



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Landwirtschaft, Ernährung
und Heimat



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

*Projekt: Aufbau und Etablierung einer
Wertschöpfungskettenstelle mit dem Schwerpunkt
Sortimentsmanagement und Logistik in der
Vermarktung von Frischmilch, Käse aus Bio-Heumilch
und Ziegenfrischkäse*



WSK-Managerinnen:
Milena Maasz & Theresa Rauneker

1. Vorstellung Heumilchbauern
2. Ausgangslage
3. Idee des Projekts
4. Die wichtigsten 3 Schritte in der Umsetzung
5. Unsere größten Herausforderungen
6. Empfehlungen für andere Praxisprojekte



1. WER SIND DIE HEUMILCHBAUERN?



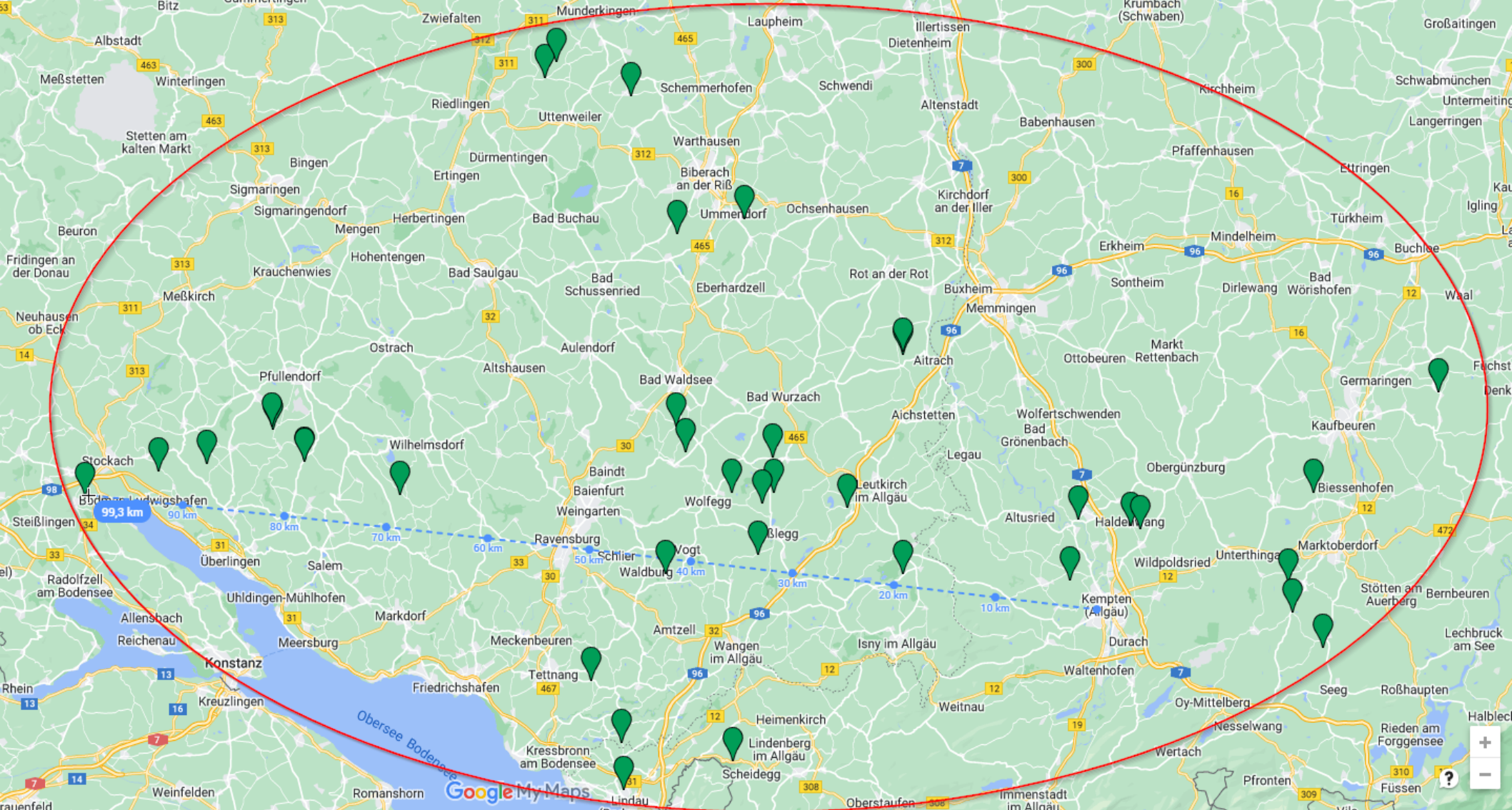


Transparenz und Vertrauen

bäuerliche Erzeugergemeinschaft

38 Mitgliedsbetriebe mit 10-80 Kühen pro Betrieb





Regionalität

unser Erfassungsgebiet



Stolz

Die Kuh braucht ihre Hörner –
deshalb sind alle Betriebe Demeter zertifiziert





Geschmack und Aroma

Ausschließlich Heumilch in Demeter Qualität





Artenvielfalt – Verantwortung für unseren Lebensraum

10 Biotope - Projekt

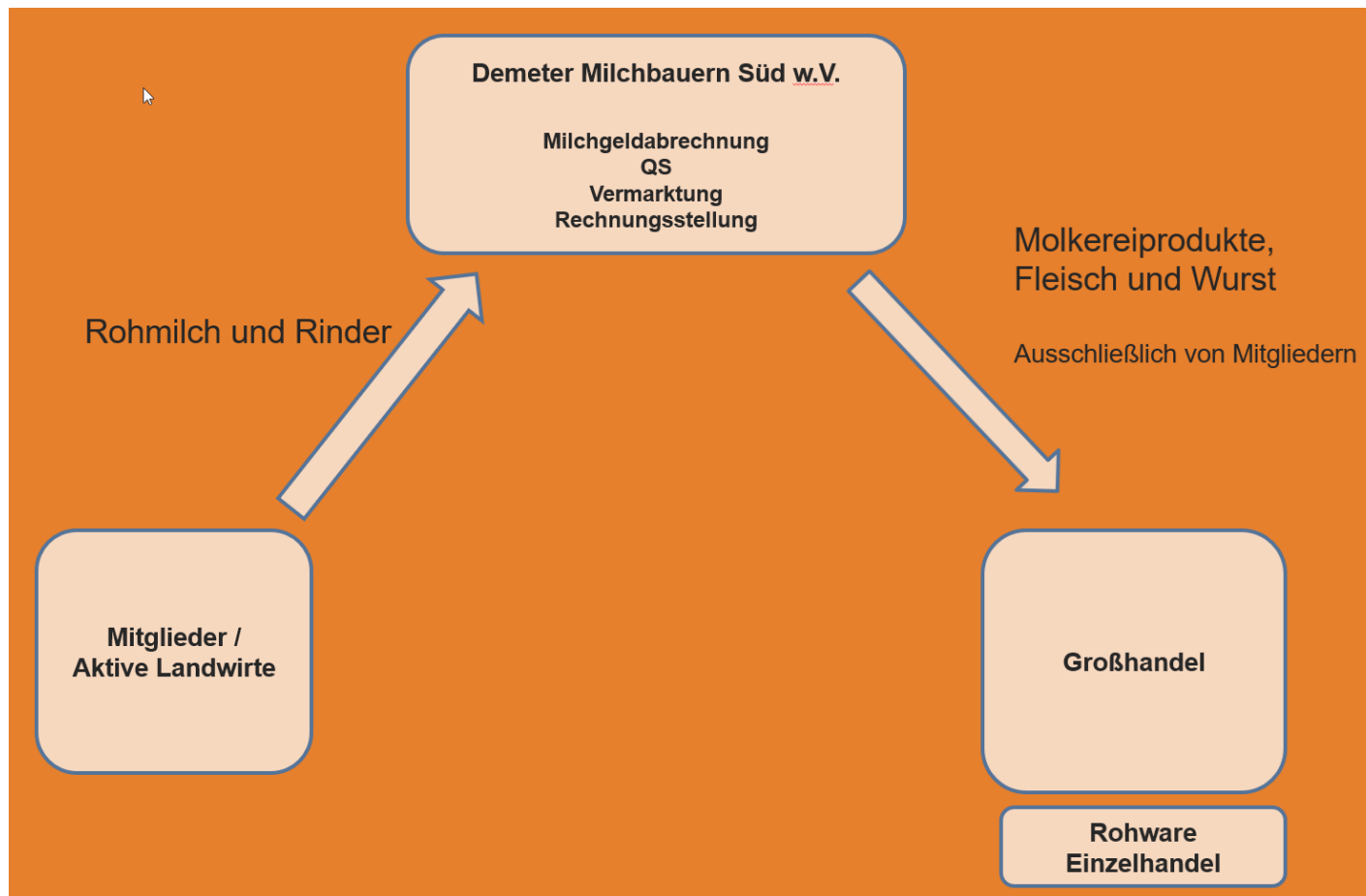




Tierwohl – kuhgebundene Kälberaufzucht

Moralische, ethische Verantwortung





2. AUSGANGSLAGE



Heumilch in der Glasflasche



Schnittkäse



Butter



Joghurt und Magerquark im Glas

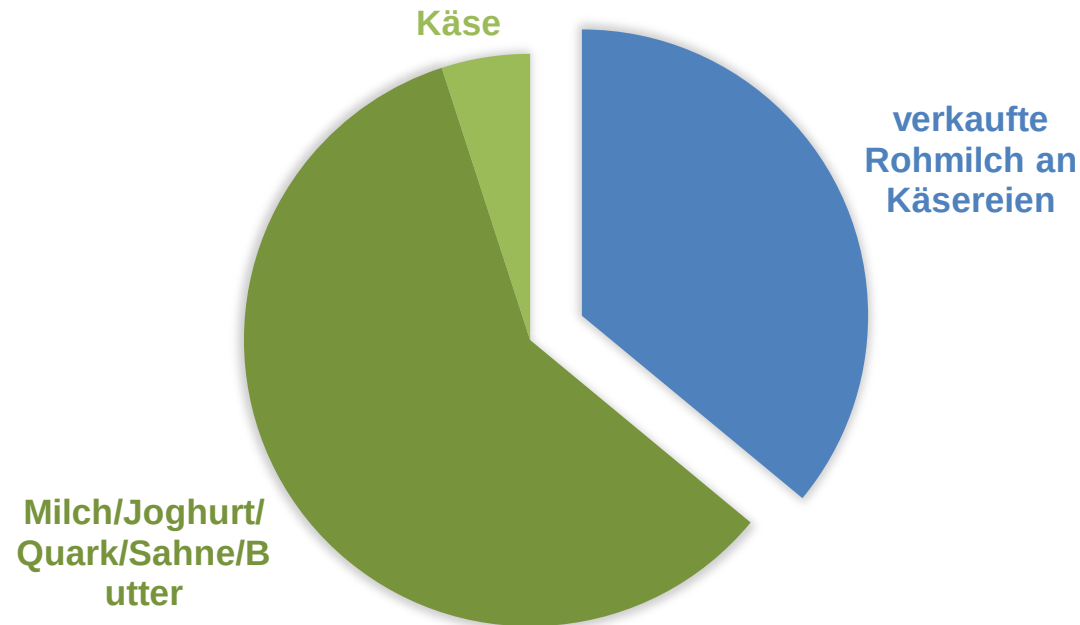


Wurst + Fleisch



Unsere Produkte

AUFTEILUNG MILCHMENGE NACH VERKAUF VON VERARBEITETER UND UNVERARBEITETER MILCH IN %

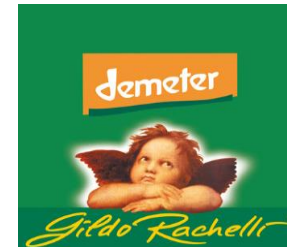




Hofkäserei Kraus
Allgäuer Käsespezialitäten



SCHROZBERGER
Milchbauern



Unsere Partner

3. IDEE DES PROJEKTS

Wertschöpfung erhöhen durch Management der Verarbeitung und Vermarktung in Zusammenarbeit mit Partnerbetrieben

- Anteil der Milch, die bisher als unverarbeiteter Rohstoff vermarktet wird, zugunsten der in Lohn verarbeiteten Produkte (v.a. Käseproduktion) reduzieren
- Nutzung von Synergieeffekten mit Projektpartner im Hinblick auf Logistik



4. DIE 3 WICHTIGSTEN SCHRITTE IN DER UMSETZUNG

- **Kennenlernen und Strukturen verstehen**
(Abläufe/Prozesse/Mitarbeiter/Produktpalette/Partner kennenlernen)
- **Blick nach Innen**
(Interne/bestehende Prozesse optimieren für größere Wertschöpfung)
- **Blick nach Außen**
