

Kundennähe als Megatrend : Hofläden haben gute Karten

Autor(en): **Hugi, Ruth**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge**

Band (Jahr): **61 (2006)**

Heft 5

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-891636>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Kundennähe als Megatrend: Hofläden haben gute Karten

Am dritten Hofladentag der Biofarm in Kleindietwil entschuldigte sich die legendäre Biofarm-Vollwertkost-Köchin Elisabeth Zurflüh für Unsicherheiten beim neuen Bio-Unigel des Hauses. Am Morgen zuvor lieferte Thomas Tobler Fakten zu einem weiterhin erfolgreichen Geschäften ab Hof. «Sie haben hervorragende Karten in der Hand», rief der international agierende Verkaufsprofi den aus der ganzen Schweiz angereisten Gästen aus der Biolandwirtschaft zu. «Zeigen sie, wer sie sind und was sie haben. Nutzen sie ihren Namen, er ist ihre Marke.»

Der Geschäftstypus Biohofladen sei heute bei den Kundinnen und Kunden gefragt, postulierte Verkaufsprofi Thomas Tobler gleich zu Beginn seiner frühmorgendlichen Motivations-spritze. Denn der Hofladen biete Mehrwerte in Form von Exklusivität, Qualität, Spezialität, Kompetenz, Emotion und Erlebnis. Alles auf dem Hof natürlich gewachsene Dinge des Lebens, von denen die Grossverteiler meist nur träumen könnten. Um solche Mehrwerte zu erreichen, investierten diese oft sehr viel Geld. Thomas Tobler mochte den Wettbewerb mit den Grossen im übrigen nicht negativ werten. «Sie können von Coop oder Migros lernen. Genauso wie die beiden von noch grösseren Lebensmittelketten lernen und abkupfern, wie beispielsweise von den Bio-Ketten waitrose oder Selfridges in England, dem Land, in dem Trends im Detailhandel gesetzt werden.»

Konkurrenz als Chance

Konkurrenz rege an und Neuerungen sollten die Hofladenbetreiber nutzen, um Lehren für das eigene Handeln daraus zu ziehen, war Verkaufstrainer Tobler überzeugt: «Es gilt nicht, das LC1 zu kopieren. Aber ihr müsst aus solch neuen Produkten erkennen lernen, welche Bedürfnisse die Biokundschaft von morgen haben wird.»

Man müsse die gesellschaftlichen Veränderungen wahrnehmen, um sich darüber im Klaren zu werden, welche Kunden man selber ansprechen kann. Thomas Tobler sah eine Entwicklung hin zu grösserem Ernährungsbewusstsein. Mit dem Trend zu mehr Gesundheit gehe auch der Trend zu mehr Nachhaltigkeit einher. Beides Dinge, die zur Biolandwirtschaft passen und mit ihr identisch sind. Beste

Voraussetzungen also für gute Geschäfte im Hofladen oder am Marktstand.

Klare Konzepte

Natürlich sei die Zukunft der Landwirtschaft nicht gesichert, warnte Tobler dann. Der Druck durch EU-Preise werde erwartungsgemäss stetig zunehmen. Auch die nationale Konkurrenz werde wachsen. Es gelte jetzt, die eigenen Chancen und Risiken zu erkennen. Und dementsprechend zu handeln: «Die Hofläden brauchen gute Konzepte. Sie müssen echt sein, authentisch und glaubwürdig. Je globalisierter die Welt wird, desto wichtiger wird die Nähe. Die Nähe bietet den Menschen Sicherheit und Glaubwürdigkeit. Auch ihre Kundinnen und Kunden suchen bei ihnen diese Nähe.» Die ganz persönliche Nähe zu und Vertrautheit mit den KundInnen war für Thomas Tobler denn auch der wichtigste Erfolgsfaktor. Dadurch würden sich die Hofläden klar und markant von allen anderen Anbietern

unterscheiden. Aus echter Kundennähe entstehe Mund-zu-Mund-Propaganda, die sich meist epidemieartig ausbreite und höchst erfreulich auswirke. Toblers Rat an die versammelten BetreiberInnen von Hofläden und ProduzentInnen von hausgemachten Lebensmitteln: «Um ab Biohof erfolgreich geschäften zu können, muss man die eigenen Kompetenzen kennen. Und Sie müssen dabei stets ihre ureigensten Stärken ausbauen.» Erfolg sei nicht damit zu erzielen, zuerst alle Schwächen zu eliminieren. «Ihr müsst euch sicher sein, wie euer Geschäft ausgestaltet sein soll. Beantwortet euch primär folgende Fragen: Wo stehe ich, was kann ich und wohin will ich?» Man müsse also zuerst einmal für sich selber definieren, was den Kundinnen und Kunden erkennbaren Nutzen bringt, wo die Vorteile liegen, dass sie im eigenen Hofladen einkaufen kommen und was die Hofladen-BetreiberInnen selbst längerfristig dafür Gutes tun können.

