

# Ohne Umwege direkt in den Handel

**Geschäftsidee des Jahres** Direktvermarktung war auf dem Betrieb in Liethe bei Hannover kein Novum, als Hannes Koch in den Betrieb eingestiegen ist. Er hat noch eines drauf gesetzt und beliefert erfolgreich den Lebensmitteleinzelhandel.

Neben Kartoffeln baut Hannes Koch 30 verschiedene Gemüse- und Salatarten an.



**124 Risikoabsicherung**

Zwölf Tipps für die Ernteversicherung

**126 Leitungsbau**

Trassenplanung früh beeinflussen

**130 Liquidität**

Finanzengpässe gut überstehen

**134 Marktspiegel**

**137 Milchpreisspiegel**

**138 Milchmarkt**

Quotenende:  
Bündeln gegen den Kater

**140 Schweinemarkt**

Weniger Schweine im Spätsommer

**142 Rapsmarkt**

Warten mit der neuen Ernte

**144 dlz Intensivvermarkter**

Ernten 2014 verkauft

**146 Management aktuell**

**147 Geldmarkt**

**148 Blick nach USA**

Unwissenschaftliche Europäer



**CERESAWARD**

**E**in Bild drängt sich auf, wenn man Hannes Koch aus Liethe zuhört. Nur auf den ersten Blick passt es nicht so recht. Zu ungreifbar sind die Bälle, mit denen er zu jonglieren hat: Mitarbeiter und Flächen, Kunden und Lieferungen. Einen Ball in die Luft zu werfen und wieder zu fangen ist keine große Kunst. Mehrere in der Luft zu halten, sodass es auch kunstvoll wirkt, dafür braucht es mehr. Talent und Übung braucht es sicher, aber erst einmal den Mut, es zu probieren.

Mut brachte der heute 30-Jährige mit, als er vor acht Jahren gleich nach dem Abschluss als staatlich geprüfter Wirtschaftler den Hof übernahm. Warum nicht versuchen, noch mehr von der Marge einzustreichen, die sich bislang andere abzwacken, wenn der Hof Kartoffeln oder Gemüse verkaufte, dachte er sich. Der Gedanke lag nahe, vermarktete der Betrieb doch schon seit Jahren über den eigenen Hofladen einen Teil der Ernte direkt an Verbraucher. Allerdings: Im Umkreis weniger Kilometer hatte sich mittlerweile eine Handvoll weiterer Betriebe damit ein Standbein aufgebaut, so dass das Kundenpotenzial absehbar erschöpft sein würde.

Fotos: Ledényi (3)



Mit dem Schlepper ist der 30-jährige Landwirt nur noch selten unterwegs. Er kümmert sich hauptsächlich um Bestellungen und Reklamationswesen sowie den engen Kontakt zu seinen Kunden, den Lebensmitteleinzelhändlern.



### SCHNELLER ÜBERBLICK

- Ein Projekt aus der Ausbildung mit Konsequenz und Mut umgesetzt.
- Der jährliche Flächentausch mit Berufskollegen erfordert organisatorisches Geschick.
- 50 Filialen von Edeka und Rewe werden direkt mit Kartoffeln und Frischgemüse beliefert.
- Reklamationsmanagement, Regionalität und Erzeuger-Know-how sind Pluspunkte gegenüber dem Großhandel.





## BETRIEBSSPIEGEL HANNES KOCH

Landwirtschaftliche Nutzfläche	170 ha, 100 Prozent Ackerfläche, 70 Prozent Pachtanteil
Anbauspektrum	Kartoffeln (100 ha), Sonderkulturen: Spargel (10 ha), Kohlgemüse, Kräuter, Erdbeeren, Kürbis, Tomaten, Salat
Durchschnittliche Schlaggröße	3,5 ha
Besonderheiten	einjähriger Flächentausch zur Einhaltung der Fruchtfolge
Arbeitskräfte	Betriebsleiter, 3 Festangestellte, bis zu 25 Saisonarbeitskräfte



### Zur Person:

Der 31jährige Landwirt hat nach der landwirtschaftlichen Lehre die Höhere Landbauschule in Celle besucht. Dort entwickelte er die Idee, die bestehende

Direktvermarktung in Richtung Lebensmittelhandel auszubauen und weiterzuentwickeln. Neben einer neuen Kartoffellagerhalle investierte er seit Übernahme der Betriebsleitung 2006 vor allem in die Logistik für die Gemüse- und Kartoffelauslieferung. Um die Frische und Lagerfähigkeit vor allem von empfindlichen Gemüsen und Salaten zu verbessern, schaffte er 2013 eine Vakuumkühlzelle an, die binnen einer halben Stunde die Ware auf circa 2 °C herunterkühlt.



- 1** Drei Generationen, ein Ziel: Hannes Kochs Urgroßeltern siedelten aus der Lüneburger Heide nach Liethe um. Seine Großeltern und Eltern bauten den Hof weiter aus.
- 2** Seit er 2006 die Betriebsleitung übernommen hat, kommt Hannes Koch nur noch selten dazu, im Feldbau mitzuarbeiten. Darum kümmert sich ein Festangestellter.
- 3** Wichtigster Arbeitsplatz ist das Betriebsbüro, in dem alle Fäden zusammenlaufen, von der Anbauplanung bis hin Bestellannahme und der Koordination der Auslieferung an den Handel.

**Kochs Überlegung:** Wenn es nicht gelingt, mehr Kunden auf den Hof zu holen, muss die Ware dorthin, wo viele einkaufen, also in die Supermärkte. Koch marschierte los und sein Mut wurde belohnt: Heute beliefert er 50 Filialen von Edeka und Rewe direkt mit Frischgemüse und rund 800 t Kartoffeln jährlich.

