



**Agra 2017**

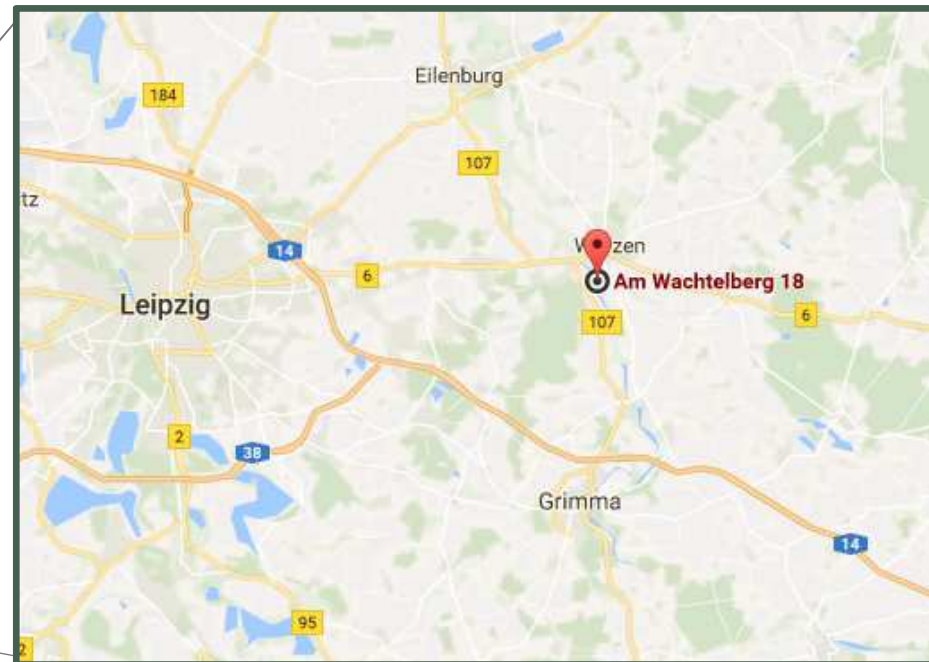
**Workshop 4**

**Vermittlung von Informationen zur Direktvermarktung  
Betriebsstrategie für die Zukunft**



Leipzig, 05.05.2017

# Standort





Ackerbau Nemt	Milchgut Nemt KG	ABIS Nemt GmbH & Co KG	Landgut Nemt GmbH
Einzelunternehmen	KG	GmbH & Co KG	GmbH
Ökologischer Ackerbau	Milcherzeugung konv.	Energie	Direktvermarktung
840 ha Ackerland	150 ha AL, 160 ha GL		
Feldgemüse, Kartoffeln, Getreide, Futter	680 Milchkühe, 10.000 kg LKV Eigenes Jungvieh z.T. ausgelagert	1 MW Biogas	400 Privatkunden 90 Kindereinrichtungen 100 Wiederverkäufer und Gastronomie
18 Mitarbeiter	13 Mitarbeiter	2 Mitarbeiter	25 Mitarbeiter



## 1991 Betriebsgründung Milchgut Nemt

- Übernahme und Privatisierung einer ehemaligen LPG in Wurzen durch Rene Döbelt
- ab dem ersten Produktionstag wurde der Betrieb nach ökologischer Wirtschaftsweise betrieben
- wir sind Gründungsmitglied des ostdeutschen Anbauverbandes Gäa in Dresden mit der Betriebsnummer 3
- Mehr als 50 % der Fläche in der Trinkwasserschutzzone
- Bewirtschaftung aller Flächen der engeren Schutzzone II (und teilweise I) rund um die Brunnen der Wasserwerke Wurzen 1, 2 und 3
- Ökologischer Landbau seit 1991 mit nachhaltiger Absenkung der Nitratwerte im Rohwasser auf ca. 50% im Verhältnis zur Vorbewirtschaftung
- Nicht nach alter Vorväter Sitte - Ökolandbau ist eine moderne und nachhaltige Form der Landbewirtschaftung

## Auszüge aus dem Bio-Anbauprogramm heute

- 100 ha Gemüseerbsen (für Tiefkühlverarbeitung)
- 50 ha Buschbohnen (für Tiefkühlverarbeitung)
- 12 ha Möhren (für Tiefkühlverarbeitung)
- 8 ha Rote Rüben bzw. Rote Beete
- 55 ha Zwiebeln (gelbe, rote sowie Schalotten)
- 85 ha Kartoffeln
- 200 ha Luzerne, Klee gras,
- 300 ha Winterweizen, Triticale, Körnermais