Am Nachmittag des 3. Hofladentages der Biofarm legte die ehemalige Biofarm-

Biofarm-OL-Cup an Simone Niggli-Luder

Mehrfachweltmeisterin Simone Niggli und Titelverteidiger Matthias Merz sicherten sich Mitte Oktober mit ihren Siegläufen am 8. Nationalen A-OL in Trin (GR) je den Gesamtsieg im Biofarm-OL-Cup 2006.

Der OL-Elite-Cup setzte sich aus fünf nationalen Orientierungsläufen in Effretikon (Stadt-OL), Welsikon, Neuenburg, Kandersteg und Trin zusammen. Angesprochen wurden die Elite-Läuferinnen und -läufer und erstmals auch die Elite-Juniorinnen und Junioren. Die Gesamtsiege in diesen beiden Kategorien gingen an: Sara Lüscher (Nänikon) und Christian Mathys (Büetigen).

Biofarm schreibt den Cup zusammen mit dem O-Ring, dem Verein der Schweizer SpitzenläuferInnen, auch für nächstes Jahr wieder aus. Die provisorisch festgelegten Austragungsorte der Elite-Wettkämpfe: 1.4. Schaffhausen, 1.7. Davos, 7.7. Thun, 22.9. Norska und 21.10. St.Gallen.

Fotos: BauernZeitung



Thomas Tobler berät nach seinem Vortrag die Hofladen-BetreiberInnen im Gespräch.



Biofarm-Comeback für Vollwert-Köchin Zurflüh: Sie entschuldigt sich wegen Bio-Unigel.

Kochkursleiterin Elisabeth Zurflüh mit neuen Erkenntnissen zum Bio-Unigel nach. Das in diesem Jahr neu lancierte Bio-Unigel der Biofarm hatte vielerorts nicht mit dem gewohnten Erfolg angewendet werden können.

Elisabeth Zurflüh glaubt, die Gründe für das Misslingen inzwischen entdeckt zu haben. Sie hatte bei ihren Testversuchen stets weniger als 500 g Zucker pro Kilogramm Früchte oder Fruchtsaft verwendet. Bei diesem Zuckeranteil funktioniert das Bio-Unigel auch gemäss ihren neusten Testversuchen ausnahmslos mit einer Menge von zirka 40 g Bio-Unigel. «Verwenden Sie aber mehr als 500 g Zucker pro 1-kg-Früchte oder Fruchtsaft, darf nur 20 bis 25 g Bio-Unigel zugegeben werden», sagte Elisabeth Zurflüh jetzt in Kleindietwil. Sie sei fälschlicherweise davon ausgegangen, dass das neue biologische Geliermittel aus natürlichem Apfelpektin bei der Verwendung von mehr als 500 g Zucker pro Kilogramm erst recht gut geliere, wenn der Nach-

weis bei der Verwendung von weniger als 500 g gemacht sei. «Dem ist aber nicht so», korrigierte Elisabeth Zurflüh und entschuldigte sich in aller Form für ihre Fehlinterpretation: «Niemand hat bisher entdeckt, weshalb die Konfektüre bei höheren Zuckeranteilen nicht funktioniert. Bei grösserem Zuckeranteil, also mehr als 500 g pro Kilo Früchte oder Fruchtsaft, geliert Bio-Unigel stärker.» Also müsste der Anteil Bio-Unigel bei höherem Zuckeranteil reduziert werden. Bei dieser richtigen Portionierung von Zucker, Früchten und Bio-Unigel kann der Zucker laut Zurflüh gleich von Beginn weg mitgekocht werden.

Wegen der uneinheitlichen, also nicht uniformen Anwendungsart, bezeichnete sie das Bio-Unigel als «Bio-Gel».

Die Biofarm wird nach weiteren Überprüfungen von Elisabeth Zurflüh's neusten Ergebnissen, die erst kurz vor dem 3. Hofladentag zur Erkenntnis wurden, raschmöglichst und detailliert informieren.

Ruth Hugi

Das Biojou des Monats...

In seinem Amtsjahr als schönster Mann der Schweiz verdiente er knapp 450 000 Franken. Heute, ein halbes Jahr danach, sagt Biobauer, Fotomodel und Mister Schweiz Renzo Blumenthal stolz zu «Blick»: «Mein Einkommen liegt auf dem Niveau meines Amtsjahres.» Und das auch dank dem finanziell grössten Deal, den Blumenthal bislang an Land ziehen konnte: Er ist ab sofort Botschafter von «Echt Bio». Das ist laut «Blick» ein 2004 ins Leben gerufenes neues Biolabel im Schweizer Biofachhandel. Es stehe für 1500 Produkte, die in 40 Bio-Läden abgesetzt werden. «Meine Gage für ein Jahr ist eine sechsstellige Summe», so Blumenthal zu «Blick». Worauf die «Echt Bio»-Initianten von Biopartner in Seon das Blumenthal-Management eindringlich baten, mit internen Zahlen künftig vorsichtiger umzugehen.

