

Businessplan

Molkerei Srebrenica



Inhaltsverzeichnis

Executive Summary	3
Produkt bzw. Dienstleistung.....	5
Markt & Wettbewerb.....	16
Marketing	23
Unternehmen & Management	26
Erfolgs- und Finanzplanung	28

Executive Summary

Die Idee

Aufgrund einer Marktforschung gemeinsam mit Herrn Dip. Ing. Alexander Petritz und den Bemühungen von Herrn Prof. Desnica Radivojevic wurden wir auf die Region Srebrenica aufmerksam. Das Bestreben seitens der Gemeinde ist es in dieser Region Betriebe anzusiedeln und dadurch langfristige Arbeitsplätze zu schaffen.

Das Team

Der gesamte Personalaufwand für die geplante Produktion inklusive Geschäftsführung und Verwaltung besteht aus 40 Mitarbeitern. Durch diese neue Betriebstätte werden indirekt zusätzlich 80 langfristige Arbeitsplätze in der Landwirtschaft geschaffen. (Milchproduzenten – Bauern)

Das Unternehmen

Die Molkerei wird als eigenständiges wirtschaftliches Unternehmen geführt. Gesellschafter von diesem Unternehmen ist eine Aktiengesellschaft vorgesehen.

Die Vermarktung

Das Endprodukt der Molkerei sollte als reguläre Handelsware in den Supermärkten und Schulen vertrieben werden.

Um die Bevölkerung – Endkunden auf das Produkt aufmerksam gemacht werden ist eine Markteinführung ab sofort geplant, (Während der gesamten Bauzeit der Molkerei) wobei sämtliche Endprodukte in Österreich unter der Marke „Milkyway Srebrenica“ abgefüllt werden, und in sämtlichen Schulen sowie Supermärkten zum Teil kostenlos angeboten werden. Es handelt sich um ca 700

Milchprodukte pro Woche. Damit ist gewährleistet das nach der Fertigstellung und in Betriebsame der geplanten Molkerei das Produkt eine Marktreife erlangt hat und dadurch der Betrieb nach einer gewissen Anlaufzeit in einen Wirtschaftlichen Vollbetrieb übergehen kann.

Die Finanzen

Der gesamt Investitionsbedarf einer Molkerei

Grundstück und Produktionshalle laut Plan Gemeinde Srebrenica

Kostenpunkt:

Planung, Konzept und Projektentwicklung Vidasus – Unterweger Immobilien

Kostenpunkt: 2 Teilzahlungen je 250.000 Euro

Anlagen gesamte Produktionsanlage Fremdfinanzierung Aktiengesellschaft

Produkt bzw. Dienstleistung

Produkt- bzw. Dienstleistungsbeschreibung

Auf den saftigen, nachhaltig bewirtschafteten Wiesen und Almen weiden die Milchkühe und liefern die qualitativ hochwertige Rohmilch als Basis für die Weiterveredelung zu



traditionellen Srebrenica Milch-, Jogurt-, und Topfenspezialitäten.

Es handelt sich um ein Produkt welches vielfältig für den Endverbraucher einsetzbar ist. Die Milch, ist eine weiße, trübe Emulsion bzw. kolloidale Dispersion von Proteinen, Milchzucker und Milchfett in Wasser. Die Milch, vieler domestizierter Tiere nutzt der Mensch als Nahrungsmittel.

Der Verbrauch von Milch ist in den letzten Jahren rasch gestiegen. Buttermilch, Sauerrahm, Topfen und Käse gehören zu den Milchprodukten.

In den ersten drei Geschäftsjahren wird der Fokus auf den Bau und auf die Ausbildung der Arbeitern in der Produktion erfolgen.

Der Verkauf von Kuhmilch oder Ziegenmilch unter anderem auch das BIO-Produkt ist wirtschaftlich ein kontinuierlicher Vorgang, der Gewinn erzielt.

Was ist Milch? Wir sprechen von verschiedenen Arten von Milch. Die Konsummilch ist jene Milch die von Kühen stammt. Schafmilch die auch Ziegenmilch genannt wird.

Jährlich sogar Täglich werden Massen von Konsummilch produziert, konsumiert und wieviel ein Endverbraucher pro Tag trinkt oder zum Kochen verwendet.

Die BIO-Milch garantiert dass die Kühe mindestens 120 Tage im Jahr ins Freie kommen. Wenn sie im Stall angebunden sind, ist der Weidegang verpflichtend für die Bauern. Diese verlangen eine tiergerechte Haltung. Das gesamte Futter muss aus biologischem Anbau sein, mindestens 60 Prozent davon muss nach der EU-BIO-Verordnung Raufutter(Trockenfutter) sein. Düngen darf der Bauer nur mit organischen Mitteln.

Es gibt Güteklassen S,1 und 2. In Österreich wird fast nur beste Güteklasse produziert. Diese besonders strenge Bestimmungen erzielen und können zusätzlich von der Molkerei verwendet werden. Die Bauern werden je nach Qualitätsstufe bezahlt. In Österreich liegen über 99 Prozent der geprobten Milch in Güteklasse 1, davon 87 Prozent in Güteklasse S.

Dazu zählen folgende Gütesiegel: AMA-Gütesiegel, AMA-Biosiegel, Europäisches Staatliches Bio-Siegel, Arge Gentechnik-frei Kontrollzeichen.

Jede Milch, die innerhalb der EU erzeugt wurde, hat es auf der Verpackung.

Die Kontrollnummer gibt Auskunft über jenen Ort. Im Fall der Konsummilch ist der letztverarbeitende Betrieb meist die Molkerei.



Stärken und Schwächen

Stärken:

- Finanzkraft
- Günstige Lohnkosten

Schwächen:

- Sortiment
- Fertigungsnachteile
- Standortnachteile
- Kernkompetenzen

Entwicklungsstand

Der Milchkonsum steigt. Mehr Länger-Frisch-Milch weniger Frischmilch. Im Lebensmitteleinzelhandel werden immer mehr Länger-Frisch-und Bio-Milch verkauft. Der Frischmilch-Anteil geht zurück, Länger Frisch-Milch liegt in der Verkaufsmenge bereits deutlich vorne. Knapp 148.000 Tonnen wurden im Lebensmitteleinzelhandel im Jahr 2014 verkauft. Frischmilch macht nur knapp 68.000 Tonnen und Haltbarmilch rund 66.000 Tonnen aus. Summe dieser drei Milchsorten

283.000 Tonnen. Entspricht rund 274,8Mio. Liter Milch. (1L Milch 1,03 Kilogramm)
46 Prozent der erzeugten Konsummilch gingen 2015 in den Export.

Mit Abstand am meisten Milch und Milchprodukte exkl. Käse werden nach Deutschland und Italien verkauft. An Deutschland ging laut Roll AMA im Jahr 2016 Milch und Milchprodukte exkl. Käse im Wert von 518,6Mio.Euro, nach Italien im Wert von 209,6Mio.Euro und Niederlande mit 46,1.Mio.Euro.

Markenschutz und Patente

Durch die Regionalität ist es nicht notwendig dieses Produkt dementsprechend zu schützen, weil es kalkuliert ist, dass die Milchbauern für ihre Milch einen höheren Verkaufspreis erzielen können und die Molkerei sich dadurch den Rohstoff Milch mit langfristigen Verträgen sichern wird.

Kundennutzen

Milch stärkt die Knochen. Das enthaltene Kalzium soll schließlich vor Osteoporose schützen. Milch liefert essentielle Aminosäuren, Kalzium und als Säuremilchprodukt heilsame Milchsäurebakterien. Milch enthält viel Fett, eventuell krebsfördernde Wachstumsfaktoren sowie Milcheiweiß, welches Allergien auslösen können.



Kinder und Teenager brauchen täglich den besonderen Milch-Kick. Gerade in der Wachstumsphase ist es wichtig, dem Organismus alles zu geben, was er braucht. Kaum einer weiß, wie wertvoll Milch wirklich ist. Milch ist das reinste All-inclusive-Naturprodukt und enthält alles, was groß und stark macht: einen optimalen Mix aus Eiweiß, Fett und Kohlenhydraten. Obendrein ist sie ein wahrer Vitamin- und Mineralstoffcocktail der Vitalität, Leistungsfähigkeit, Wohlbefinden und Gesundheit fördert. Milch und Milchprodukte sind wichtige Vitaminlieferanten. Zu den wichtigsten zählen die fettlöslichen Vitamine A (und seine Vorstufe β -Carotin) und D sowie die wasserlöslichen Vitamine B2 und B12. Da letzteres fast ausschließlich in tierischen Produkten vorkommt, ist Milch eine bedeutende B12-Quelle. Ziel daher ist Schulmilch in allen Schulen anbieten zu können.

Produktübersicht – Preisliste in Kärnten (gültig ab 1. September 2017)

Frischmilch BIO	250 ml Becher	€ 0,50*
Kakaomilch BIO - zuckerreduziert!	250 ml Becher	€ 0,65*
Fruchtjogurt - Acidophilus, verschiedene Sorten	150 g Becher	€ 0,60*
Naturjogurt Acidophilus	200 g Becher	€ 0,60*
SHAKY Fruchtjogurt-Molke-Drink	200 ml Becher	€ 0,65
Trink-Eiskaffee BIO - koffeinfrei!	250 ml Becher	€ 0,65*
Apfelsaft	200 ml Becher	€ 0,65
Frischmilch	1 lt. Flasche PET	€ 1,29

Innovationsgrad

Das Melken gehört zum fixen Tagesablauf des Bauern. Die Milchproduktion richtet sich immer an den selben Uhrzeiten. Üblich unter der Verwendung von Melkmaschinen.

Jeden oder jeden zweiten Tag fährt ein Milchsammelwagen von Bauernhof zu Bauernhof oder zu Milchsammelstellen und holt die gekühlte Rohmilch ab.

Die Milchsorten machen die Abholung aufwändig. Sprich: Bio-Milch darf nicht mit konventioneller gemischt werden, Heu milch nicht mit Nicht-Heu Milch.

Die Einhaltung der Kühlkette wird schon im Tankwagen vollbracht, also höchstens fünf Grad. Dieser kühlt die Milch auf 5°C während der gesamten Fahrt.

Drei Grundwerte bestimmen das Handeln:

- Ein fairer Lohn für die Arbeit unserer Milchbauern.
- Arbeit, die unseren Mitarbeitern Freude bereitet.
- Herstellung echter Lebensmittel für jene, die sie wertschätzen - unsere Kunden!

„Milch ist ein ganz besonderer Saft“

(Frei nach Johann Wolfgang von Goethe)

Um Milch länger haltbar zu machen, wird sie erhitzt. Frisch-, Länger-Frisch, Haltbar- und Steril Milch verlangen nach unterschiedlichen Arten der Wärmebehandlung.

Wie hoch genau die Verluste bei den einzelnen Methoden der Wärmebehandlung sind, ist umstritten.

Pasteurisieren (Frischmilch)	15 - 30 Sekunden bei 72 - 75 °C	ca. 97 % der Keime abgetötet.
Hocherhitzen (Länger-Frisch-Milch)	4 - 10 Sekunden bei 85 - 125 °C	ca. 99,9 % der Keime abgetötet.
Ultrahoherhitzen (Haltbarmilch)	2 - 3 Sekunden bei 135 - 150 °C	Alle Keime abgetötet.

Will ein Bauer gesunde Kühe, muss er wissen, wie es ihnen geht. Es gelten Gesetzliche Bestimmungen bezüglich der Haltungform diese zielen auf einen optimalen Kompromiss zwischen Wirtschaftlichkeit und Tier wohl, welche Medizinische Betreuung, Eingriffe wie die Kastration und Enthornung sind.

Die Haltungsformen: Kombinationshaltung, Laufstallhaltung, Ganzjahresanbindehaltung, Weidegang, Haltung auf der Alm, ..
Licht, Luft und kein Lärm

Böden, so geregelt das sich die Rinder wohl fühlen Tränke und Fütterung
Das Grundfutter wird größtenteils auf den Wiesen und Feldern der landwirtschaftlichen Betriebe selbst erzeugt. Wiesenfutter hat in Österreich mit 60 bis 100 Prozent bei weitem den größten Anteil am Grundfutter.

Grundfutter bestehend aus: Frisches Grünfutter, Heu, Gras- und Maissilage.
Kraft- und Mineralfutter,

Gentechnikfrei d.h., die österreichische Milchwirtschaft hat sich darauf geeinigt, für den heimischen Markt auf gentechnisch verändertes Futter zu verzichten.

Entwicklung und Produktion

Schonende Verarbeitung

Rohmilchtanks

Die frische Kuhmilch unserer Bauern wird ab 7.00 Uhr in der Früh angeliefert und in diesen Tanks bei +6°C zwischengelagert.





Pasteur

Die Rohmilch wird durch den Pasteur gepumpt, für 15 Sek. auf 72°C erhitzt und sofort wieder auf +6°C abgekühlt.



Homogenisator

Im Homogenisator wird die Milch mit hohem Druck durch eine feine Düse gepresst – dadurch werden die Fettkügelchen in der Milch zerkleinert und das Aufrahmen verhindert.

Bedienpult

Von diesem Bildschirm aus, steuert der Molkereimeister über eine moderne SPS (speicherprogrammierbare Steuerung) den gesamten Produktionsablauf und die Maschinen.



Frischmilch und Kakaotank

In diesen sogenannten Prozesstanks kann die pasteurisierte Milch gekühlt, gerührt oder z. B. mit Kakao gemischt

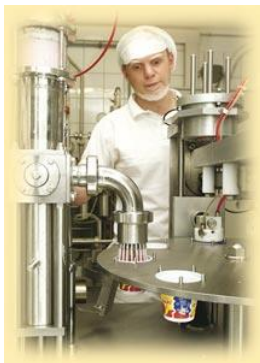


Jogurtreifetanks

Die pasteurisierte Milch wird hier mit Jogurt Kulturen beimpft und reift dann bei ca. 40°C über Nacht. Am nächsten Morgen wird dann das fertige Jogurt gerührt und mit Früchten vermischt.

Becherfüller

Mit dem Becherfüller werden die verschiedenen Milch-, Milchmix- und Jogurt Produkte in Becher abgefüllt, verschlossen und anschließend automatisch in Kisten verpackt.



Flaschenfüller

Der Flaschenfüller füllt die frische Milch ab, schraubt die Flaschen automatisch zu und druckt das Ablaufdatum ein.

Topfenherstellung

Bröseltopfenfertiger

Die pasteurisierte Milch wird auf ca. 27°C erwärmt, mit Topfenkulturen beimpft und muss dann über Nacht säuern. Am nächsten Morgen wird der Bruch geschnitten, nachgewärmt und anschließend mit dem Sieb Korb gepresst.



Cremetopfenfertiger

Wie beim Bröseltopfen, muss auch hier die Milch über Nacht säuern. Am nächsten Tag wird die Gallerte geschnitten und mit dem Sieb Korb so lange gepresst, bis eine gleichmäßig cremige Topfenmasse entsteht.

Topfenabfülltisch

Der fertig gepresste Bröseltopfen wird in Handarbeit abgefüllt und verpackt.



Käseherstellung

Die frische Milch wird auf ca. 30°C aufgewärmt, mit Käsekulturen und Lab versetzt und muss dann ca. 2 Stunden reifen.



Wenn die Milch dick geworden ist, wird sie mit der Käseharte in erbsengroße Stücke geschnitten, ca. ½ Stunde schonend gerührt (gekäst) und der Bruch gewaschen.

Der Käse wird in Formen abgefüllt und die Molke läuft ab. Nun muss der Käse mehrmals gewendet werden, damit die Molke gut abtropfen kann. Nach einer Abtropfphase von ca. 12 Stunden, kommt der Käse ins Salzbad und anschließend in den Käsereiferaum.

Markt & Wettbewerb

Gesamtmarkt

Die Hauptaufgaben des Rohmilchmarktes sind einerseits die Abstimmung der Mengenplanungen der Anbieter und Nachfrage sowie die optimale individuelle Zuordnung von Anbietern und Nachfragern bei gleichzeitig niedrigen Nebenkosten des Handels (Transaktionskosten) erfüllen kann, sollte verstärkt über die Rollen aller Beteiligten und über das Marktdesign, also das Regelwerk für den Markt, diskutiert werden. Auf Dauer profitiert jeder einzelne Milcherzeuger, viele Landwirte sehen Marktbeobachtung, Kalkulation, Verhandeln und die Produktionsdurchführung als gleichwertige Tätigkeiten an. Gleichberechtigte Verhandlungen und ein breiter Informationsaustausch führen zu einem effizienten Marktverlauf. Man gelangt zu einer realistischen Einschätzung der künftigen Angebots- und Nachfrageentwicklung. Die Schwankungen am Markt werden begrenzt. Die Gefahr extremer Verwerfungen verringert sich. Eine höhere Wettbewerbsintensität verlangt mehr Kostentransparenz im Unternehmen. Die Kosten-Leistungsrechnung gewinnt an Bedeutung. Gewinnreserven werden aufgedeckt. Investitionsentscheidungen können darauf aufbauend besser abgewogen werden. Damit sinkt die Gefahr von Fehlinvestitionen. Was für den einzelnen Landwirt gilt, trifft gleichermaßen auf die Molkereien zu.

Marktsegmentierung

Investitionsentscheidungen müssen auch von realistischen Erwartungen für die Entwicklung des Milchpreises und der Produktnachfrage ausgehen. Investitionen sollen die Wettbewerbsfähigkeit des Molkereiunternehmens verbessern. Wenn der Preis stimmt und ein qualifiziertes Lieferantenmanagement betrieben wird, besteht keine Gefahr eines Rohstoffmangels. Die Molkereien entwickeln Preiserwartungen für Milchprodukte oder leiten solche von künftig einzurichtenden Produktbörsen ab. Damit können die Marktbeteiligten ihre Preislimits kalkulieren. Sie markieren die Grenzen des Spielraumes für Preisverhandlungen.

In der Realwirtschaft handelt es sich dabei aufgrund der Vielzahl der Akteure und der Wechselwirkungen im Marktsystem um eine unüberschaubare Fülle an Informationen, die sich zudem fortlaufend verändern. In einem reichlich mit Milch versorgten Markt würde ihre Mengenvorgabe den Preisabsturz beschleunigen. In einem knapp versorgten Markt würde sie den Markt zusätzlich begrenzen und den Preisauftrieb verstärken. In den zeitlich begrenzten Verhandlungsphasen findet auf beiden Marktseiten ein intensiver Preiswettbewerb und Informationsaustausch statt.

Zielgruppenbeschreibung

Kinder und Teenager brauchen täglich den besonderen Milch-Kick. Gerade in der Wachstumsphase ist es wichtig, dem Organismus alles zu geben, was er braucht. Kaum einer weiß, wie wertvoll Milch wirklich ist. Milch ist das reinste All-inclusive-Naturprodukt und enthält alles, was groß und stark macht: einen optimalen Mix aus Eiweiß, Fett und Kohlenhydraten. Obendrein ist sie ein wahrer Vitamin- und Mineralstoffcocktail der Vitalität, Leistungsfähigkeit, Wohlbefinden und Gesundheit fördert. Milch und Milchprodukte sind wichtige Vitaminlieferanten. Zu den wichtigsten zählen die fettlöslichen Vitamine A (und seine Vorstufe β -Carotin) und

D sowie die wasserlöslichen Vitamine B2 und B12. Da letzteres fast ausschließlich in tierischen Produkten vorkommt, ist Milch eine bedeutende B12-Quelle.

Die Kinder von heute sind die Kunden von morgen.

Seit dem Jahr 1997 spezialisierte sich die Sonnenalm Bäuerliche Milchhof e.Gen auf die Belieferung von Schulen und Kindergärten. Mit über 120 Schulen und Kindergärten als Kunden und einem auf Kinder abgestimmtem BIO-Schulmilchsortiment, zählt der Sonnenalm Milchhof mittlerweile österreichweit zu den größten Schulmilchanbietern.

Trends

Die Aufgabe der heutigen Gesellschaft ist es, die Zukunft zu gestalten. An dieser Stelle soll zu diesem Zweck zunächst ein Blick auf die Vergangenheit der Milch geworfen werden, ehe es gilt, die Situation der Gegenwart zu beschreiben und zu analysieren. Vor mehr als zweieinhalb Millionen Jahren hatten sich aus den frühen Primaten die ersten Hominiden entwickelt. Der Wandel zeichnete sich ab, weil die Menschheit begann Milch zu trinken. Schaf, Ziege und dann vor allem das Hausrind als domestizierte Form des eurasischen Auerochsen waren Startschuss für die Neolithische Revolution, also Bevölkerungswachstum, Wirtschaftsaufschwung, Kulturentwicklung und bald auch Hochkulturen! Das Rind war dabei nicht primär zum Menschen gekommen, um Fleisch zu liefern, sondern Milch- Universallebensmittel, ganzjährig verfügbar, Fett- und vor allem Eiweißlieferant. Die Kultur der Milchviehhaltung war erfolgreich, und breitete sich aus. Warum überhaupt Ackerbau und Sesshaftwerdung? Auf diese Weise kann man mehr Menschen ernähren. Die Kuh war das am intensivsten verehrte Tier.

Aus einer Agrarlandschaft wurde ein Land, in dem sprichwörtlich Milch floss. Die Kuh und die Milch spielten eine zentrale Rolle. Die Milch wurde als stets positiv besetztes Kulturgut fest im kulturellen Gedächtnis verankert. Gerade der Alpenraum profitierte. Hier wurde qualitativ hochwertige Milch produziert, Käse hat den Vorteil, dass er haltbar und transportierbar ist. Der Kolonialhandel konnte

sich vor allem deshalb entwickeln, weil Käse der ideale Proviant war, und es war auch der Käse, der die Energie der Milch in die wachsenden Städte bringen konnte. Für die Masse der bäuerlichen Bevölkerung war Milch Grundnahrungsmittel; Vieh wurde verkauft, und auf den Tisch kamen Milchprodukte. Milch ist stets auch Muttermilch – für Säuglinge, Kälber oder Lämmer.

Heute ist die Nachfrage nach Standardprodukten elastisch. Viele neue Trends, die sich heute feststellen lassen, sind primär ja Resultat der vorherrschenden Konfusion. Die führt zu einem permanenten Verlangen nach Neuem, aber gleichzeitig auch Sehnsucht nach Altem und Bewährtem: Das spiegelt sich im Veganismus besonders stark. In Österreich ernähren sich knapp 100.000 (1,23% der Bevölkerung) Menschen vegan. Die Zahlen steigen seit einigen Jahren kontinuierlich und die Veganer gehören oft zu den Future Shapers.

Marktanteil und Absatzpotenzial

Um das Absatzpotential einschätzen zu können, sind Kenntnisse über das Ernährungsverhalten der verschiedenen „Lebenswelten“ notwendig.

Für die Zukunft der Milchwirtschaft ist es überaus bedeutsam, dass die Anreize für Produktivitätssteigerungen sowie Innovationen wirken können und extreme Marktschwankungen begrenzt werden. Dafür sind Wettbewerb auf beiden Marktseiten, umfassende Markttransparenz, klare Regeln für Verhandlungen und ein fundiertes Marktwissen aller Akteure unabdinglich. Die Mechanismen zur Aufdeckung und Verarbeitung von Informationen werden dann bestmöglich genutzt. Das ist zugleich der entscheidende Vorteil gegenüber planwirtschaftlichen Mengensteuerungen. Sofern das Marktdesign stimmt, können Märkte mit bilateralen Verhandlungen, in der Simulation dargestellt als Matching-Markt, sehr effizient sein. Die Wertschöpfung erreicht dann ihr Maximum. Die einzelnen Marktteilnehmer erhalten entsprechend ihrer Unternehmerleistung einen fairen Anteil am „Kuchen“. Es werden eine hohe Markttransparenz, ein fundiertes Marktwissen sowie gleiche Verhandlungsmacht aller Beteiligten und

somit eine tendenziell hälftige Teilung der Tauschgewinne zwischen den Vertragspartnern vorausgesetzt. Markteintritte und Marktaustritte erfolgen ohne zeitliche Verzögerungen. Staatliches Handeln konzentriert sich im Marktbereich auf die Wettbewerbspolitik. Während der Verhandlungsphase gibt es keine Veränderungen auf korrespondierenden Märkten mit Auswirkungen auf die betrieblichen Kalkulationen der Preislimits. Korrespondierende Märkte sind beispielsweise die Märkte für Zukauf Futtermittel im Milchviehbereich. Im einfachsten Fall handeln alle Anbieter und Nachfrager mit jeweils nur einem Gebot mit einer einheitlichen Menge. So lassen sich sogar betriebliche Angebots- bzw. Nachfragekurven abbilden, sofern die Angebotskurve steigend und die Nachfragekurve fallend ist. Diese Verläufe entsprechen dem gängigen Denkmodell der Wirtschaftsmathematiker und Volkswirte. In der Praxis lassen sich Beispiele finden, wo diese Bedingung angebotsseitig nicht durchgängig erfüllt ist. Die Preise und die kalkulatorischen Gewinne sind teilweise überzeichnet. Nicht auf deren absolute Höhe sondern auf die Unterschiede kommt es hier an. Diese Annahmen und Vereinfachungen ändern nichts an den Grundaussagen zum Marktprozess. Gleichwohl könnten einige der genannten Punkte zum Gegenstand weiter gehender Untersuchungen zur Verbesserung des Marktdesigns bei der Rohmilch werden. Interessante Schlussfolgerungen für praktisches Handeln ergeben sich auch dann, wenn die beschriebene Methode auf die Untersuchung eines Marktsystems mit mehreren Märkten und deren Wechselwirkungen angewendet wird.

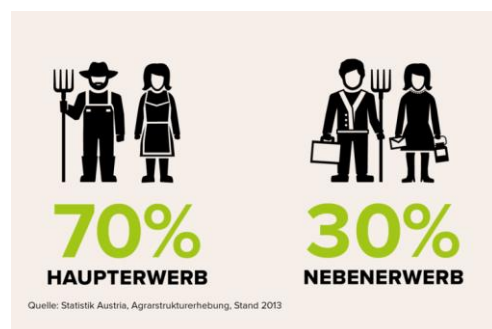
Wettbewerb in Österreich zufolge in Srebrenica im Anhang

Knapp 30 Prozent der österreichischen Milchbauern betreiben die Landwirtschaft im Nebenerwerb. Ein Bauer oder eine Bäuerin betreibt die Landwirtschaft dann im Nebenerwerb wenn er weniger als 50 Prozent der gesamten Arbeitszeit im landwirtschaftlichen Betrieb tätig ist. Wenn ein Ehepaar gemeinsam den Betrieb leitet, werden ihre Arbeitszeiten addiert. Dann liegt die Grenze bei 50 Prozent der gesamten Arbeitszeit des Ehepaares.

Von Haupterwerb spricht man, wenn es ein zusätzliches Einkommen gibt, das unter den 50-Prozent-Grenzen liegt. Der Haupterwerb ist ein Vollerwerb, wenn das gesamte Einkommen einer Bauernfamilie aus der Landwirtschaft kommt. Nebenerwerb statt Haupt- oder Vollerwerb. Ein Grund, warum hierzulande so viele Milchbauern die Landwirtschaft im Nebenerwerb betreiben, ist die Kleinstrukturiertheit der österreichischen Milchwirtschaft. Zu 67 Prozent kommt die Milch aus Bergregionen. Dort gibt es viele Täler und Berglagen, in denen traditionell nur eine geringe Anzahl an Kühen zur Grünlandbewirtschaftung gebraucht wird. Kleinere Betriebe werden öfter im Nebenerwerb geführt, da die Erträge für einen Haupt- oder Vollerwerb nicht ausreichen.

Nebenerwerb statt Aufhören.

Fast ein Drittel der österreichischen Milchbauern betreibt die Landwirtschaft im Nebenerwerb. Von den Haupterwerbsbauern arbeitet Experten zufolge nur ein kleiner Teil im Vollerwerb. Demnach gibt es in den meisten Bauernfamilien ein zusätzliches Einkommen, das nicht aus der Landwirtschaft kommt.



Abhängigkeiten

Die Erzeugergemeinschaften beobachten Märkte, unterstützen die Landwirte bei der Plankosten-Leistungsrechnung, kalkulieren und verhandeln. Sie erbringen damit Dienstleistungen, begünstigen eine optimale Faktorallokation und senken die Transaktionskosten. Sie leisten einen eigenständigen, Wert schöpfenden Beitrag im Markt. Dabei sind Unterschiede zwischen den Erzeugergemeinschaften durchaus erwünscht. Innerhalb der einzelnen Organisationen sollte das Publikum aber hinsichtlich der betrieblichen Kosten und der Preisvorstellungen möglichst homogen sein.

Eintrittsbarrieren

Die Tendenz geht zu mehr Milchproduktion in den günstigeren Regionen des Berggebietes. Die Milchwirtschaft auf Almen hat mengenmäßig eine sehr geringe Bedeutung und geht ebenfalls zurück. Dazu das Ministerium: "Leider ist nicht zu übersehen, dass sich die Milchwirtschaft in letzter Zeit zunehmend in günstigere Regionen des Berggebietes verlagert.

Viel Grünland gibt es vor allem in so genannten „Benachteiligten Gebieten“. Dort sind auch die meisten Milchbauern, genau 90 Prozent. Von der gesamten Landesfläche Österreichs sind 80 Prozent Benachteiligtes Gebiet.



Marketing

Kundenansprache

Im gesamten Landesgebiet Srebrenica existieren keine Milch-Direktvermarkter, somit kann eigentlich von keiner akuten Konkurrenzsituation gesprochen werden. Zumindest sollte das Konzept auf Individualität überprüft werden, da nur so die Chance besteht potentielle Kunden zu überzeugen.

Die grundlegenden rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen für die Direktvermarktung fordern eine gewisse politische Stabilität vorherrscht, und beispielsweise das Land Bosnien die Gemeinde Srebrenica seine Landwirtschaft und das Ernährungsgewerbe sehr unterstützt und Investitionen von Landwirten im Bereich Direktvermarktung förderfähig sind. Natürlich müssen durch den Wandel vom Erzeuger zum Lebensmittelunternehmer höhere gesetzliche Anforderungen beachtet und erfüllt werden, und es kommen eine Menge neuer verbindlichen Bestimmungen hinzu.

- Die Kundenerzielung wird übermittelt über die steigende Nachfrage nach Milchprodukten allgemein
- Steigende Bedürfnisse beim Lebensmittelkonsum nach Sicherheit, Gesundheit, Frische und Umweltschutz etc.
- Wachsendes Direktvermarkter-Marktsegment
- Konkurrenz ist vorhanden, aber trotzdem bieten sich Freiräume für eine Neugründung
- Politisch und rechtlich wird der Einstieg in die Direktvermarktung in Srebrenica unterstützt
- Demographische und volkswirtschaftliche Risiken für die Direktvermarktung sind vorhanden

Werbemittel und Kommunikationskanäle

Die Milch-Direktvermarktung wird durch die Stärken wie Finanzkraft und günstige Lohnkosten ausgezeichnet werden. Die Chancen dafür sind:

- Politische Rahmenbedingungen
- Positives Image der Direktvermarktung
- Vertrauensverlust durch Großunternehmer
- Touristenpotential
- Naturbelassenes Image
- Trend zum Premiummarkt
- Demographischer Wandel
- steigende Nachfrage nach Milchprodukten
- keine Wettbewerbssituation

Vertriebskanäle

Durch Belieferung von Schulen mit Frischmilchprodukten mit intensiven Marketingmaßnahmen im Bereich Hofbesichtigungen für Schulklassen und Kindergarten-Gruppen verknüpft.

Verkaufsstrategie

Erst wenn die Märkte an ihre Sättigungsgrenze stoßen, ist es empfehlenswert sich über Marktentwicklung (Suche nach neuen Kunden und/oder Märkten) oder Diversifikation Gedanken zu machen. Dies ist aber praktisch erst mit dem Anbieten eines Hofladens (Bauern) mit Vollsortiment erreicht, welches aber nur von einem der untersuchten Betriebe erreicht wird. Aber die Strategietypen gibt es selten in reiner Form, sie überschneiden sich oder werden kombiniert eingesetzt, die Bezeichnungen machen nur die zentrale Richtung des Denkens deutlich. Die

Art der Differenzierung der Marktbearbeitung der Milch-Direktvermarkter in Srebrenica sollte in eher gehobene Qualität zusammengefasst werden. Durchgehend alle Betriebe (Milchproduzenten) beurteilen ihr Produkt als „eher gehobene Qualität“, teilweise auch als Spezialität bzw. Nischenprodukt. Daraus wird ersichtlich das auf jeden Fall eine Präferenzstrategie vorliegt.

Preisgestaltung

Österreich hat verschiedene Kategorien geschaffen, nach denen das bei der EU beantragte Geld national verteilt wird. Welcher Betrieb wofür welche Zahlungen erhält, bestimmt also im Detail der jeweiligen Mitgliedsstaat. Der Staat muss alle Zahlungen veröffentlichen. Österreich macht dies in der Transparenzdatenbank.

Zahlungskonditionen

Teilnahme an Qualitätsprogrammen für Bauern, die sich an bestimmten Lebensmittelqualitätsprogrammen beteiligen.

Agrarumweltmaßnahmen für Bauern, die sich zu bestimmten umweltschonenden Produktionsverfahren verpflichten.

Markteintrittsstrategie

Die Betriebsprämie richtet sich seit 2003 nach der bewirtschafteten Fläche. Vor 2003 wurden die Zahlungen nach der Produktionsmenge berechnet. Seit 2015 gibt es einen Maximalbetrag für Betriebe mit sehr großer bewirtschafteter Fläche. Die Milchkuhprämie soll besondere Nachteile in den Sektoren Milcherzeugnisse, Rindfleisch, Schaf- und Ziegenfleisch ausgleichen. Mit dem Auslaufen der Milchquote 2015 lief auch diese Prämie aus.

Unternehmen & Management

Informationen zum Unternehmen

Gemeinde Srebrenica

Srebrenica ist eine Stadt im Osten von Bosnien und Herzegowina, nahe der Grenze zu Serbien. Der Verkaufspotenzial (Umsatzpotenzial) bildet sich in der Region im Bezirk Srebrenica, der aus 210.000 Einwohnern besteht. Die Bevölkerungsdichte ergibt 25 Einwohner je km² (Stand 2013) auf einer Fläche von 526,83km². Srebrenica gehört zu der Entität der Republika Srpska.



