

10.08.2019

SWISS AGRO FORUM: Am 13. September findet die Tagung zu Veränderung statt

«Mit «Ja, aber» kommen wir nicht weiter»

Zum neunten Mal organisiert Matthias Zurflüh die Tagung Swiss Agro Forum. Dieses Jahr geht es um Veränderung. Von Referenten aus dem Detailhandel könne man viel lernen und sich inspirieren lassen, sagt er.

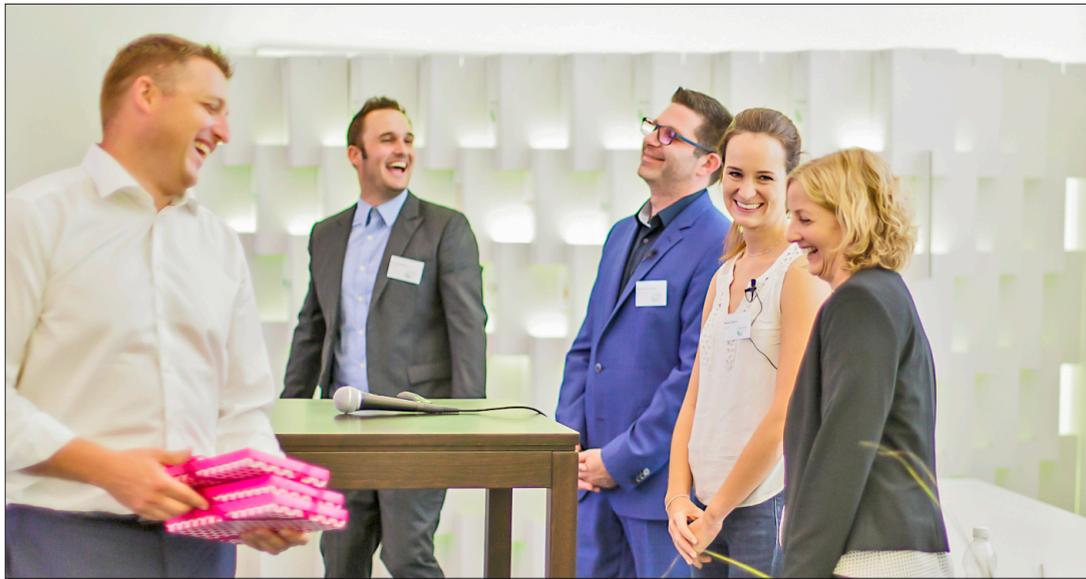
INTERVIEW: JULIA SPAHR

«Schweizer Bauer»: Das Thema des diesjährigen Swiss Agro-Forums ist Change-Management – Umgang mit Veränderung. Was für eine Zielgruppe spricht es an?

Matthias Zurflüh: Eine Zielgruppe sind Bauern, die interessiert sind an Veränderungen. Und ich bin der Meinung, dass jeder Bauer, der Unternehmer ist, daran interessiert sein sollte, wie Veränderung läuft. Da sich das Marktumfeld ständig verändert, müssen sie selbst sich auch verändern. Denken wir nur an die Digitalisierung, den Grenzschutz, die anstehenden Initiativen. Da wird man nicht fertig mit aufzählen, welche Veränderungen alle anstehen oder anstehen könnten. Da muss man sich als Bauer anpassen können. Eine andere Zielgruppe ist das mittlere Kader in der Landwirtschaft. Zum Beispiel der Agrarbereichsleiter in der Landi.

Die Referenten und die Referentin haben bis auf Martin Keller, Geschäftsführer der Fenaco, keinen direkten Bezug zur Landwirtschaft. Warum haben Sie das Programm so zusammengestellt?

Das machen wir immer bewusst so. Es geht darum, einen Horizont zu bekommen aus anderen Branchen. Aber die dieses Jahr



Letztes Jahr war Organisator Matthias Zurflüh (l.) nach dem Swiss Agro Forum offensichtlich vergnügt. (Bild: Roger Bucher)

vertretenen Branchen haben vergleichbare Umstände wie wir. Sie sind auch von Natur und Landschaft abhängig. Und die Köpfe hier waren erfolgreich in ihren jeweiligen Branchen. Also kann man etwas von ihnen lernen. Der Detailhandel ist zudem unser wichtigster Absatzmarkt. Wenn wir nicht wissen, wie der funktioniert, können wir noch lange unsere eigenen Stars anhören, wenn wir nicht wissen, was Coop, Valora und Migros wollen, nützt alles andere nicht viel.