Klima und Bio

Am Rande des Weltklimagipfels von Nairobi fordert der deutsche Bundesverband «Bioland» eine stärkere Berücksichtigung des Biolandbaus als Lösungsansatz zum Klimaschutz: «Die im Biolandbau praktizierte Wirtschaftsweise bindet über hohe Humusgehalte in Böden in großem Masse CO₂ aus der Luft. Eine Untersuchung der Universität Graz ergab, dass das bisher ausgestoßene CO₂ bis in 100 Jahren rückgebunden werden könnte, wenn weltweit ausschliesslich Biolandbau betrieben würde. Darüber hinaus emittieren Biolandwirte 60 Prozent weniger Kohlenstoffdioxid pro Flächeneinheit, bei der Erzeugung von Lebensmitteln, als konventionelle Landwirte. Die von der Universität Bonn ermittelten Messwerte zum Energieeinsatz in der Landwirtschaft (z.B. für Produktion, Transport und Ausbringung von Düngemitteln) sprechen eine deutliche Sprache: Der Biolandbau kommt durch seinen Verzicht auf mineralische Düngemittel mit jährlich insgesamt 6,6 GJ aus. Die konventionelle Landwirtschaft hingegen verbraucht mit ungefähr 20 GJ etwa dreimal mehr Energie – und produziert damit entsprechend mehr klimaschädigendes CO₂.»

«Bioland» ist mit über 4500 ProduzentInnen und 720 PartnerInnen in Lebensmittelhandwerk und -industrie der grösste Bioverbund Deutschlands.

Power für Biobauern.

bio.logisch aus der Schweiz.



Die Biofarm Genossenschaft macht sich seit bald 35 Jahren in Anbau, Forschung und Vermarktung für den Schweizer Biolandbau stark. So sorgt sie derzeit mit dafür, dass auf Schweizer Biofeldern wieder Speisehirse angepflanzt werden kann. Die Versuche auf dem Feld, in der Mühle und im Verkaufsregal laufen. Gut beraten und engagiert begleitet von Biofarm-Berater Niklaus Steiner (062 957 80 52) und Hans-Ruedi Schmutz (032 392 42 44), Ihre kompetenten Partner für Brotgetreide, Futtergetreide, Körnerleguminosen, Ölsaaten, Tafel- und Verarbeitungsobst, Beeren und Früchte für die Verarbeitung.

BIOFARM
GENOSSENSCHAFT
KLEINDIETWIL
www.biofarm.ch

Biolandbau-Tagungen 2006


Aktuelles aus der Biolandbau-Forschung für Biobäuerinnen und Biobauern

- > Wie wird die Regenerationskraft von Wiesen bei Biobewirtschaftung beeinflusst?
- > Wie ist die Grasqualität, die Milchleistung, die Milch- und Käsequalität, die Tiergesundheit bei unterschiedlichem Weidedruck?
- > Welchen Einfluss hat die Biobewirtschaftung, insbesondere Fütterung und Tierpflege auf Milch- und Käsequalität sowie auf die Tiergesundheit?

Montag, 27. Nov. 2006, LBBZ Arenenberg
Mittwoch, 29. Nov. 2006, LBBZ Liebegg
Mittwoch, 13. Dez. 2006, Grangeneuve IAG
Freitag, 2. Feb. 2007, LBBZ Plantahof
jeweils 9.15 bis 16.15 Uhr

Tagungsgebühr inkl. Unterlagen, Mittagessen und Erfrischungen Fr. 50.–

Detailinformationen und Anmeldeformulare auf www.art.admin.ch oder bei den regionalen Tagungspartnerinnen.

 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Volkswirtschafts-
departement EVD
Forschungsanstalt
Agroscope Reckenholz-Tänikon ART



Schauen Sie rein in die NATUR Messe mit den Bereichen „Natürlich einkaufen“ und „Natur Wissen“.
8. bis 11. März 2007 an der muba in Basel / Öffnungszeiten: Täglich von 10 bis 18 Uhr.
9. März 2007 NATUR Kongress zum Thema „Wachstum in Natur und Wirtschaft“. www.natur.ch

sc|nat

Swiss Academy of Sciences
Académie des Sciences et Lettres
Accademia di Scienze e Lettere
Accademia dei Lincei



GREENPEACE

Jagd Schweiz
Chasse Suisse
Caccia Svizzera
Cuntscha Svizra