Status der Unternehmensgründung

Die Gründung erfolgte zwischen der Gemeinde Srebrenica, vertreten durch den Bürgermeister, der zwischen der Vidasus Development GmbH, FN 366121p, Hollandstraße 1, 1020 Wien, -als „Consulter“ und der Unterweger Immobilien GmbH, FN 474799i, Ebenthaler Straße 169, 9065 Ebenthal, -als Planlieferant abgeschlossen.

Unternehmensanalyse / Gründungsteam

Vidasus verkauft und übergibt, die Gemeinde kauft und übernimmt den im Abschnitt erläuterten Vertrages näher bezeichneten Kaufgegenstand, mit allen Rechten in ihr Eigentum.

Unterweger verkauft und übergibt und die Gemeinde kauft und übernimmt den im Abschnitt erläuterten Vertrages näher bezeichneten Kaufgegenstand, mit allen Rechten in ihr Eigentum.

Die Gemeinde Srebrenica plant, eine Halle samt Anlagen zu errichten, um die regionale Produktion von Milch und Milchprodukten zu fördern und somit gleichfalls die lokalen Bauern als Zulieferer zu unterstützen.

Vidasus verfügt über „Know How“ und Netzwerk im Bereich der Finanzierungen sowie im Baucontrolling und stellt der Gemeinde ein entsprechendes Netzwerk zur baulichen Umsetzung der Anlagen, Finanzierung derselben und Leistungen zum Baucontrolling zur Verfügung.

Unterweger übernimmt es, sämtliche Baupläne für die Hallen und Anlagen zu liefern und in digitaler Form der Gemeinde zu freien Verfügung zu stellen.

Unterweger übernimmt es ferner, die Einschulung von 4 künftigen Arbeitern in einem Zeitraum von 3 Monaten in Österreich jedoch ohne Übernahme von Lohn- und Lohnnebenkosten durchzuführen.

Unterweger wird auch durch Lieferung von Referenzprodukten, den Anlauf des Vertriebes mit österreichischen Partnern unterstützen und für einen Zeitraum von 8 Monaten verpackte Produkte, jedoch ohne entsprechende Etikettierung liefern lassen. Pro Woche werden 500 Stück Becher Joghurt oder Fruchtojoghurt geliefert ges. Lieferung 17.500 Stück mit diesige von der der Vorgabe der Gemeinde Srebrenica kostenlos produziert, können bei der Firma Unterweger abgeholt werden.

Ca. 600 kg / Lieferung – 100.000 Stück Becher mit dem Logo der Gemeinde Srebrenica werden ebenfalls mitgeliefert.

Erfolgs- und Finanzplanung

Kapitalbedarf und Finanzierungsquellen / Kosten und Gebühren

Als Kaufpreis für die Lizenzen, Technische Planungen, Baupläne, Finanzplanungen, Ausbildungsmaßnahmen, Bauüberwachung, Begleitung der Inbetriebnahme von 6 Monaten, sowie das Marketing- und Vertriebskonzept und Netzwerktaetigkeit im Zusammenhang mit dem Projekt wird einvernehmlich ein Betrag in Höhe von 500.000,000 EURO (in Worten: fünfhunderttausend Euro) vereinbart.

Alle mit der Errichtung und Durchführung dieses Vertrages verbundenen Kosten, sowie sämtliche sich daraus ergebenden Gebühren und Abgaben aller Art, einschließlich der Grunderwerbssteuer und Eintragungsgebühr sind jeweils anteilig von den Parteien zu tragen.

Garantien und Rückstellungen (Gewährleistungen)

Der Umfang des benötigten Know Hows, Vermittlungen und sonstigen Dienstleistungen von Vidasus richtet sich nach dem Projekt. Vidasus schuldet Best Effort in der Umsetzung, ist aber sonst von Weisungen der Gemeinde frei. Vidasus übernimmt daher keine Gewähr für den Erfolg des Projektes oder sonstiges.

Vidasus haftet jedoch dafür, dass in Bezug auf die kaufgegenständlichen Leistungen keine Rechtsstreitigkeiten bestehen oder angedroht sind und diese frei von Rechten Dritter sind.

Vidasus haltet die Gemeinde diesbezüglich Schad- und klaglos.

Unterweger haftet dafür, dass die Pläne für Halle und Anlagen dem Stand der Technik entsprechen und umsetzbar sind. Eine weitere Gewährleistung, insbesondere für die Umsetzbarkeit am spezifischen Baugrund etc. wird nicht übernommen.

Unterweger haftet insbesondere nicht für sämtliche Einschulungszeit anfallenden Löhne und Lohnnebenkosten. Die Auszubildenden sind jedoch der Gemeinde für die Ausbildungszeit anzustellen bzw. zu versichern.

Unterweger haftet auch dafür, dass in Bezug auf die kaufgegenständlichen Unterlagen keine Rechtsstreitigkeiten bestehen oder angedroht sind und diese frei von Rechten Dritter sind.

Unterweger haltet die Gemeinde diesbezüglich Schad- und klaglos.