und mit Richtpreisen verglichen werden.

- Wie werden die Produkte bezahlt? Kassensysteme oder bargeldlose Zahlungsmöglichkeiten sind zu prüfen.

## Zwei verschiedene Beispiele

Gehen wir davon aus, dass die zwei folgenden Betriebe die identische Form der Direktvermarktung gewählt und bereits das erste Jahr hinter sich gebracht haben und nun ihre Bilanz aus dem ersten Geschäftsjahr mit Direktvermarktung ziehen (siehe Tabellen).

Verkauft werden nur die hofeigenen Produkte wie Eier, Milch, Fleisch sowie saisonales Obst und Gemüse. Die Betriebe unterscheiden sich nur insofern:

**Betrieb 1:** kann einen leerstehenden Raum ohne wesentliche Umbauarbeiten als Verkaufs-

raum nutzen, die Kaufkraft ist durch städtische Agglomeration deutlich stärker.

**Betrieb 2:** hat seine Betriebsstätte auf dem Lande, rund zwei Kilometer ausserhalb des Dorfs, weshalb sich die Betriebsleiterin entschliesst, einen Verkaufsraum im Dorf zu mieten.

In diesen sehr vereinfachten Zahlenbeispielen wird deutlich abgebildet, wie sich eine identische Idee mit unterschiedlichen Voraussetzungen auf den Erfolg auswirken kann. Investitionen in das Anlagevermögen und allfällige Gebühren für die kontaktlosen Bezahlmöglichkeiten wurden in den Beispielen nicht berücksichtigt.

Die Firma Nebiker Treuhand AG in Sissach BL kann unterstützend bei der Prüfung und Umsetzung des Vorhabens zur Seite stehen.

Reto Distel und Evelyne Tscherry, Nebiker

## Beispielbetrieb 1

Ertrag aus Hofladen	Fr. 75 000.-
Verarbeitungskosten extern	Fr. -5500.-
Personalaufwand inkl. Sozialversicherungen	Fr. -30 000.-
Unterhalt und Reparaturen	Fr. -8000.-
Verwaltungsaufwand	Fr. -2000.-
Versicherungen	Fr. -600.-
Werbeaufwand	Fr. -800.-
Abschreibungen	Fr. -1000.-
<b>Total Aufwand Hofladen</b>	<b>Fr. -47 900.-</b>
<b>Erfolg Hofladen</b>	<b>Fr. 27 100.-</b>

Betrieb 1 liegt näher am städtischen Ballungsgebiet. Räumlichkeiten waren vorhanden.

(Quelle Nebiker)

## Beispielbetrieb 2

Ertrag aus Hofladen	Fr. 55 000.-
Verarbeitungskosten extern	Fr. -4100.-
Personalaufwand inkl. Sozialversicherungen	Fr. -30 000.-
Miete Verkaufsraum	Fr. -6000.-
Transportkosten	Fr. -800.-
Verwaltungsaufwand	Fr. -2000.-
Versicherungen inkl. Zusatzversicherung Verkaufsraum	Fr. -1000.-
Werbeaufwand	Fr. -800.-
Abschreibungen	Fr. -500.-
<b>Total Aufwand Hofladen</b>	<b>Fr. -45 200.-</b>
<b>Erfolg Hofladen</b>	<b>Fr. 9800.-</b>

Betrieb 2 liegt auf dem Lande. Ein Verkaufsraum wurde im Dorf gemietet.

(Quelle Nebiker)

Reklame

**Ihr Treuhänder für die Landwirtschaft.**  
[www.nebiker-treuhand.ch](http://www.nebiker-treuhand.ch)

Buchhaltung, Steuern, Beratung, Hofübergabe und -verkauf  
 Nebiker Treuhand AG  
 4450 Sissach, 061 975 70 70