

Schweizer Bauer

Einzelpreis Fr. 4.50

www.schweizerbauer.ch

174. Jahrgang, Nummer 73
AZ 3001 Bern
Zweimal wöchentlich

Die unabhängige Zeitung für die Landwirtschaft

9 771420 05400 60037

MARKT



Gesucht. Kühe, Bankvieh und Kälber sind gefragt. Die Preissituation ist stabil. Ebenso finden QM-Schweine zügig Absatz. Bei den IP-Suisse-Schlachtschweinen läuft es etwas harziger. Die IPS-Prämie sinkt um 5 Rp. Bei den Tränkern schlagen die Preisempfehlungen um 30 Rp. ab; die Ställe seien voll. **SEITE 21, 22**

WAS NICHT WARTEN KANN



Boden begrünen. Wurde eine Kultur vor dem 31. August geerntet, muss eine Winterkultur oder Zwischenfrucht gesät werden. Auch nach Kartoffeln ist dies ratsam. Zwischenfrüchte helfen, die Bodenfruchtbarkeit zu erhalten – ebenso wie Kunstwiesen. Gras-Weissklee-Mischungen können bis Ende September gesät werden. **SEITE 44**

REKLAME

50 JAHRE PROSUS
jung und frisch!

GENOSSENSCHAFT PROSUS
Marktplatz 3 | 8570 Weinfelden
Telefon + 41 71 626 23 50 | www.prosus.ch

PROSUS
Gute Schweine, gutes Fleisch

BEAT STUMP

Kennt sich mit Knoblauch aus



Der Gemüsebauer aus Buchackern TG baut 7 ha Knoblauch an. Er experimentiert gerne. So hat er auch eine schwarze Variante. **SEITE 11**

NASTASSJA RUSSO

Sucht interessanten Mann



Die 23-Jährige aus Büron LU führt einen Reithof und kommt selten unter die Leute. Deshalb macht sie jetzt bei «Bauer, ledig, sucht» mit. **SEITE 13**

DIGITALISIERUNG: Software übernimmt bei Direktvermarktung viel Arbeit

Effizient direkt vermarkten

Wer in der Direktvermarktung auf den Zug der Digitalisierung aufspringt, spart Zeit und kann professioneller agieren. Zwei Bauernfamilien erzählen, welche Vorteile ihre Software bietet. Die einen verkaufen Fleisch, die andere Gemüse.

ADRIAN HALDIMANN

Die Mechanisierung der Landwirtschaft zwischen dem Ende des 19. und der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts hat die Produktionsmethoden grundlegend verändert. Die Gesamtzahl der Arbeitskräfte in der Landwirtschaft sank dadurch enorm. Heute ist es die Digitalisierung, die alle Bereiche der Wertschöpfungskette Ernährung radikal verändert. Sie hat das Potenzial, mühsame, repetitive Arbeiten zu erleichtern oder ganz den Automaten zu überlassen.

Zum Beispiel in der Direktvermarktung. Wer hauptsächlich von ihr leben will, muss seinen Betrieb voll darauf ausrichten, hoch professionell ans Werk gehen und die Digitalisierung nutzen. Das junge Betriebsleiterhepaar Michèle und Jonathan Kobel vom Kobel's Hof aus Rubigen BE hat sich gegen einen Hofladen entschieden. Stattdessen investierten sie in eine professionelle Website und



Michèle und Jonathan Kobel verkaufen pro Jahr bis 40 Galloway-Tiere übers Internet. (Bild: zvg)

vermarkten das bewusst klein gehaltene Angebot an Fleischmischpaketen und Trockenwürsten ihrer Galloway-Tiere online. Kobel's Gourmet Beef von jährlich 30 bis 40 Tieren findet auf diesem Weg seine Käufer. Diese Strategie ermöglicht ihnen in allem, was sie tun, noch besser zu werden. Zuletzt haben sie ihrem administrativen Aufwand Abhilfe geschaffen. Sie investierten mehrere 10000 Franken in eine Software, die den gesamten Arbeitsprozess vom Bestelleingang bis zur Debitorenverwaltung automatisiert. «Heu-

te verbringen wir pro verkauftes Tier noch eine halbe Stunde im Büro, früher waren es über vier Stunden», erzählen Kobels.