Ein Ball war in der Luft, aber auch die anderen müssen fliegen. So muss Koch sich jedes Jahr aufs Neue mit anderen Landwirten arrangieren, dass sie ihm Anbauflächen zur Verfügung stellen und dafür auf seinen wirtschaften. Nur mit diesem

Tauschgeschäft – wenn nötig auch mit Abschlagszahlungen, um Kollegen eventuelle Einbußen auszugleichen – geht das Konzept auf. 90 ha Kartoffeln und 35 ha Feldgemüse über Jahre auf denselben 150 ha Betriebsfläche zu bestellen, ginge nicht lange gut. Ertrag und Qualität sowie die Bodenfruchtbarkeit würden das auf Dauer nicht verkraften. Koch gelingt die Balance und er kann das Produktportfolio – neben Kartoffeln rund 30 verschiedene Gemüse – sicherstellen, das er für Ball Nummer drei braucht, die Belieferung der lokalen Lebensmittelhändler.



Die Direktvermarkterscheune, die Kochs Eltern aufgebaut haben, führt nun seine Schwester Katja fort.

## Wettbewerber Großhandel

Seine größten Mitbewerber sind die Zentrallager der Handelsketten sowie der hiesige Großmarkt. Um gegen sie anzukommen, hat er vier Hebel: frischere Produkte, günstiger Preise sowie nachweislich regionale Herkunft und besseren Service. Drei Lkw sorgen dafür, dass die Bestellungen, die per Fax oder Telefon eingehen, pünktlich zur Stelle sind. Schon hier zeigt er sich flexibler als der Wettbewerb. Denn mit 100 Euro Mindestbestellwert bedient er auch kleinere Nachfragen. Weiter geht es bei Reklamationen. Gibt es Beanstandungen, entscheidet der Kunde: Gutschrift oder Nachlieferung am selben Tag. Reserven sieht er dagegen noch in der Warenkunde. „Die Präsentation ist nicht überall optimal. Regionalität liegt im Trend, bedeutet aber auch, dass die Verbraucher häufiger fragen.: Wo kommt die Ware her? Wie wird sie erzeugt? Da kann ich meinen Abnehmern noch helfen, besser zu werden“, denkt Koch weiter.

Wenn schon drei Bälle gut in der Luft liegen, ist ein vierter kaum mehr eine große zusätzliche Herausforderung: die Mannschaft, die dahinterstehen muss, um das alles zu stemmen. Auf dem Schlepper ist Hannes Koch in der Tat nur noch selten unterwegs. Die Feld- und Erntearbeiten sowie die Lieferfahrten erledigen Mitarbeiter, einige Festangestellte sowie in Spitzenzeiten bis zu 25 Saisonarbeitskräfte. „Gemüse ist ein empfindliches Produkt. Vom Feld bis zur Ladentheke kann viel passieren, was die Qualität mindert. Da muss jeder wissen, was seine Aufgabe ist, und einen guten Job machen“, erklärt er. Am besten erledigt das natürlich, wer schon bei ihm gearbeitet hat. Damit gerade eingearbeitete Saisonkräfte wiederkommen, muss das Umfeld stimmen. Daher legt Koch Wert auf ordentliche Arbeitsplätze, eine menschenwürdige Unterkunft für seine Mitarbeiter und eine angemessene Bezahlung. Über Mindestlohn redet er deswegen auch nicht groß der sei bei ihm längst Standard.

## Umsatz vervierfacht

Brotlos ist Kochs Jonglierkunst nicht geblieben. Seit er die Geschicke im landwirtschaftlichen Betrieb lenkt und sein Vater nur noch stiller Teilhaber ist, hat sich sein Umsatz vervierfacht. Das ist schon mal ein Indiz, dass es sich auch lohnt. Ein zweites ist, dass er in der Zeit mehrere große Investitionen tätigen konnte: die Erneuerung des Fuhrparks, eine belüftete Kartoffellager für 3.000 t sowie im vergangenen Jahr ein Vakuumkühlgerät, mit dem er Frischware schneller abkühlen und so besser frisch halten kann.

Fotos: Ledényi (5), Steinert, Kiermeir

ds

## DAS SAGT DIE JURY



Im Umkreis von wenigen Kilometern um den Hof der Kochs gibt es ein gutes Dutzend Direktvermarkter. Das war für Hannes Koch (rechts) ein Grund, sich mit anderen Entwicklungsoptionen zu befassen, erläutert er der Jury beim Betriebsbesuch.

### Geschäftsidee des Jahres

**Werner Schwarz, Präsident des Bauernverbands Schleswig-Holstein, und Vizepräsident des Deutschen Bauernverbands:**

„Es beeindruckt, wie ein junger Betriebsleiter mit Konsequenz und Mut Ideen, auch aus der Fachschule, in die Praxis umsetzt. Und er beweist, dass Leidenschaft auch betrieblich zum Erfolg führen kann.“

**Jens Steinhardt, Key Account Manager Mitas:**

„Durch die eigene Vermarktung an den Handel macht er sich unabhängiger vom Großhandel. Hannes Koch schafft damit Arbeitsplätze und weitere Perspektiven für den landwirtschaftlichen Betrieb.“

**Detlef Steinert, dlz agrarmagazin:**

„Was die Kunden fordern, fließt unmittelbar in die Strategie des Betriebs ein. Ein Landwirt als Erzeuger und aktiver Vermarkter.“



Gruppenbild mit Sieger und Juroren bei der Nacht der Landwirtschaft: Jens Steinhardt von Sponsor Mitas (links), Bauernpräsident Werner Schwarz (2. v. r.) und dlz-Chefredakteur Detlef Steinert.

Kategoriesponsor:



Hauptsponsor:

