

43.1 Landwirtschaftliche Vermarktungsstrategien

M1 Werbeanzeige der Molkerei Schrozberg



M4 Schwäbisch Hällische Landschweine



M2 Molkerei Schrozberg

Im Jahr 2014 blickt die Molkerei Schrozberg auf eine über 100 jährige Geschichte als Molkereigenossenschaft zurück. Was aber das Besondere an dieser Firmengeschichte und der Schlüssel zum großen Erfolg heute ist, das ist die Entscheidung von Molkereileiter Hans Wechs im Jahre 1974. Wechs nahm damals zwölf Demeter-Milchbauern als Genossen auf und legte den Grundstein für das größte Sortiment an Milchprodukten in Demeter-Qualität.

Aus den zwölf Bauern damals sind heute über 100 Bauern geworden, die über 21 Millionen Kilogramm Demeter-Milch im Jahr 2014 lieferten.

Die Betriebe produzieren die Milchprodukte nach den strengen Regeln des Demeter-Verbandes. Dazu gehören unter anderem, dass die Tiere ihre Hörner behalten dürfen und dass im Sommer 50 % des Futters der Kühe aus frischem Gras bestehen.

Nicht nur für die Kühe ist das Leben als Demeter-Kuh ein anderes, auch die Herstellung der Milchprodukte unterliegt eigenen Richtlinien. So wird die Demeter-Milch nicht homogenisiert, was bedeutet, dass sich in der Flasche eine Rahmschicht absetzt, die Milch also so ursprünglich wie möglich bleibt.

Der Erfolg lässt sich 2014 in Zahlen fassen: Gesamtumsatz um 8,6 Prozent gesteigert, Anlieferung von Demeter-Milch mit einem Plus 7,2 Prozent erhöht, Demeter-Sahne plus 73 (!) Prozent. Allein das Demeter-Joghurt-Segment legte im vergangenen Jahr um 278 Tonnen zu, wobei sich vor allem die Einführung des 500-Gramm-Glases als Glücksfall erwiesen hat.

M3 Genossen und Milchmenge der Molkerei Schrozberg

Jahr	Anzahl der konventionellen Lieferanten	gelieferte konventionelle Milchmenge in t/Jahr	Anzahl der Demeter-Lieferanten	Gelieferte Demeter-Milchmenge in t/Jahr
1900	83	219		
1910	284	365		
1950	960	4.288		
1974	890	16.600	12	730
1980	733	19.068	18	1.788
1999	298	17.500.000	86	11.200.000
2014	216	33.000.000	100	21.000.000

M5 Die Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall (BESH)

Dass sich die Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall im Jahr 2014 als „Unternehmensgruppe“ bezeichnen würde, hätte im Gründungsjahr 1988 kaum jemand für möglich gehalten. Gegründet wurde sie von acht Bauern mit dem Ziel, die Schweinerasse der „Schwäbisch Hällischen“ (umgangssprachlich „Mohrenköpfe“) zu erhalten und zu vermarkten. Heute sind in der BESH mehr als 1.400 Bauern der Region Heilbronn-Franken organisiert.

Die Richtlinien der BESH für die Schweineaufzucht sind streng: Es dürfen keine Antibiotika und keine gentechnisch veränderten Futtermittel zum Einsatz kommen. Die Schweineställe müssen großzügig sein, regelmäßig muss frisches Stroh eingestreut werden, außerdem sind sogenannte „Spaltenböden“ verboten. Im Sommer müssen die Tiere im Freien auf der Weide gehalten werden.

Doch die Umsatzzahlen (siehe M6) und zahlreiche Auszeichnungen geben dem von der BESH verfolgten Konzept Recht. Auch das Produktangebot und die Vermarktungsstrategien der BESH konnten immer weiter ausgedehnt werden: Beispiele sind das weit über die Regionsgrenzen bekannte „Boeuf de Hohenlohe“ (Hohenloher Weiderind), der Regionalmarkt in Ilshofen/Wolpertshausen oder die Präsenz in der Markthalle Stuttgart.

M6 Umsatzzahlen der BESH

Jahr	1990	1993	1996	1999	2002	2005	2008	2011	2014
Umsatz (in Mio. €)	3	6	16	21	35	61	77	88	119

Quelle: www.besh.de

AUFGABEN

1. **Partnerpuzzle:** Bearbeite mit einem Partner arbeitsteilig die beiden Spalten dieses Arbeitsblattes. Beschreibt euch gegenseitig die jeweilige Unternehmensentwicklung.
2. Stelle den Inhalt der Tabellen M3 und M6 in einer graphischen Darstellungsform eurer Wahl dar.
3. Stelle Vermutungen an, weshalb die Molkerei Schrozberg und die Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall derart erfolgreich sind.