Auch Stefan und Lorena Brunner vom Biogemüsebaubetrieb Eichhof in Aarberg BE haben sich der Direktvermarktung verschrieben. Seit zwei Jahren ist ihr Trumpf das Gemüse-Abo. Den Kunden wird 48 Mal pro Jahr eine Auswahl an frischem Gemüse nach Hause geschickt. Bis zum 40. Abo-Kunden managen Brunners alles auf einer Exceldatei. Dann kam Stefan Brunner mit der

Software OpenOliator in Kontakt und geniesst nun deren Vorteile. Insbesondere schätzt er die Kundenverwaltung (wer ist Kunde, welches Abo hat er, und wann wird er wo beliefert). Auch die Lieferplanung überzeugte ihn von Anfang an. Brunner erklärt: «Die Software generiert unter anderem einen Rüstschein und einen Tourenplan für die Abo-Auslieferung.» Auf die Digitalisierung möchten Brunners nicht mehr verzichten. Immerhin werden aktuell pro Woche 360 Kunden mit Gemüse beliefert. **SEITE 3, 37**

MILCHMARKT

Importbutter sorgt für Aufruhr

Per 1. September gewährte der Bund eine weitere Tranche an Butterimporten. Diese wird nun im Detailhandel auch unter der Marke «Die Butter» angeboten, welche der Branchenorganisation Butter gehört. Das Problem dabei: Die Verpackung der EU-«Die Butter» unterscheidet sich kaum von der Schweizer Version. Das bringt Kunden, Landwirte, Politik und die bauerliche Organisation für einen fairen Milchmarkt auf die Palme. Letztere kritisiert indirekt die Schweizer Milchproduzenten. Diese wehren sich. **rap SEITE 5**

IMPORTPRODUKTE

Bund prüft Deklaration

Der Bundesrat will die Deklaration von ausländischen Produkten prüfen, die mit Methoden hergestellt werden, die mit Schweizer Recht wie dem Tierschutzgesetz nicht vereinbar sind. Zur Diskussion stehen etwa Lebensmittel von Schweinen, die ohne Betäubung kastriert wurden. Dem Schweizer Tierschutz (STS) gehen die Vorschläge des Bundesrats zu wenig weit. Sie seien gerade vor dem Hintergrund von weiteren Grenzöffnungen und Freihandelsabkommen völlig ungenügend, kritisiert er. **hal**

REKLAME

SEHR GESUCHT:  Natura-Veal

ATTRAKTIVE PREISE
17.00 FR. / kg SG (T3)
MINDESTPREIS



Mehr Infos
056 462 33 55
www.mutterkuh.ch

AUS DEM INHALT

Grosse Solaranlagen sollen Schub erhalten

Der Nationalrat will grosse Fotovoltaikanlagen mit mehr Fördergeldern unterstützen. Davon könnten auch Landwirte profitieren. **SEITE 5**

Pro und Kontra fürs neue Jagdgesetz

Am 27. September wird über das Jagdgesetz abgestimmt. Zwei bauerliche Vertreterinnen positionieren sich: einmal für ein Ja, einmal für ein Nein. **SEITE 7**

Alpbewirtschafter setzt auf Triple-A-Methode

Alex Kurmann sömmert 140 Kühe auf der Alp Marais im Val d'Anniviers VS. Dank Triple A sollen seine Kühe robuster werden. **SEITE 10**

21 000 t Brotweizen werden deklassiert

Im Interview erklärt Fritz Glauser, Präsident des Schweizerischen Getreideproduzentenverbands, die Gründe für diese Massnahme. **SEITE 21**

WETTER

Weiter sonnig und sehr warm

	Sonntag	Montag	Dienstag
Norden	 13° 26°	 13° 28°	 15° 28°
Süden	 18° 28°	 19° 27°	 19° 27°

Ihr örtliches Spritzwetter auf www.schweizerbauer.ch/epaper

DIREKTVERMARKTUNG: Neue Software automatisiert Arbeitsprozesse und hilft im Betriebsmanagement

«Die Software ist unser neuer Traktor»

Michèle und Jonathan Kobel vom Kobel's Hof verkaufen ihr Gourmet Beef direkt an den Kunden. Der Arbeitsaufwand stieg trotz Online-shop erheblich an. Dank einer digitalen Lösung können sie nun aufatmen.

ADRIAN HALDIMANN

Ein anmutiger Anblick bei der Anfahrt auf den Kobel's Hof in Rubigen BE: Die Galloway-Mutterkuhherden weiden auf den Wiesen. Auch im Winter können die Wuscheltiere, die als klein- bis mittelrahmige Robustrasse aus dem namensgebenden Kreis Galloway im Südwesten Schottlands stammen, auf die Weide. Im offenen Laufstall mit Tiefstreu finden sie Ruhe.

2015 packte das Betriebsleiterhepaar Michèle und Jonathan Kobel die Chance. Von Jonathan's Eltern übernahmen sie den gut aufgestellten Grünlandbetrieb. «Kobel's Hof» ist ihre Marke – mit Kobel's Gourmet Beef punkten sie in Gastronomiekreisen. Und sie haben Neuigkeiten zu erzählen. Seit wenigen Wochen nimmt ihnen eine neue Software in der Online-Direktvermarktung viel Arbeit ab.

Fokus aufs Wesentliche

Doch zuerst zum Betrieb. Michèle Kobel nennt das Ziel, das sie von Anfang an verfolgten: «Wir wollen als Familie vom Betriebseinkommen leben können.» Die studierte Agronomin gab ihre Stelle an der Hochschule Hafl auf. Dank einer klaren Strategie gelang die Selbstständigkeit dem unternehmerischen Ehepaar mit Bravour. «Wir wollen in allem, was wir tun, noch besser werden», erzählen sie im Foyer des Bauernhauses. Dazu setzen sie den Fokus auf das Wesentliche – auf die rund 90 Galloway-Tiere. Und Kobels behalten die Wertschöpfung bei sich. Pro Jahr lassen sie 30 bis 40 Tiere schlachten. Mischpakete und Trockenwürste werden an Gastronomen und Privatkunden vermarktet. Den Endpreis bestimmt das Unternehmerpaar selber.

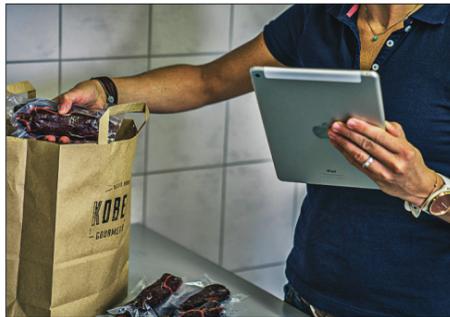
Der Kundenstamm wächst. Mittlerweile erreicht er die stattliche Zahl von 300. Und er wuchs nicht nur wegen Corona. Aktuell könnten sie mehr eigenes Fleisch verkaufen. Woher



Dank der Makoni-Software haben Michèle und Jonathan Kobel (l.) ihre Arbeit und ihre Tiere besser im Griff. Entwickler Moritz Kobel zeigt ihnen auf dem Tablet weitere Details. (Bilder: zvg)



Papiere und auch Etiketten werden automatisch erstellt.



Mit der neuen Software konnten Fehlerquellen beseitigt werden, sagen Kobels.

