

Managementstrategien in der ökologischen Agrar- und Ernährungswirtschaft?!

Wissenschaftstagung Öko-Landbau 2015 in Eberswalde,
Workshopreihe: Wertschöpfungsketten, 19.März 2015

Susanne von Münchhausen und Anna Häring
CORE Organic II Project HealthyGrowth

Gefördert durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft



Ablauf des Workshops 15.¹⁵-16.⁴⁵

- Einführung ‚Managementstrategien und -instrumente‘
- ‚Spielregeln Fishbowl‘ und thematische Schwerpunkte
- ‚Fishbowl‘ Diskussion
- Abschließende Ergebnisse

Diskussion 'Fishbowl'

Gäste und Sprecher:

- Ludolf v. Maltzan, Brodowin GmbH & Co
- Joachim Weckmann, Märkisch Landbrot GmbH
- Andrée Riedinger, Wünsch Dir Mahl

- Moderation: Susanne v. Münchhausen, HNEE

Leitfragen für die Diskussion

1. Welche Management-Strategien sind besonders relevant? (intern)

2. Inwiefern sind Management-Strategien wichtig für die Einbindung in die WSK?

3. Wie geht es weiter mit der Professionalisierung? - Chancen + Risiken für die Ökobranche?

1) Intern relevante Management Strategien

Hörses Landrot:

- Management dem Produkt untergeordnet
- 80% Auslastung
- Im Mittelpunkt steht das Brot
Gesprächskreise
(von unten → know how dessem. & responsibility)
- Organigramm / Org.-Struktur
 - Personalentwicklung
 - Kommissionierung & tendenziell
 - Qualitätssicherung (!)
 - Qualitätswachstum (man begrenzt sich bewusst im Wachstum)
- DLG-Kontrolle / Demeter (wödl. Kontrolle) - Aromarad (sensorische Wahrnehmung)
- kontin. Brotqualität zu garantieren = eine große Herausforderung
- „Gesundheit Boden / Mensch“
100% bio ⇒ Ziel d. Untern.

Obodorf Brodowin:

- 3 Säulen (LW, Molkerei, Vertriebsgesellschaft)
- Arbeitsplatzsicherung am Land / Dorf
 - Management der verschiedensten Zweige
- Zusammenarbeit ++ wichtig
→ Decidierter + 2 Verantw.
↳ immer mehr Verantwortung dorthin übertragen; "richtiges Personal" → Verantwortungen delegieren
- + Hofladen & Café
- [4. Säule - Stiftung gegründet → Notenschützengeld über Pöchl finanziert]
- 1800-Kisten / Tendenz

Wönsch dir Muhl:

- Starke Wachstumsstrategie → Herausf. P. Management
- Aufgaben intern klar verteilen
 - EXTERNE BERATUNG (kaufm. Bereich & Vertrieb) weil geringer Stammpersonal Kommunikation
 - Schnittstelle zw. innen & außen sein
 - Arbeitsplatzsicherung / soziales Engagement / Personal-Trennung / Weiterbildung

1.) Normen & Standards (ISO-Normen) - Zertifizierung

EMAS

kontrollierte & standardisierte Abläufe

Qualitätsbeauftragter, Hygienestandards

regelm. Proben / Kontrollen

als Absicherung
in der
Kommunikation
nach außen

"extra"-Zertifiziere über "Bio-basic"

→ als Differenzierungsmerkmal zu Anderen?

Um Strukturabläufe bestimmen zu können, HACCP

⊗ Widerstände in der Belegschaft?

gewisse Strukturen & gew. Grad an Profession, unumgänglich (auch für die externe Akzeptanz?)

"da richtiges Horn am richtigen Platz"

HUMAN RESOURCES
MANAGEMENT

Kontinuität

Experte von außen holen oder
Personal selbst ausbilden & "heranführen"

→ Selbstselektion & Auswahl in der dortl. Lernumgebung möglich

Visionen & Ideen (wie läuft der interne Partizipationsprozess
der Mitarbeiter? Einbindung)

Kreativität &
Innovationen erhöhen
(werden gefördert) durch den internen Wettbewerb um die besten Ideen!