Sie haben Ursula Nold, die neue Präsidentin der Genossenschaft, als Referentin eingeladen. Was kann man vom Referat konkret erwarten?

Sie wird sicher darüber sprechen, was das Genossenschaftsmodell der Migros auszeichnet. Und wie die Migros anstehende Veränderungen bestreiten will. Sie wird sicher auf der strategischen Ebene bleiben. Wir werden bestimmt keine operativen

Details zu hören bekommen. Vielleicht spricht sie darüber, dass bei der Migros Logistikplattformen zusammengelegt werden könnten oder dass verschiedene Genossenschaften gemeinsame IT-Lösungen bekommen könnten.

Wie sieht es mit dem Referat von Franz Julen, Verwaltungsratspräsident der Valora Holding AG, aus?

Der spricht aus der Sicht von Valora, dazu gehören die K-Kioske. Er wird darauf hinweisen, wie wichtig der sogenannte Place ist. Also der Verkaufsort. Der muss dort sein, wo der Konsument, die Konsumentin, ist. Also zum Beispiel an Bahnhöfen. Die Menschen essen heutzutage immer seltener zu Hause. Die Standorte, an denen sich Pendler aufhalten, an denen die Leute nach der Arbeit vorbeigehen und noch schnell etwas zum Essen kaufen, werden immer wichtiger. Valora wird mit unbedienten Kiosken

kommen und auf Frischware setzen – das ist die Zukunft des Detailhandels.

Wie lassen sich diese Erkenntnisse bei der Landwirtschaft anwenden?

Dass Regionalität und Lokalität bei den Konsumentinnen und Konsumenten ankommen, wissen wir mittlerweile. Bauern haben genau das zu bieten und zwar nicht so alibimässig wie die grossen Detailhändler. Landwirte müssen aber eine richtige Strategie entwickeln, um an die Konsumenten zu kommen. Und da werden sie von Julen etwas lernen können. Zudem sieht sich die Valora zunehmend im Bereich von Fresh Food. Das wird an den Kiosken die Tabakwaren und Zeitschriften etc. verdrängen. Da können Landwirte wiederum was lernen. Wenn man die ökologischen Bedenken weglässt, ist es faszinierend, wie die Valora einen Plastikbecher mit sieben Kirschen für Fr. 3.95

verkaufen kann. Wenn wir etwas Derartiges schaffen, können wir eine hochinteressante Wertschöpfung generieren.

Natürlich kann man von Migros, Valora etc. einiges lernen. Es sind aber komplett andere Dimensionen. Können die Besucher des Forums das Gehörte auf ihre Betriebe runterbrechen?

Zu 100 Prozent! Bauern und Bäuerinnen müssen sich halt überlegen, dass sie nicht nur Käse oder Frischmilch verkaufen können. Sie sollen ein halbwegs breitgefächertes Angebot haben und dafür vielleicht mit anderen zusammenarbeiten. So kann man auf ein Sortiment von 50 Produkten kommen. Natürlich kann man auch immer einfach «Ja, aber», sagen und Einwände anbringen, warum man eine Veränderung nicht wagen kann. Aber mit «Ja, aber» kommt man nun mal nicht weiter.

Wie viel klüger ist man nach dem Besuch des Swiss Agro Forums?

Man ist danach nicht unbedingt klüger, aber inspirierter.

SWISS AGRO FORUM

Nebst Ursula Nold (Migros), Martin Keller (Fenaco) und Franz Julen (Valora) werden am 13. September in Bern auch Alain Kappeler (ehemals BSC Young Boys, jetzt SOS-Kinderdorf) und Jörg Neumann (Neumann, Zanetti & Partner) sprechen. Anmeldeschluss: 30. August 2019. Tagungskosten: 179 Franken. *jul*

www.swissagroforum.ch