KOBEL'S HOF

Michèle und Jonathan Kobel bewirtschaften an zwei Standorten in Rubigen BE und Bigenthal BE insgesamt 40 ha Grünfläche. Sie betreiben Mutterkuhhaltung mit rund 90 Tieren der Rasse Galloway. Jährlich werden 30 bis 40 Tiere im Alter von 2 bis 2½ Jahren mit einem Schlachtgewicht von 220 bis 250 kg in der Metzgerei Nyffenegger in Zollbrück BE geschlachtet und verpackt. Auf dem Betrieb in Rubigen wird das Fleisch bis

zur Abholung oder bis zum Versand an die Kunden gekühlt gelagert. Neben dem Betriebsleiterhepaar arbeiten die Eltern von Jonathan Kobel, Sabine und Armin Kobel, mit. Eine Mitarbeiterin ist mit einem Pensum von 40 Prozent angestellt. Um Kontakt mit der Kundschaft aufzubauen, nahmen Kobels an den letzten drei Slow-Food-Messen in Bern teil. «Netzwerke aufbauen öffnet Türen für Neues», verrät Jonathan Kobel. hal

kommt dieser Erfolg? Jonathan Kobel nennt Erfolgsfaktoren: «Meine Eltern übergaben uns den Betrieb schuldenfrei. Ein riesiger Pluspunkt. 1995 setzten sie alles auf eine Karte, stellten von Milchvieh- auf Mutterkuhhaltung um, importieren Galloway-Tiere und bau-

ten kostengünstige Stallungen.» Zudem stiegen sie in die Direktvermarktung ein und bauten einen Kundenstamm auf. Michèle Kobel ergänzt: «Wir konzentrierten uns mit der Betriebsübernahme auf die Markenpositionierung.» Das liessen sie sich etwas kosten. Rund 20000

SOFTWARE MAKONI

«Die Software wurde speziell für den Kobel's Hof entwickelt», erzählt Moritz Kobel, Geschäftsführer der IT & Design Solutions. Die Software lasse sich aber auf Betriebe mit anderen Betriebsstrukturen (z.B. Gemüsebaubetriebe mit Gemüseabo oder Rebbau) anpassen, erklärt der Bruder des Betriebsleiters Jonathan Kobel. hal

Weitere Informationen zur Software gibt es auf der gestern Freitag lancierten Website: www.makoni.ch

Franken investierten Kobels in eine professionelle Website, dazu kamen Flyers, Visitenkarten, Weidetafeln und Messeauftritte.

Arbeitsaufwand stieg

Knapp die Hälfte von Kobel's Gourmet Beef wird an Gastronomen verkauft, private Kun-

den bestellen über die Website die gewünschten Mischpakete, die an fixen Tagen abgeholt oder via Kurier oder Post nach Hause geliefert werden. Ein Hofladen kam für Kobels nicht infrage, ihre Privatsphäre wollten sie nicht aufgeben. Stattdessen setzten sie auf die digitale Direktvermarktung. Doch auch hierfür stieg der Arbeitsaufwand. «Anstatt zu bauen, verbrachte eine Person vier Stunden im Büro pro verkauftes Tier. Der Papierkrieg war gewaltig», hält der Agrotechniker fest. «Vom Bestelleingang bis zur Debitorenverwaltung – mit Excel brachten wir es nicht mehr hin», ergänzt Michèle Kobel.

Die Suche nach einer befriedigenden Lösung blieb zunächst erfolglos. Doch dann kam Bruder und Schwager Moritz Kobel mit seinem IT-Unternehmen ins Spiel. Im Auftrag von Kobels entwickelte sein Team eine Software, die den gesamten Arbeitsprozess und die Papiere (Bestellscheine, Lieferscheine, Rechnungen, Etiketten) automatisiert. «Und es funktioniert hervorragend», schwärmen Kobels. Mittlerweile hätten sie ihre ersten Tiere dank der Software einfach und effizient vermarktet.

Herdenmanagement

Die neue Software namens Makoni hilft Kobels auch im Management. Im sogenannten Herdenmanagement von Makoni erfasst jeder und jede auf dem Betrieb wichtige Informationen zum Einzeltier direkt via Tablet. Kobels halten ihre Tiere auf bis zu acht verschiedenen Weiden verteilt. «Ich muss wissen, wo welche Tiere sind», sagt Jonathan Kobel dazu. Makoni hilft. Dem Einzeltier lassen sich Informationen zu Verhalten, Brunst, Gesundheit und Arzneimittelverabreichung zuordnen.

