

In neuen Märkten denken: Die Haselnuss





Gliederung

1. Geschichte des Hofes
2. Persönliche Markterfahrungen am Beispiel von Spirituosen und Spargel
3. Wieso Haselnüsse?
4. Wie entwickelt man den neuen Markt?
5. Haselnussmärkte
6. Unsere Ziele

1. Vorstellung Geschichte Hofes Böckenhoff

- Vater Bernhard Böckenhoff: Spirituosen, Bullenmast, Ackerbau

- 1989: Übernahme des Betriebs

Einstellung Spirituosenbetrieb

Weiterführung Bullenmast

und Alkoholproduktion





2. Markt Erfahrung Spirituosen

- Spirituosenumsatz rückläufig, sinkender Markt
- Verdrängungswettbewerb: viele Marktteilnehmer sind im Unterbietungswettbewerb
 - viele Betriebe hörten auf
 - Es gibt nur wenige große Betriebe und eine Vielzahl kleiner Betriebe, die spezialisiert sind



2. Markt Erfahrung Alkoholproduktion

- Marktordnung in Deutschland: Branntweinmonopol
- Aufgrund EU-Urteil gleicher Wettbewerb für alle EU-Länder aufgelöst
- Ähnliches System wie Heute: Biogasanlage im EEG
 - durch politische Entscheidungen sind geregelte Märkte stark verändert worden

Stand Heute:

- Alkoholimport aus Brasilien zu Preisen, zu denen man in der EU die zur Produktion benötigten Rohstoffe, nicht kaufen kann

2. Markt Erfahrung Spargel

- 1977 Spargelanbau auf 5ha mit Bewohnern aus dem Dorf
- Öffnung Polens + Lohngefälle zwischen West/Ost
 - Verfügbarkeit von motivierten Arbeitskräften, die bis heute gerne kommen
 - Erhöhung des Spargelanbaus auf Kulturflächen in DE
- Früher war Spargel ein Edelgemüse, mittlerweile ist der Spargelmarkt sehr groß und es gibt eine starke Marktdurchdringung
- war bisher ein wachsender Markt



Spargelmarkt in der Zukunft

- Steigende Mindestlöhne in DE
 - Risiko zur Verdrängung der deutschen Bauern durch Wettbewerber aus dem Ausland auf dem deutschen Markt
 - durch staatl. Eingriffe gibt es verzernte Wettbewerbsbedingungen für arbeitsintensive Kulturen (z.B. auch Bio Landwirtschaft)





- Ist der deutsche Konsument bereit für Produkte aus der Heimat das Doppelte zu zahlen?
- Wie sieht die Zukunft der deutschen Bauern aus?
- Möchte ich, als LW-Unternehmer in, vom Staat abhängige Unternehmer investieren? (z.B. Biogas, Photovoltaik, Windkraft, Agrar PV-Anlagen)
- Oder bleibe ich in der Lebensmittelproduktion tätig?

1. Aufgrund Klimawandel werden zukünftig einige Länder durch Dürre (z.B. Spanien) in der Produktion Probleme aufweisen
→ DE als einer der klimatisch bevorzugten Agrarstandorte in EU

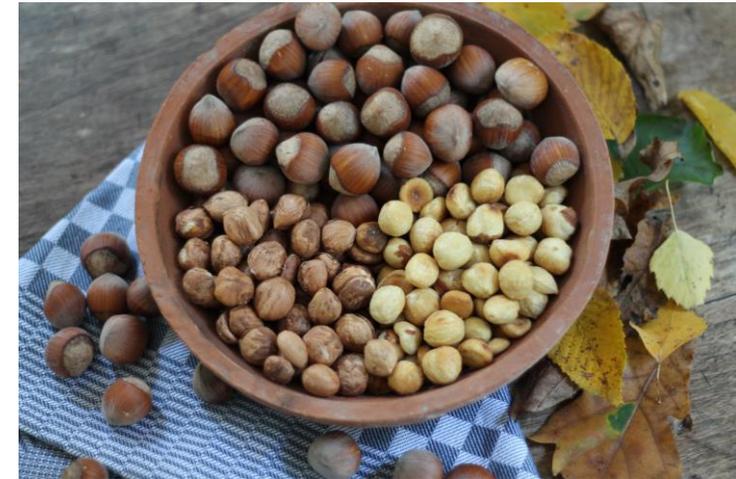


Wir brauchen deutsche Landwirte zur Lebensmittelproduktion

Der deutsche Bauer ist die Lösung für grüne Herausforderungen

Wieso Haselnüsse?

- Ca. 95% aller Haselnüsse werden importiert
- Die Qualität der importierten Nüsse fördert nicht den Konsum
- Leckere Nüsse fehlen im Markt
- Veränderung der Verzehrsgewohnheiten



Bsp. Für eine vegetarische/vegane Ernährung ist die Nuss ein wesentlicher Bestandteil → weniger Fleisch, mehr Nuss

- Es öffnen sich uns neue Märkte und diese können wir als regionaler Anbieter und vor allem durch unsere Nähe zum Kunden selber entwickeln



Wie entwickelt man den neuen Markt?

- Neugierde wecken durch Pressearbeit
 - alle Medien ansprechen und Nutzen (TV, Zeitungsartikel)
 - Tag der offenen Nuss
 - Weihnachtsmärkte und versch. Bauernmärkte
 - Hofführung, Kaffeefahrten
- Produkt probieren lassen, anfüttern führt zum Wiederkauf (geröstete)
- Wenn Konsumwunsch geweckt wird, kann man treue Kunden gewinnen
- Sehr arbeitsintensiver Verkauf, wird mit Stammkundschaft belohnt

Markt 1: Direktvermarktung



- 100% unserer Kunden haben zuvor niemals bessere Nüsse gegessen und wundern sich über die Vielfältigkeit des Geschmacks
- Aktiv durch Probieren verkaufen
- Stammkunden bestellen per Internet im Online Shop oder besuchen regelmäßig unseren Hofladen

Markt 1: Direktvermarktung

- Haltbares, hochwertig aber neues Produkt
- Internet bietet Bauern einzigartige Vermarktungschance
- Als Direktvermarkter alle Handelsstufen überspringen und direkt zum Endverbraucher gelangen
- Geschenkartikel aus der Heimat



Markt 2: Weiterverarbeitung

- Eigene Weiterverarbeitung
- Verkauf an Lebensmittelindustrie (zurzeit nicht, da Preis nicht passt)



Markt 3: Wiederverkäufer

- Fachhandel
- Bars
- Gastronomie
- Kette
- Discounter
- Wird nicht beliefert, da kein aktiver Verkauf möglich
- Keine Deklarationspflicht für Handelsketten, Ursprung der Nüsse ist für den Verbraucher nicht zu erkennen. ALLES Gleich schlecht!!
- Die Marke ist die Kette, Der Preis ist wichtiger als der Geschmack



5. Unsere Ziele

- Produktion von leckeren Haselnüssen mit hohem Ertrag und guten Preisen zu verkaufen, heimatliche Lebensfreude durch Genuss!
- Regional ist wichtiger als Bio Haselnüssen
- 5 Kg/Baum mindestens (damit langfristig gesicherter Ertrag)
- Wir benötigen die besten Haselnussorten für hohen Ertrag
- Aufbau einer deutschen Nussmarke (Deklarationspflicht)
- Zentrales Knacken und Sortieren der Nüsse um neue Technik nutzen zu können (digitale Sortiermaschine)





Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!