



Сельская кооперация в Германии на примере „Открытые подворья в регионе Нуте-Ниплицц“

«Стратегии самостоятельного сбыта сельскохозяйственной продукции»,

Франк Мертенс, председатель объединения сельхозпроизводителей «Открытые подворья» по совместному маркетингу и сбыту сельхозпродукции, Бранденбург

Доклад на международной конференции на тему «Проблемы использования и охраны природных ресурсов Алтая» в рамках выездного заседания Комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике и природопользованию, 30 мая 2014, Белокуриха, Алтай

Успех за счет объединенного регионального маркетинга

- это **партнерская сеть из 20 самостоятельных предприятий, созданная** по инициативе одного из предприятий и администрации природного парка Нуте- Ниплицц в **2008 году**.

Совместно с участниками - членами, администрацией природного парка и локальными общественными союзами „Рунд ум ди Флэминг – скэйт“ и „Флэминг - Хавель“ данная **инициатива получила дальнейшее развитие в рамках кооперационного проекта Leader в 2009 году**.

Резюме

1. Исходная ситуация

Уже в 90-е годы отдельные предприятия сотрудничали между собой по некоторым аспектам и предлагали товары на продажу. С ростом и развитием некоторых предприятий росло и желание сотрудничества между предприятиями, теми, которым уже удалось добиться успеха, например путем расширения сети региональных партнеров. Но обмен рекламными материалами носил нерегулярный характер.

Администрация природного парка поддерживала такое партнерство путем издания брошюр, где были указаны многие производители и переработчики сельскохозяйственной продукции, а также магазины на деревенских подворьях региона, постоянно развивала такое сотрудничество. В 2008 году администрацией природного парка была подхвачена идея объединения предприятий и привлечения новых действующих лиц для определения совместных целей.

Благодаря поддержке локальных общественных союзов (LAG) в округах Телтов-Флеминг (Teltow-Fläming) и Потсдам Миттельмаркт (Potsdam Mittelmark) удалось привлечь 20 предприятий и подать проектную заявку. Проводилась большая разъяснительная работа со скептиками и по преодолению сопротивления, после чего были выделены субсидии. Субсидии осуществлялись через федеральную землю Бранденбург (Brandenburg), а также за счет финансовых средств стимулирования развития сельской экономики в рамках европейской кооперационной программы Leader. Финансовая поддержка включала управление проектом со стороны локальных общественных союзов (LAG), а также инициатив по совместной рекламе и презентации предприятий. Особенно это касалось создания выставочного шкафа с продукцией



(Produktschrank), рекламной страницы в интернете и выпущенных совместных проспектов. Таким образом, удалось объединить общей целью все 20 предприятий-партнеров.

2. Основные положения для успешного начала проекта

- Региональность – подтверждение происхождения
 - o Четко обозначенные региональные кулисы с возможностью узнавания и идентификации (природный парк)
- сотрудничество 20 различных предприятий
- хорошо зарекомендовавшие себя семейные предприятия, руководители которых частично пришли из смежных (отраслевых) сфер и были открыты новым идеям.
- От производства через переработку к продажам – были созданы все звенья цепочки видов деятельности, создающих добавочную стоимость. Благодаря этому сформировались хорошие профессиональные знания и понимание процессов.
- Качество – как минимум на уровне розничной торговли
- Креативность (эксклюзивность) – продукты, которых не купить в супермаркете
- Приглашение заинтересовавшихся покупателей для взгляда за кулисы «прозрачного производства» и формирования доверия
- Обоюдная реклама – продукция и философия тесно тесно связаны между собой, а также с покупателем товара, чтобы он знал, где можно купить другие продукты

3. Признаки для создания самостоятельных структур

Чтобы проект постоянно развивался, необходимо учитывать следующие моменты:

1. Между членами и партнерами не должно быть конкуренции.
2. Высокая доля предприятий-производителей – непосредственное первичное сельскохозяйственное производство
3. По возможности привлечение сельхозпредприятий с опытом реализации собственной продукции (например, картофеля) или первичной ступени переработки (например, фруктовые джемы)
4. Предприятия, перерабатывающие высококачественные сельскохозяйственные продукты для рынка, должны быть ориентированы на качество и инновацию (например, особые сорта колбасы или фруктовых джемов)



5. Большое количество предприятий, продающих собственную продукцию напрямую и способных включить в ассортимент другие продукты или использовать идеи покупателей для получения нового продукта
6. Предприятия –потребители, такие как рестораны, которые занимаются переработкой региональных продуктов профессионально и могут их представить, могут обратить внимание посетителей на происхождение продуктов и их прямые поставки от производителя
7. Каждое отдельное предприятие должно быть экономически сильным и успешным. Иначе ни один проект не будет работать!
8. Проект и сотрудничество должны давать КАЖДОМУ преимущества и возможность заработать/получить прибавочную стоимость.
9. Совместные Дни открытых дверей для:
 1. Завоевания новых клиентов
 2. укрепления связей с клиентами
 3. совместные впечатления и успехи
 4. привлечения внимания средств массовой информации
 5. понятных внутренних и внешних структур
10. Создание самостоятельных структур
 1. – банковский счет
 2. – подача объявлений & получение счета
 3. – заявка на получения финансовой помощи
 4. - организация офиса с сотрудниками (частичная занятость)

4. Признаки долгосрочного успеха

Непременным условием для проекта, развивающимся по инициативе «снизу вверх» является хорошее и целенаправленное управление проектом с „правильными“ активно действующими лицами/участниками.


Наибольшего успеха можно достичь, если


1. Владельцы предприятий имеют высокую мотивацию
2. профессионально руководят предприятием (прибыль)




3. хорошие и особенные продукты
4. взаимопонимание/ философия
5. различные отрасли и интересы – незначительная или отсутствие конкуренции
6. собственная инициатива для дальнейшего развития
7. НО: Будьте внимательны!: Leader' = ,процесс - снизу вверх '!: Если все делают одно и тоже, в этом уже нет ничего особенного: выставочный шкаф с продукцией: поиск собственной особенной ниши!

Адреса & контактные лица

 Offene Höfe in der Nuthe-Nieplitz-Region e.V.

 р. Adr. Landhotel Löwenbruch
Alt-Löwenbruch 57
14974 Ludwigsfelde

 E-Mail: Service@OffeneHoefe.de

 Fon: +49 3378 8627 61

 www.OffeneHoefe.de

 www.Facebook.de/OffeneHoefe