Buschbohnen





Kartoffeln



## Stromerzeugung aus Biogas

- Bau zweier Biogasanlagen in 2007 und 2011
- BGA1: 1x548kW Jenbacher Motor
- BGA2: 2x252kW MAN Motoren
- Wärmenutzung im Milchviehstall sowie in Getreidetrocknung für Körnermais
- Einsatzstoffe: 60t Gülle, 35t Mais, 4t Grassilage pro Tag
- Jährlich werden ca. 8,5 Mio. kWh grundlastfähiger Strom erzeugt und eingespeist
- Teilnahme an Direktvermarktung







## Milcherzeugung am Standort

- Unternehmensentwicklung: Neubau eines Boxenlaufstalles mit 480 Plätzen im Jahr 1994
- Erweiterung auf insgesamt 600 Plätze im Jahr 1999
- Bauart „Außenklimastall“: Alle Tiere können sich innerhalb und außerhalb des Stalles frei bewegen, Futter und frisches Wasser stehen ihnen jederzeit nach Belieben zur Verfügung; Jede Kuh hat ihre eigene Box, deren Liegefläche mit Stroh eingestreut ist, um den Kuhkomfort zu erhöhen.
- 2 x mal tägliches Melken im 32er Melkkarussell
- Fütterung erfolgt auf Basis von selbst erzeugten Grundfutter aus Gras-, Luzerne- und Maissilage
- Seit März 2013 sind alle Futterkomponenten zertifiziert gentechnikfrei
- Unsere 680 Milchkühe geben jährlich rund 6.3 Mio. kg Milch





## Milchdirektvermarktung am Standort

- Animiert durch einen Zeitungsartikel einer großen Agrarzeitung wurde das Thema Direktvermarktung innerhalb der Familie besprochen
- Durch Besuche in den alten Bundesländern bei Direktvermarktern konnten wir uns ein Bild vom Thema machen
- Ich, Karsten Döbelt, ausgebildeter Handwerksbäcker und Lebensmittelingenieur entschied mich, den Bereich Direktvermarktung im Landwirtschaftsbetrieb zu integrieren
- Mitte 1997 wurde im abgetrennten Bereich des Stalles und des Melkkarussells ein Hygienebereich für die Abfüllung von Milch eingerichtet
- Pasteurisierung erfolgte noch in der Feinkäserei Zimmermann in Falkenhain, da die Käserei unsere Milch für die Herstellung von Bio Weichkäse verwendete
- Abholung der Milch aus Falkenhain erfolgte durch uns in 20 Liter Kannen
- Wir begannen mit einem Vertriebsweg, der die Haus zu Haus Belieferung unserer Kunden zum Inhalt hatte
- November 1997 erste Auslieferung von frischer naturbelassener Milch
- 23 Privatkunden in der ersten Liefertour und Lieferwoche



## Milchdirektvermarktung am Standort

- Herauslösung des Bereiches Direktvermarktung aus dem Landwirtschaftsbetrieb und Gründung einer neuen Firma, der Landgut Nemt GmbH
- Gründe waren hauptsächlich steuerlicher Art, aber auch, dass dieser Bereich selbstständig funktionieren sollte
- Gleichzeitig Aufspaltung des eigentlichen Landwirtschaftsbetriebes Milchgut Nemt in weitere Firmen: Milchgut Nemt, Ackerbau KG Nemt und Jungrinder KG Nemt. Später kam noch die Abis Nemt dazu
- Das Milchgut Nemt wurde von ökologischer Wirtschaftsweise auf konventionelle Wirtschaftsweise umgestellt
- Hauptgrund waren wirtschaftliche Faktoren wie z.Bsp. das wir über viele Jahre Biomilch in hoher Qualität produziert haben und nur zum konventionellen Preis entlohnt wurden
- Auch der eigentliche Grund der damaligen Installierung der Direktvermarktung im Landwirtschaftsbetrieb konnte diese Umstellung nicht verhindern
- Wir merkten relativ schnell, dass wir in unserer Betriebsgröße nur mit der Direktvermarktung den landwirtschaftlichen Betrieb (Milchproduktion) nicht „retten“ können
- Wir verarbeiteten damals 10% der Milch, die wir im LW Betrieb gemolken haben, 90% gingen an die Großmolkerei zu den üblichen generell schlechten Preisen
- Dazu noch bei uns noch in Bioqualität und zum konventionellen Preis
- Ackerbau KG wurde und wird bis zum heutigen Tag nach ökologischen Gesichtspunkten bewirtschaftet
- Aufgrund der Umstellung im Milchproduktionsbereich konnten wir in der neuen Landgut Nemt GmbH keine zertifizierte Biomilch mehr anbieten, sondern konventionelle Milch