«Investition lohnt sich»

«Die Software ist unser neuer Traktor», vergleicht Michèle Kobel das neue Arbeitswerkzeug, das sie mehrere 10000 Franken kostete. Dass sich diese Investition lohnt, ist für Kobels keine Frage. Neben weniger Arbeit seien auch die Fehlerquellen im gesamten Arbeitsprozess und im Betriebsalltag massiv kleiner. Das kommt dem Qualitätsanspruch von Kobels entgegen.

www.kobelshof.ch

BIENEN IM SEPTEMBER

Entscheidende Phase im Bienenjahr



«Das Bienenjahr geht in die entscheidende Phase. Als Imker werde ich erst im kommenden Jahr merken, ob meine Bemühungen und die Pflege der Bienen in diesem Jahr gut waren. Habe ich die Varroa eindämmen können? Habe ich zum richtigen Zeitpunkt behandelt, gefüttert? Ich kann aus meiner Sicht nach Vorgaben alles richtig gemacht haben, trotzdem überlebt ein Volk den Winter nicht

und ein anders gedeiht unerwarteterweise prächtig. Weshalb, ist oftmals nicht zu eruieren. Das Beobachten, wenn möglich ohne zu oft den Kasten zu öffnen, ist sicher ein guter Weg. Ich freue mich immer darauf, wenn die Völker im nächsten Frühling erwachen.

Ich freue mich immer darauf, wenn die Völker im nächsten Frühling erwachen.

Wir haben mit dem Imkern ein interessantes Hobby und eine interessante Tätigkeit gewählt. Dass meine Arbeit mit den Bienen in Zusammenhang mit der Produktion von Honig und der Bestäubungsleistung auch der Landwirtschaft zugutekommt, ist für mich eine zusätzliche Motivation.

Zurzeit ist noch kräftiges Füttern angesagt. Da ich ausschliesslich Magazine habe, benötige ich pro Volk sicher 2 bis 4 kg mehr Futter als mit einem Schweizer Kasten. Die Möglichkeit, die Kasten flexibel verstellen zu können, und die Art, an den Bienen zu arbeiten, macht für mich persönlich diesen Nachteil aber wett.

Bei den Berichten im «Schweizer Bauer» wird sich etwas verändern. Ich werde, da ich schon seit mehr als einem Jahr monatlich über die aktuellen Tätigkeiten geschrieben habe, nun in grösseren Abständen einen Bericht verfassen. Einen Bericht pro Quartal, etwas weniger über die aktuellen Tätigkeiten als Imker, sondern vertieft über ein Thema in Zusammenhang mit Imkern, Bienen und Landwirtschaft. Ich hoffe weiterhin auf treue Leserschaft.»

Mit Imker-Gruss
Giorgio Macaluso, Biglen BE

TRIBÜNE: Betriebsleitende zu Softwarelösungen im Direktverkauf

Die Qual der Softwarewahl

Onlineapplikationen oder Softwarelösungen als Unterstützung im täglichen Betrieb sind zurzeit in aller Munde. Der «Schweizer Bauer» hat sich bei Praktikern umgehört, die bereits auf eine längere Erfahrung zu-

rückgreifen können. Das Resümee ist klar: Für die Kunden im Vordergrund ein grosser Gewinn, im Hintergrund braucht es den nötigen Einsatz des Landwirts, denn meist ist eine Software mit einer grösseren Investi-

tion verbunden, und ein Fehltritt geht schnell ins Geld. Das Erfolgsrezept: sich gut informieren und die richtigen Leute für das Projekt gewinnen. Dann kann das grosse Potenzial erschlossen werden. *dha*

«Die Kunden wollen mit dem Handy bestellen»



Wir arbeiteten zuerst mit einem klassischen Online-shop. Doch ab 20 bis 30 Kundenkonten wird der administrative Aufwand enorm; man verliert die Übersicht. Zudem sind solche Systeme immer PC-basiert. Unsere Kunden wollen ihre Bestellungen jedoch mit dem Handy abwickeln. Also entwickelte mein Bruder unseren Bedürfnissen entsprechend eine massgeschneiderte App. Mit der SaisonBox GmbH können wir diese App-Lösung nun anderen Landwirten im Franchisesystem weitergeben.