Jahresplan erstellen (zu strateg. & operat. Bereichsleiter)

↳ Kollege zudeck / Visionen aufschreiben

Jahresmitarbeitergespräche & Visionen zu vermitteln
& Mitarb. einbinden

1/4 jährl. Projektlisten
zwischen
Bereichsleitern

2.) Bedeutung von Managementstrategien für die Einbindung in die WSK?

→ Wichtig! dass es nicht zu sehr abweicht in andere Geschäftszweige!

— Kommunik. Management (Selektion der wichtigsten Partner & Termine)
Zeitmanagement (Wen trifft ich wann wo & was bringt es mir?)

Vertrauen, Transparenz & Sicherheiten garantieren über direkte Bezüge / dir. Austausch / Kommunikation

Wichtig: Verbindlichkeit durch Komm. (Wechselseitigkeit, nicht austauschbar zu sein)

Kontinuität

Kennenternen der gesamten WSK

Verlässlichkeit

Anerkennung & Unterstützung

WS-Kreisläufe → Transparenz zum Kunden - Vertrauensbildung entlang der Kette

offene Kommunikationskultur

"Strategie" des "Kluttermehlbars" (od. Regionalität) - man schaut auf sich & sein Umfeld (Dorf, Netz, Mitarbeiter)

↳ das macht man von Herz / aus Überzeugung

Klutterweite vernetzen sich primär im engen Umfeld - Regional

Regionalität oft auch abh. von Produkt / vorgelag. Veränderungsrisiken

3.) Professionalisierung - Chance oder Risiko?

Prof. geht irgendetwas dazu.

BLW muss sich das Potenzial behalte für neue Ideen...

Effizienz = Lernprozess
Steigerung

→ Allenstellungsmechanik beibehalten & kommunizieren
(Transparent....)

Extra Leistung für extra Geld

Leistung bringt die die Kunden bezahlen wollen

⇒ Voraussetzung als
Daseinsberechtigung

→ Prof. darf nicht auf eine reine Technisierung & auf Qualitätsicherung abzielen sondern man muss den Kunden immer mitbedenken!!

Viele Serviceoptimierungen

persönliche Komponente darf nicht verloren gehen

Dialog zum: „Managementstrategien in der ökologischen Agrar- und Ernährungswirtschaft?“

Organisation:

Trotz effizienter
Organisation darf
das Unternehmen nicht
starr werden. Viel mehr

brauchen wir
'lebendige'
Strukturen!

Unsere
mutigen
Thesen:

Zur allgemeinen Aus-
richtung:

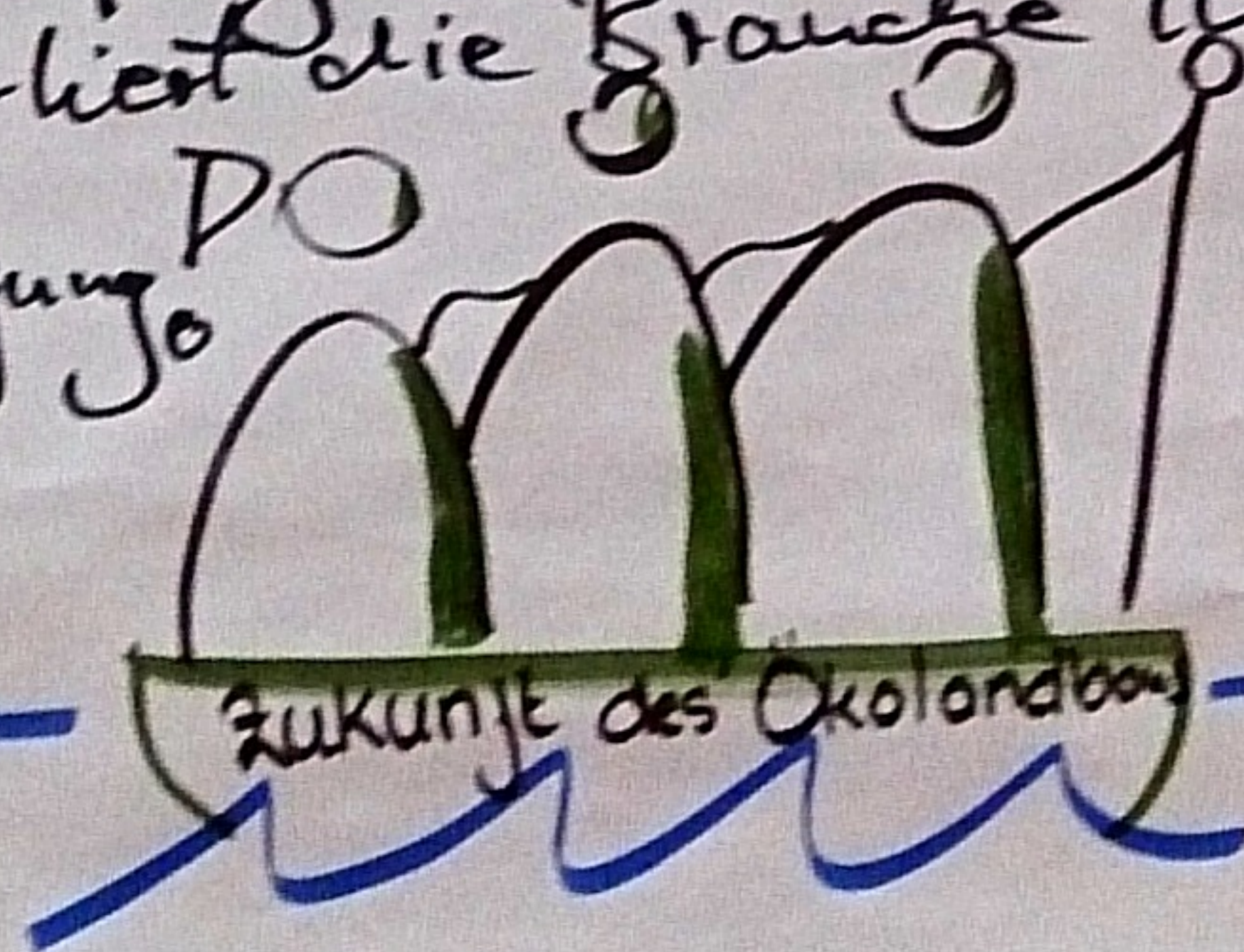
„Der Ökosektor hat
eine gesellschaftliche
Verantwortung - für
die Mitarbeiter, das Dorf,
die Gesellschaft.“

- ① Management der WSk:
„Wesentlich ist die
Kommunikation
auf Augenhöhe. Sie
soll Verbindlichkeit
und Verlässlichkeit sowie
Kontinuität garantieren!“

Personalmanagement:
„Man braucht die 'richtige'
Person am richtigen Platz
im Betrieb!“

- ② „Alle Mitarbeiter müssen
zur Weiterentwicklung
von Visionen + Ideen ein-
gebunden werden!“

Öko Betriebe + Unternehmen müssen
das Alleinstellungsmerkmal behalten
und vor allem erfolgreich kommunizieren.
Andernfalls verliert die Branche ihre
Existenzberechtigung!





Value-based growth of organic food chains

Supporting the further development of organic businesses, networks and initiatives

HEALTHYGROWTH



Aim of the project:
To provide knowledge on development pathways
from niche to volume while maintaining integrity
and trust.



Vielen Dank!

Kontakt: Susanne v. Münchhausen
susanne.vonmuenchhausen@hnee.de

www.coreorganic2.org

www.hnee.de/HealthyGrowth