## Milchdirektvermarktung am Standort

- Innerhalb unseres Kundenkreises verloren wir natürlich die überzeugten Bioverbraucher und Bio Läden aus unserer Kundschaft
- Was uns damals schon sehr beeindruckt hat, dass wir doch relativ wenige Kunden verloren haben durch diese Umstellung
- Scheinbar war für viele nicht die Bio Qualität das Kriterium, weshalb sie bei uns bestellt haben
- Aus Kundenbefragungen standen die Frische, der Service und die Transparenz (Hoffeste) unserer Arbeit deutlich über dem Bio Aspekt
- Heute sehe ich es als zeitiger Beginn des Themas Regionalität
- Es folgten weitere Versuche des Ausbaus der Kundenanzahl mit gleichzeitiger Vergrößerung unserer Angebotspalette, auch damals schon vorrangig mit regionalen handwerklichen Herstellern (Eierlieferant, Fleischer, Gemüse,...)
- In dieser Phase erhielten wir auch die Zulassung als Schulmilchlieferant, wodurch wir Kindereinrichtungen wie Kindertagesstätten, Schulen und Heime mit unserer Frischmilch beliefern durften
- Problem in diesem Bereich bestehen neben den obligatorischen bürokratischen Auflagen aus den Anforderungen der EU und der länderspezifischen Förderung
- Und die Tatsache, dass überwiegend alle Kindereinrichtungen und Schulen eine Kühlmöglichkeit brauchten, um unsere Frischmilch hygienisch einwandfrei lagern zu können.









## Breites Produktsortiment in der Direktvermarktung



Milch, Käse, Quark, ...<sup>1)</sup>



Frisches Bio-Gemüse



Brot, Brötchen, Kuchen, ...



Hofladen



Online bestellen



Schulmilch

1) Erste Molkerei in Sachsen mit komplett gentechnik-freier Produktion, zertifiziert seit 20013



## Milchdirektvermarktung am Standort

- Räumliche Veränderung des Betriebssitzes vom Wurzener Ortsteil Nemt zum Wurzener Ortsteil Dehnitz
- Über Flächenerwerb für den Landwirtschaftsbetrieb erwarben wir ein sanierungsbedürftiges Objekt im Wurzener Ortsteil Dehnitz
- In diesem Objekt wurde eine neue EU zugelassene Hofmolkerei errichtet
- Unsere Produktionsbedingungen in Nemt waren nicht mehr ausreichend bezüglich räumlicher Größe, Produktvielfalt und auch aus hygienischer Sicht
- Durch die deutlich besseren Bedingungen weiteten wir unsere Produktpalette im Bereich Molkerei stark aus
- Bis zum Umzug produzierten wir nur die pasteurisierte Frischmilch im Mehrwegbehälter
- Dann stellten wir unsere komplette Produktpalette auf Einwegsystem um, weil wir mit dieser Investition uns für den Einzelhandel öffnen wollten
- Auch hier gab es natürlich Kunden, die unseren Weg nicht mehr folgen wollten, weil für sie nur ein Mehrwegsystem in Frage kam
- Allerdings gewannen wir auch wieder neue Kunden, die sich besser mit dem Einwegsystem arrangieren konnten
- Gleichzeitig begann die Akquise im Bereich LEH
- Es dauerte alles seine Zeit, ehe man Termine, Listungen usw. bekam, hier kann man schon von Monaten sprechen



## Milchdirektvermarktung am Standort

- Immer wieder und immer wieder natürlich auch Privatkundenaquise
- Die Fluktuation an Kunden war gar nicht so gering, Milch allein wird irgendwann langweilig, deshalb auch die Ausweitung der Produktpalette
- März 2007 Eröffnung Hofbäckerei
- Im März 2007 haben wir im gleichen Gebäude unsere Hofbäckerei und den Hofladen eröffnet





