

COFARM



FALLSTUDIE: La spesa in campagna
Siena

Einleitung

Die Fallstudie bezieht sich auf das Management der Direktvermarktung in der Stadt Siena durch eine Gruppe von Landwirten. Ausgehend vom nationalen Verband Bauernverband CIA wurde mit dem Namen „La Spesa in Campagna“ (Einkaufen auf dem Land) eine Gruppe von Landwirten der Provinz Siena gefördert um den örtlichen Verein „La Spesa in Campagna Siena“ zu gründen. Der Verein betreibt einen gemeinsamen Verkaufsladen für ihre Produkte. 16 Landwirte eröffneten den Laden in Siena, der von ihrem Verein „La Spesa in Campagna“ geführt wurde. Der Erfolg dieser Kooperationserfahrung ermutigte weitere Landwirte zur Teilnahme; Tatsächlich sind heute 43 Landwirte an der Verwaltung des gemeinsamen Ladens beteiligt.

Grundinformation



Siena (I)

Name La spesa in campagna Siena

Erfahrung mit Kooperationen am Hof seit 2012

Art der Kooperation Erzeugergemeinschaft

Anzahl involvierter Landwirte/ Unternehmer 43

Internet links <https://www.facebook.com/Bottega.Spesa.Campagna.Siena/>



Betriebsdaten

Betriebsbeschreibung

Im Netzwerk finden sich heute 43 Landwirte. Viele Landwirte sind für hohe Qualitäten in Anbau und Verarbeitung sowie meist auch im ökologischen Landbau zertifiziert. Der Laden, in dem 4 Teilzeitmitarbeiter arbeiten, bietet eine breite Produktpalette. Dazu gehören: Wein, Öl, Gemüse, Fleisch, Käse, Nudeln, Brot, Mehl, Hülsenfrüchte, Marmeladen, Saucen, Säfte und andere landwirtschaftliche Erzeugnisse.

Die Besonderheit der Geschäftsführung ist das Direktverkaufssystem: Jeder Landwirt verkauft seine eigenen Produkte, die Rechnungen werden direkt an jeden Landwirt geschickt. Dieses System hat einen doppelten Vorteil: Landwirte können eine höhere Wertschöpfung erzielen, sie verkaufen ihre Produkte direkt; Verbraucher erhalten die Herkunfts- und Rückverfolgbarkeitsgarantie von Produkten.



Daten zum Kooperationsprozess

Aufgrund der kleinteiligen Landwirtschaft in der Region haben die Landwirte nicht genügend Kapazitäten, um individuell mit Handelsketten zu verhandeln. Sie haben auch Schwierigkeiten, ihre Produkte direkt an die Verbraucher zu verkaufen. Die Herausforderung der beschriebenen Form der Zusammenarbeit besteht darin, den Direktverkauf zu ermöglichen, und Kunden zu finden, die lokale Produkte direkt von Landwirten kaufen wollen. Konkret beruht die Innovation dieses Systems auf einer speziellen Rechnungslegung mit entsprechender IT. Wenn der Kunde die Produkte kauft, erhält er eine Rechnung vom Lebensmittelhersteller, dem Landwirt. Dank dieses Systems haben die Verbraucher klare Informationen über die auf dem Betrieb hergestellten Produkte mit voller Rückverfolgbarkeit, und jeder Landwirt ist auf dem Etikett des Produkts erkennbar. Der Laden wird direkt vom Verein "La Spesa in Campagna Siena" verwaltet. Die Kosten des Managements (im Laden beschäftigtes Personal, Miet- und Verbrauchskosten) werden von den Landwirten getragen, wobei im Durchschnitt 24% des Verkaufspreises diesen Kosten zugeordnet sind. Die Rate ist jedoch nicht fest, sondern abhängig vom monatlichen Umsatz. Dies kann von Monat zu Monat variieren (22-30%). Logistische Unterstützung leisten auch die Landwirte. Sie bringen ihre Produkte direkt in

den Laden. Der Umsatz des Ladens steigt über die Jahre: 2017 wurde ein Umsatz von € 480.000,00 erzielt, was gegenüber 2016 eine Steigerung von mehr als 10% bedeutet. Die Produkte werden mit Ausnahme von Orangen und Zitronen lokal bezogen. Die Zitrusfrüchte werden direkt von Landwirten in anderen Regionen Italiens bezogen. Der Errichtung des Geschäfts erfolgte ohne private oder öffentliche Fremdmittel. Der Laden wurde sehr erfolgreich und gewann einen treuen Kundenstamm. Seit der Gründung ist die Anzahl der beteiligten Landwirte von 16 auf 43 Bauern stark angestiegen. Im gleichen Zeitraum hatte der Verkaufsladen 2.200 Kunden gewonnen. Die Facebook-Seite erreichte 1400 Anhänger.

Die wichtigsten Wissensanforderungen für diese Art von Vermarktung umfassen:

- Kooperationssysteme in der Landwirtschaft
- rechtliche und finanzielle Verwaltung
- Grundsätze des Direktverkaufs und kurzer Lebensmittelketten

Nach dieser ersten erfolgreichen Initiative hat der Verein „La Spesa in Campagna Siena“ kürzlich die Gründung eines Netzwerks weiterer landwirtschaftlicher Unternehmer gefördert, mit dem Ziel, in einem anderen Gebiet der Provinz Siena einen neuen Laden für landwirtschaftliche Produkte zu schaffen. Das Netzwerk beteiligte sich als federführender Partner in einem Projekt im Rahmen des EPLR (2017) für Integrierte Lebensmittelketten. Das Netzwerk umfasst 20 assoziierte Mitglieder, von denen 13 Mitglieder als direkte Begünstigte des Projektes sind. Das Projekt sieht eine Investition von fast 2.000.000 Euro vor.

Der Hauptvorteil für Landwirte, die teilnehmen, besteht in der Möglichkeit, eine gemeinsame Verkaufsplattform zu nutzen, wodurch die Schritte vom Erzeuger zum Verbraucher innerhalb der Lebensmittelversorgungskette reduziert werden und somit die Zwischenkosten entfallen.

Der kritische Punkt ist, dass der Laden in Bezug auf das Asset Management aufgrund logistischer Faktoren und Platzbedarf für die Lagerung keine großen Mengen von Produkten aufnehmen und verkaufen kann. Das Netzwerk ist eines der ersten Beispiele für die Zusammenarbeit im Direktvertrieb in der Region. Seine Hauptfunktion besteht darin, lokale Produkte aufzuwerten und die Entwicklung einer kurzkettigen Wirtschaft zu unterstützen.

Vor- und Nachteile dieser Initiative sind:

Vorteile:

- Niedrige Verwaltungskosten für Landwirte
- Gute Qualität und Gewährleistung der Rückverfolgbarkeit der Produkte, Aufbau von Vertrauen bei den Verbrauchern und Ermutigung, sich beim Einkauf auf Qualität statt auf Quantität zu konzentrieren.
- Unterstützung des Unternehmenswachstums und der Nachhaltigkeit von Kleinbetrieben.

Nachteile:

- Hohe Stückkosten in der Verwaltung, daher sind die Preise für Verbraucher etwas höher als auf dem normalen Markt.
- Die Geschäftsführung wird vom Verband geleitet, daher ist ein guter Zusammenhalt erforderlich.

Ratschlag des Unternehmers

“ Kurze Lebensmittelketten sind keine allgemeine Lösung für die Vermarktungsprobleme von Landwirten. Sie sind aber eine wichtige Hilfe zur Förderung lokaler Produkte von Kleinbetrieben.

Im Zusammenhang mit einem landwirtschaftlichen Sektor, der auf kleinen landwirtschaftlichen Betrieben und einer diversifizierten Produktion basiert, ist die Zusammenarbeit bei der Vermarktung einer der Hauptfaktoren für die Verbesserung ihrer Wettbewerbsfähigkeit. ”

“ Die Beziehung zwischen Landwirten und Verbrauchern ist in einem Agrar- und Nahrungsmittelsystem, das auf Qualität, Lebensmittelsicherheit und Aufwertung des Territoriums basiert, von wesentlicher Bedeutung. ”

Überlegungen/ Fragen

- Denken Sie, dass eine ähnliche Entwicklung eines solchen Projektes in Ihrer Region wiederholt werden könnte?



Stichwörter

Stichwörter hinsichtlich der Kooperation

Direktvermarktung/
kurze Wertschöpfungskette
Vermarktung/ Verkauf
Erzeugergemeinschaft

Stichwörter hinsichtlich der Landwirtschaft

Biologische/ integrierte/
zertifizierte Landwirtschaft
Kleinbetriebe/ Familienbetriebe
Traditionelle Erzeugung/
Landwirtschaftsmethoden

Partner



LIT

Active Leadership in Education,
Enterprise and Engagement

Limerick Institute of Technology:
(Irland)
www.lit.ie/rdi

HOF UND LEBEN

Hof und Leben GmbH
(Deutschland)
www.hofundleben.de



Asociace
soukromého
zemědělství ČR

Asociace Soukromeho Zemedelstvi
Ceske Republiky (Tschechische Republik)
www.asz.cz



On Projects Advising SL
(Spanien)
www.onprojects.es



Union de Agricultores y Ganaderos-
Jovenes Agricultores de Jaén (Spanien)
www.coagjaen.es



Biotehniški Center Naklo
(Slowenien)
www.bc-naklo.si



Confederazione Italiana Agricoltori Toscana
(Italien)
www.ciatoscana.eu



European Landowners' Organisation
(Belgien)
www.europeanlandowners.org

Soziale Medien



/CoFarm
www.facebook.com/CoFarm-1793897127551330



/COFARM_ERASMUS
www.twitter.com/COFARM_ERASMUS

Projekt-Homepage

www.cofarm-erasmus.eu



Kofinanziert durch das
Programm Erasmus+
der Europäischen Union

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.
CO-FARM: Enhancing COoperation amongst FARMing entrepreneurs
Projekt-Nr: 2016-1-IE01-KA202-016870