

Fachlich gut gerüstet

In Ausgabe 3/2017 haben wir auf das besondere Qualifizierungsangebot der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) hingewiesen. Es steht auch Teilnehmern aus anderen Bundesländern offen, sofern Plätze frei sind. Das Qualifizierungssystem für haushaltsnahe Einkommenskombinationen der LfL gliedert sich in Grundlagenseminare und Aufbauseminare.

Das Grundlagenseminar besteht aus sechs Modulen:

- Planung Räume, Arbeit und Projekte
- Planung Finanzen und Wirtschaftlichkeit
- Management und Organisation
- Marketing und Vertriebspolitik
- Lebensmittelrecht und Qualitätsmanagement
- Warendekoration und Präsentation der Produkte

In diesen Modulen analysieren und bewerten die Teilnehmer den eigenen Betrieb und ihr Unternehmenskonzept. Nachfolgend mehr zu den Inhalten der einzelnen Module:

Planung Räume und Arbeit

Nach der Vorstellungsrunde der Teilnehmer werden zunächst die einzelnen Unternehmungskonzepte konkretisiert und das eigene geplante Vorhaben vorgestellt. Dann erfolgt die Präsentation eines erfolgreichen Unternehmens, zum Beispiel „Jurageflügel – Natürlich gewachsen bis zum Genuss“.

Als Nächstes wird der Blick auf Standort, Markt und Umfeld gelegt und das Vorhaben für den eigenen Betrieb dahingehend analysiert, bewertet und daraus Konsequenzen gezogen.

Dann stehen Raumkonzepte für die Direktvermarktung im Mittelpunkt. Es geht um Umnutzung, Umbau bzw. Neubau sowie die Planung, Einrichtung und Ausstattung von Räumen.

Zum Schluss wird noch die Arbeitswirtschaft eingehend beleuchtet. Es erfolgt eine Analyse, Bewertung und Konsequenzen von Personaleinsatz und Arbeitsplänen.

Planung Finanzen und Wirtschaftlichkeit

Auf dem Programm steht die Kostenplanung für das betriebliche Vorhaben. Dazu gehören die Erarbeitung des eigenen Kapitalbedarfs mit Investitionskosten und variablen Kosten und schließlich das Ziehen der Konsequenzen für die eigene Situation/Lebenshaltungsaufwand.

Danach folgen die Wirtschaftlichkeitsberechnung mit Kostenarten und Kalkulation, Preiskalkulation der Produkte und praktische Umsetzung bzw. eigene Berechnungen. Die Finanzplanung umfasst Fragen wie „Wie finanziere ich mein Vorhaben mit einem großen Investitionsvolumen?“ oder „Wie bereite ich mich auf mein Gespräch bei der Bank vor?“. Hinzu kommen wichtige Absicherungen für den Betrieb in der Direktvermarktung, zum Beispiel den Einsatz von Fremdarbeitskräften. Auch der Projektarbeit und dem Controlling wird genügend Zeit eingeräumt. Es geht hierbei um Ziele, Planung, Durchführung und Kontrolle eines betrieblichen Vorhabens (zum Beispiel Veranstaltung, Hoffest oder Ähnliches).

Schließlich geht es um Veränderungsmanagement, wobei die Einführung von Erneuerungen, Vernetzung und Kooperation beleuchtet wird.

Management und Organisation

Im Fokus stehen die Organisation und Gestaltung des eigenen Hofladens unter dem Motto „Einkaufserlebnisse gestalten – Warenpräsentation mit Pfiff und System“.

Anschließend wird die Servicekette in der Direktvermarktung unter die Lupe genommen. Dabei geht es darum, Unternehmensprozesse zu planen, zu bewerten und zu kontrollieren: „Welche Fragen stellen wir uns zu unserem Betrieb und zu unserem Service?“.

Nächster Programmpunkt ist die Gestaltung von Außenanlagen, Gartengestaltung und Gestaltung des Eingangsbereichs. Neben der Beleuchtung von Leitbild und Zielen für die Zukunft geht es noch um Zeitmanagement und Büroorganisation, wobei häufige Fallen und Tipps dargestellt werden und über

die Grundregeln des Delegierens gesprochen wird.

Marketing und Vertriebspolitik

Die Ist-Situation und Trends unter dem Motto „So ticken die Verbraucher“ werden beleuchtet und die Potenziale für Direktvermarkter herausgestellt. Dabei eröffnet eine kundengerechte Weiterentwicklung viele Chancen. Es geht um eine Marketingstrategie und die Frage „Haben Sie die richtige Positionierung?“. Wichtig ist aber auch, welcher Vertriebsweg zum Betrieb und Produkt passt. Dabei werden Vor- und Nachteile der jeweiligen Betriebswege durchleuchtet.

Zum Schluss dreht sich noch alles um Kundenbefragungen. Nur wer seine Kunden kennt, kann das Marketing erfolgreich steuern. Kundenbefragungen sind unerlässlich. Anhand von eigenen Marketingprodukten wie Flyer und Hofprospekten werden Ratschläge gegeben.

Die Teilnehmer erfahren, dass alles zusammenpassen muss, um eine 100%-ige Wiedererkennung zu erreichen. „Kein Marketing ohne Konzept“ lautet die Devise.

Lebensmittelrecht und Qualitätsmanagement

Hier geht es um Lebensmittelhygienepaxis und betriebliche Eigenkontrollen in der Direktvermarktung. Es werden die Grundlagen im Lebensmittelrecht vorgestellt: Lebensmittel-assoziierte Erkrankungen, Rechtsgrundlagen, HCCP, Grundsätze der Lebensmittelhygiene, risikobehaftete Lebensmittel und Fallstricke.

Weiter werden die Themen wie Qualitätsmanagement in der Direktvermarktung, professionelle Direktvermarktung durch QMS, Qualitätsmanagement Handbuch DVM vorgestellt. Es wird ein professionelles Rüstzeug für die Reinigung des Haushalts sowie Hinweise zur Lebensmittel- und Allergenkennzeichnung gegeben.

Letztendlich wird ein Augenmerk auf die Zeichennutzung „Einkaufen auf dem Bauernhof“ des Bayerischen Bauernverbands (BBV) sowie die zentrale Datenbank für Direktvermarkter in Bayern „Regionales Bayern“ gelegt.

Warendekoration

Ein Florist, Stylist und Dekorateur gibt Tipps für die Dekoration im Hofladen. Dabei zeigt er auf, dass die Dekoration Aufmerksamkeit, Interesse und Kaufwunsch beim Kunden wecken soll. Die Lerneinheit bereichern praktische Vorführungen mit mitgebrachten Produkten.

Text: Marion Fröhlich