## Milchdirektvermarktung am Standort

- Ca. 400 Privatkunden, die wir wöchentlich mit über 500 wählbaren Artikeln beliefern können
- Ca. 90 Kindereinrichtungen, Kitas, Schulen als zugelassener Schulmilchlieferant
- Ca. 50 Filialen des Lebensmitteleinzelhandels wie Konsum Leipzig, Edeka Nordbayern, Edeka Minden, Rewe Ost
- Weitere Wiederverkäufer wie Hofläden, Tante Emma Läden
- einige gastronomische Objekte wie fairgourmet (Messe Leipzig), Marche Restaurants im Zoo und Bahnhof Dresden und weitere Restaurants
- 1 Großcaterer für die Schulspeisung für Sachsen, Sachsen Anhalt und Thüringen

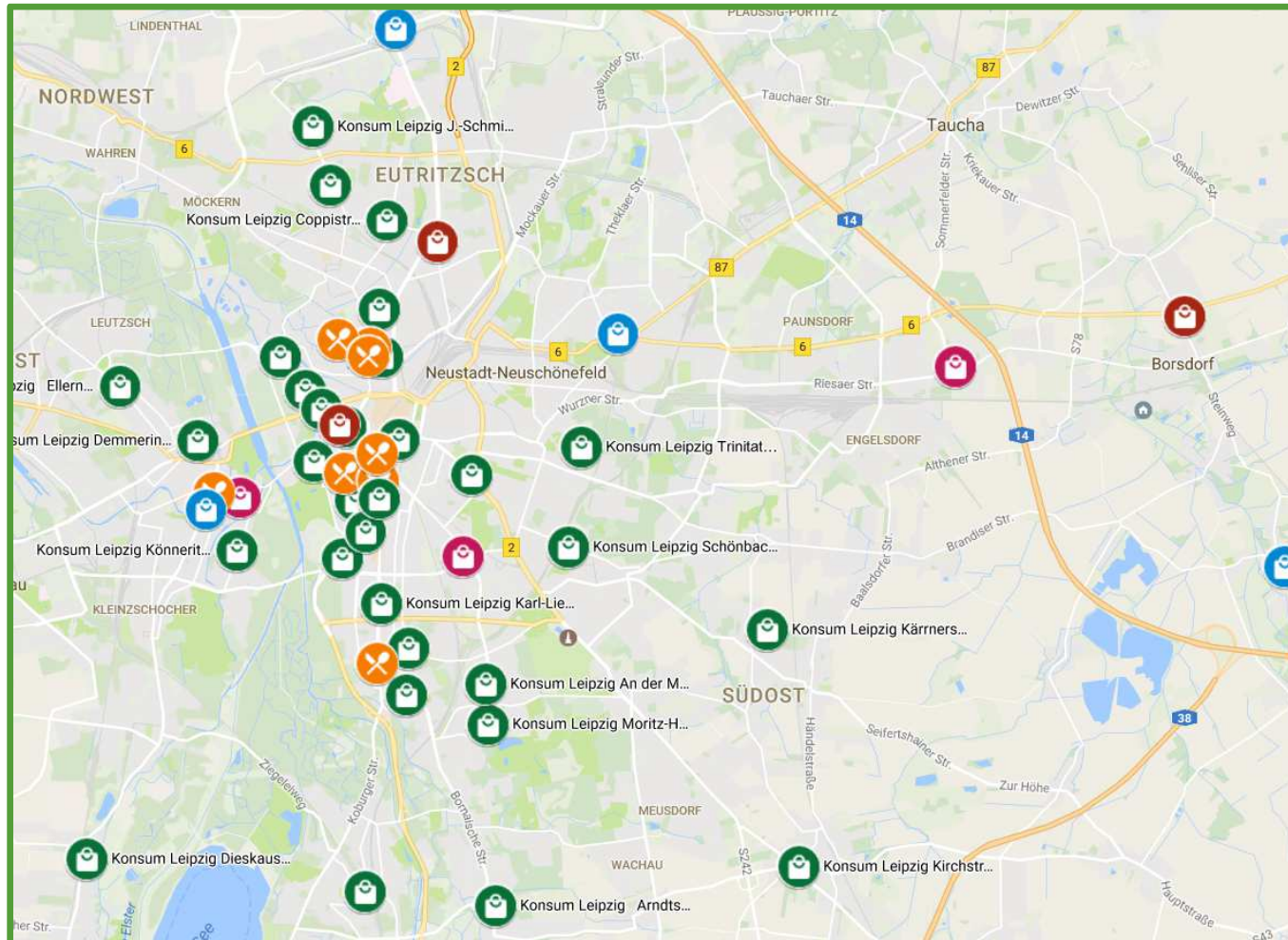


## Milchdirektvermarktung am Standort





- 25 Mitarbeiter – umgerechnet in Vollzeit AK 15
- Verarbeitungsmenge 700.000 Liter Milch / Jahr
- Hauptprodukte: frische Trinkmilch mit natürlichem Fettgehalt und Frische 1,5% Milch
  - • Joghurt und Fruchtjoghurt
  - • Quark und Frischkäse
  - • Schnittkäse
  - • Sahne und Creme fraiche
  - • Weichkäse als Käse in Öl
  - • Fruchtmilch (Schulmilch Vanille, Erdbeere, Kakao, Eiskaffee
  - - Zahlreiche Ehrungen für Produkte
  - • DLG Prämierungen für Milch und Brot
  - • Käseprämierungen für deutschlandweite Käseprüfungen



## Listung bei einzelnen Einzelhändlern rund um Leipzig



### Legende

-  Konsum
-  Rewe
-  Edeka
-  Marché / Gastronomie











## Schwerpunkt: Jährliches Hoffest

- Jährlicher Höhepunkt seit 1997
- Seit ca. 10 Jahren > 4.000 Besucher pro Jahr an einem Tag im Mai (21.05.2017)
- Intensive Kommunikation mit Bevölkerung zum Betrieb und zur Landwirtschaft allgemein
- Einfach Möglichkeit viel Aufklärungsarbeit zu leisten. Angebot von 4 unterschiedlichen Führungen (Themen: Ackerbau, Stall, Biogas, Molkerei u. Bäckerei) mehrmals täglich
- Wichtigstes Instrument zur Kundenbindung für die Direktvermarktung





## Ackerbau- Feldgemüseanbau (ökologisch)

- 1991 Schutz des Grundwassers im Wasserschutzgebiet
- Wachstum des Biomarktes seitdem von der Nische zum Segment
- Betriebliches Know-How in Öko-Gemüse und Kartoffel- Erzeugung
- Mit Brunnen und Beregnungsanlagen können Nachteile des Trockenstandorts ausgeglichen werden
- Zukunft: die Kundennachfrage nach deutschem Bio-Gemüse und Wachstum des Marktes
- Strategisches Risiko: hoher Aufwand an menschlicher Arbeit (Mindestlohn bei Handarbeit)



## Milcherzeugung (konventionell)

- ca. 10 Jahre Erzeugung von Bio-Milch bis zur Rückumstellung in 2001
- Milchmarkt hat bis zu diesem Zeitpunkt Bioqualität nicht honoriert. Abgabe an Molkereien teilweise nur zum konventionellen Milchpreis möglich
- Durch konventionellen Futterzukauf konnte die Anbaufläche für Bio-Gemüse ausgedehnt werden
- Milchkrise zeigt: Kostenführerschaft zwingend notwendig
- Konflikt mit Ansprüchen der Gesellschaft, des Ordnungsrechtes
- Massiver Investitionsbedarf bei sinkender Planungssicherheit



## Ist eine stärkere regionale Vermarktung der Königsweg?

- Arbeitsteilung und Spezialisierung
- Andere Märkte und andere Kunden, hoher Wettbewerbsdruck
- Weitere Risiken
- Landgut betreibt hohen Aufwand, vermarktet aktuell aber nur ca. 10% der gemolkenen Milch
- Direktvermarktung nur möglich, da Geschäftsführung und Know-How (ich bin Lebensmitteltechnologe) in der Familie liegt

# Vielen Dank für ihre Aufmerksamkeit

## **Kontakt**

**Karsten Döbelt**

T +49 163 8518180

karsten.doebelt@landgut-nemt.de

Am Wachtelberg 18

04808 Wurzen OT Dehnitz

[www.landgut-nemt.de](http://www.landgut-nemt.de)