S. und M. Bernhardsgrütter, Gossau SG

«Einfache Lösung für beide Seiten ist gefragt»



Als Hobby neben der Tätigkeit beim «Schweizer Bauer» betreibe ich die Direktvermarktung mit Hofmolkerei auf dem Betrieb. Wir verkaufen zusammen mit einem anderen Betrieb unter der Marke Dänu's Hofprodukte Gemüse, Früchte, Milchprodukte und weitere Artikel via einen günstigen Jimdo-Shop. Die Administration der Abos läuft in einer Dropbox, muss aber von einer gut organisierten Person gemacht werden. Alles in allem belaufen sich die Fixkosten der einfachen Lösung auf nicht mal 400 Franken im Jahr.

Daniel Hasler, Walterswil BE

«Software als Gemeinschaft betreiben»



2014 haben wir begonnen, zusammen mit einem Partnerhof eine Software für Buur on Tour entwickeln zu lassen, die uns den administrativen Aufwand für den Onlineverkauf abnimmt. Stand heute: 6 Regionen sind mit dabei. Die Software betreiben wir wie eine Maschinengenossenschaft. Die Kosten für Betrieb, Weiterentwicklung und Support werden gleich auf alle Regionen aufgeteilt. Jeder kann die Wünsche zur Weiterentwicklung einbringen, so haben wir heute einen hohen technischen Stand.

Andre Ziegler, Brunnenhal BE

«Uns fehlt die nötige Unterstützung»



Wir bieten unter anderem individuell gestaltbare Geschenkkörbe an. Die einzelnen Produkte sind auf der Homepage aufgelistet. Ihre Wünsche konnten uns die Kunden bis anhin per Kontaktformular übermitteln.

Wir dachten, mit der Kassen-Software Arcavis, die eine Schnittstelle zum Online-shop WooCommerce unserer WordPress-Website bietet, eine passende und einfache Weiterentwicklung für diesen Onlineverkauf gefunden zu haben. Doch leider ist nicht immer alles so unkompliziert wie beworben.

Urs Lehmann, Lyssach BE

«Tool ist genial, aber anspruchsvoll»



Wir vom Brunner Eichhof liefern mittlerweile pro Woche 360 Gemüselieferungen aus. Das Angebot setzt sich aus vier verschiedenen Gemüseabogrößen und Zusatzabos wie z. B. Eier oder Sirup zusammen. Wir arbeiten mit der Software OpenOlitor – ein geniales Tool, das aber anspruchsvoll in der Anwendung ist. Ich rate jedem, sich am Anfang vom Supportverein gut beraten zu lassen. Die Kosten sind umsatzabhängig. Je früher man mit OpenOlitor startet, umso besser. Denn so hat man sofort alle Daten im Griff.

Stefan Brunner, Aarberg BE

«Ein Zahlungsvorgang, den die Kunden kennen»



Das Ausrechnen des geschuldeten Betrags, das Bezahlen ins Kässeli nach dem Gang über unser Blumenfeld – all das war etwas ungenau und entsprach nicht dem Kundenbedürfnis. Mit dem Bezahlautomaten bieten wir nun einen Zahlungsvorgang, den jedermann kennt. Die Kunden können die Blumen selber wägen und anschliessend bar, mit Karte oder Twint bezahlen. Wir haben zwei verschiedene Blumenpreise: je einen für die Rosen und die Mischblumen. Die wohl grösste Herausforderung war die Definition dieser Preise.

Peter Hodel, Vechigen BE

Immer sofort das Neuste

schweizer 
Landwirtschaft online **bauer.ch**

REKLAME



REKLAME



REKLAME

Pflanzenernährung ist unser Fachgebiet. Wir bieten ein umfassendes Sortiment an modern formulierten Düngern!

 Lagerhaus Lohn
Maison Virchaux
www.lagerlohn.ch

032 677 50 10