(Neue Produkte entwickeln, neue Partnerschaften, neue Absatzwege)



5. UNSERE GRÖßTEN HERAUSFORDERUNGEN

- **Unternehmensstruktur**
Aufbau/Pflege von Partnerschaften braucht Vertrauen und Zeit
- **Produktentwicklung und Logistik ist komplex und zeitintensiv**
- **Maßnahmen Priorisieren**



6. EMPFEHLUNGEN FÜR ANDERE PRAXISPROJEKTE

- Blick nach Innen ist essentiell – die Basis muss passen
- Geteilte Stelle – mehr Raum für Austausch/Brainstorming/unterschiedliche Stärken
- Möglichkeit zur Vernetzung nutzen



**VIELEN DANK FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT!**





***Projekt: Aufbau und Etablierung einer
Wertschöpfungskettenstelle mit dem Schwerpunkt
Sortimentsmanagement und Logistik in der
Vermarktung von Frischmilch, Käse aus Bio-Heumilch
und Ziegenfrischkäse***

WSK-Managerinnen:

Milena Maasz

Theresa Rauneker

mmaasz@heumilchbauern.de

trauneker@heumilchbauern.de

Demeter MilchBauern Süd w.V.

Humberg 4

88410 Bad Wurzach

www.heumilchbauern.de

+49 7355 4323610

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Landwirtschaft, Ernährung
und Heimat



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages