

Hofladen reloaded: Tradition trifft Trend

Seit 2002 stehen Dagmar und Siegbert Ochenschläger aus Biblis in Hessen für erstklassige Direktvermarktung von Eiern, Hähnchen, Schweinefleisch und mehr – und für die Offenheit, sich stetig weiterzuentwickeln.



Dagmar und Siegbert Ochenschläger sind offen für neue Ideen. Um ihren Hofladen zukunfts-fähig aufzustellen, ließen sie sich professionell beraten. Fotos: F. Giesselmann

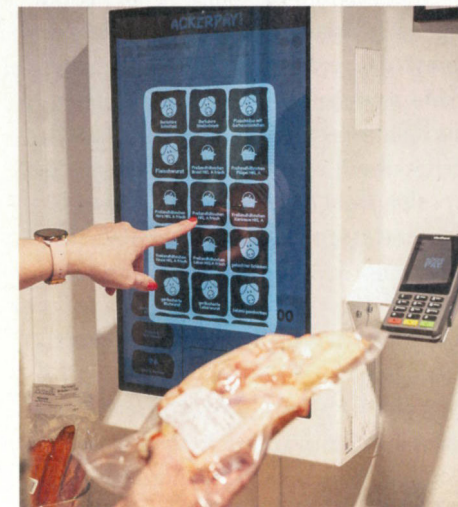
► Dagmar Ochenschläger aus Biblis in Hessen ist eine Macherin, das wird mir beim Betriebsbesuch sofort klar. Die 56-jährige Direktvermarkterin sprüht vor Ideen und realisiert diese schnellstmöglich. Gemeinsam mit ihrem Mann Siegbert schlachtet und vertreibt sie wöchentlich etwa 120 Freilandhähnchen an die Gastronomie und an Endkunden mit

einem Absatzverhältnis von 70 zu 30 %. Während Köche ganze Hähnchen ordern, laufen im Hofladen bevorzugt Teilstücke wie Brust, Keulen oder marinierte Flügel. Zusätzlich vermarktet das Paar monatlich im Schnitt zwei Schweine in Form von Frischfleisch, Wurst und Schinken. Eier, Kartoffeln, Fruchtaufstriche, Kichererbsen und Eierlikör stammen ebenfalls

aus eigener Produktion. „Inklusive der Zukaufware haben wir rund 500 Produkte im Laden gelistet“, erzählt Dagmar Ochenschläger. Das Sortiment variiert je nach Saison und Trend, hierfür lässt sie sich auf Messen, Fortbildungen oder im Austausch mit Berufskollegen fortlaufend inspirieren.

Allzeit bereit für Veränderung

Ihr Tatendrang hält sie nicht davon ab, sich bei Bedarf professionelle Unterstützung ins Boot zu holen. So auch im vergangenen Jahr: Um die Arbeitsbelastung aufgrund fehlender Mitarbeiter in den Griff zu bekommen, entstand die Idee, den klassischen Hofladen in einen Hybridladen zu verwandeln. Sieben Tage die Woche bargeldlose Selbstbedienung und zusätzlich donnerstags, freitags und samstags Beratung und Bedienverkauf mit der Möglichkeit zur Barzahlung anzu-



Dank der Self-Checkout-Kasse von ackerPay läuft die Selbstbedienung im Hofladen reibungslos. Bezahlt wird hier ausschließlich bargeldlos.

Auf Wunsch der Betriebsleiter wurden die Holzdecke und der Fußboden im Rahmen der Umbaumaßnahmen 2024 nicht verändert. Wohl aber die Wandfarben, Beleuchtung, Warenpräsentation und Wegführung.



Beim Eintritt in den Laden fällt das neue Kühlregal (Kosten: 15 300 €), gefüllt mit umsatzstarken Frischeprodukten, direkt ins Auge.

bieten, lautete das Ziel. Um herauszufinden, welche smarte Technik erforderlich ist und wie eine gute Integration gelingt, aber auch um das bisherige Verkaufskonzept hinsichtlich Warenpräsentation, Laufwegen, Beleuchtung und mehr auf den Prüfstand zu stellen, holte sie sich mit Daniel Kükenhöfner vom Beratungsbüro Petzinger einen Profi in Sachen Hofladenoptimierung an die Seite. Mit folgendem Ergebnis:

- Definierter Kundenlauf: Eingang über die als Showroom dienende Scheune, von dort Zugang zum Hofladen mit Zutrittskontrolle. Ausgang über den Hofladen.
- Die Kernkompetenzen deutlich herausstellen: So wurden das eigene Fleisch und die Fleischprodukte in den Fokus gerückt. Dafür wurde in ein neues anthrazitfarbenes Kühlregal mit Flügeltüren investiert, welches direkt sichtbar im Eingangsbe-

reich gegenüber der Eingangstür aufgestellt wurde. „Flügeltüren benötigen zwar mehr Platz zum Öffnen, es entsteht jedoch kein Schmutzstreifen, da sich die Türen nicht überlappen“, begründet Daniel Kükenhöfner seine Empfehlung.

- Investition Self-Checkout-Kasse: Zutrittskontrolle per Giro- oder Kreditkarte sowie Videoüberwachung, SB-Waage und Etikettendrucker von ackerPay, Zahlungsterminal von Payone, Zusatzkosten Überspannungsschutz/Notstrom, da die SB-Kasse sensibel auf Stromausfall reagiert. Die Hardware installierten Ochenschlägers unter Anleitung selbst.
- Platzierung der Self-Checkout-Kasse: Ausgangsbereich Hofladen.
- Neues Farbkonzept Wände anthrazit und blau: „Anthrazit ist ein idealer Kontrast-Farbton für Hofprodukte. Der darin enthaltene Schwarzton erhöht die Wertigkeit und der Rotanteil sorgt für die



Dagmar Ochenschläger bei der Warenbestellung. Sie ist für den Hofladen hauptverantwortlich.



Vorhang auf im Eiertheater. Wird der Klingelknopf rechts im Bild gedrückt, kräht der Hahn laut. Ein Muss für jedes Kind.





Wer in den Hofladen möchte, wird erst durch die Scheune geführt (Eingang links). Diese dient als Showroom für die Hofprodukte. Künftig soll hier auch ein SB-Café entstehen.



Bild aus dem Showroom: Die Fläche nutzt Dagmar Ochsen-schläger, um gezielt Produkte in Szene zu setzen. Die Kunden lassen sich hierdurch erfolgreich zum Kauf animieren.

gewünschte Wärme im Farbton“, verrät Daniel Kükenhöfner. Um die Frische der Gemüsetheke zu unterstreichen, wurde hier ein Blauton gewählt. Das jeweilige Mischungsverhältnis der Farben hängt von der Beschaffenheit des Raumes, dem Lichteinfall sowie der Möbelausstattung ab.

- Professionelles Beleuchtungskonzept durch LED-Strahler: Hiermit lässt sich gezielt die Ware in Szene setzen und ein Wechselspiel zwischen Licht und Schatten realisieren. Dadurch weiten und schließen sich Pupillen fortlaufend, was die Kundenaufmerksamkeit für Produkte erhöht.
- Strukturierte Wegführung und breite Gänge sorgen für Übersichtlichkeit und Barrierefreiheit. Erlebniswelten schaffen und Kunden überraschen: Beispiel Eiertheater und Hühnerklingel (siehe Foto Seite 61).

Um Kosten zu sparen, berücksichtigte das Beratungsbüro bei der Planung vorhandene Bestandsmöbel. Insgesamt investierte der Familienbetrieb rund 63 000 € in die Modernisierung des Ladens, hinzu kommen monatlich 222 € Kosten für die Softwarenutzung, Miete Zahlungsterminal und den Support von ackerPay. „Die Beratungskosten machten davon 5 525 € aus“, berichtet Dagmar Ochsen-schläger. Hierfür konnte sie 1 750 € BAFA-Förderung nutzen (siehe Seite 63). Die Umsatzzahlen bestätigen: Das neue Hybridkonzept mit Hofladenrelaunch kommt an. Besonders erfreulich für die Unternehmerin ist, dass der Absatz hofeigener Spezialitäten seit der Umstrukturierung deutlich zugelegt hat. ◀

Stefanie Jaisfeld

BETRIEBSSPIEGEL

Betriebsleiter

Dagmar Ochsen-schläger (56), Hauswirtschaftsleiterin, Siegbert Ochsen-schläger (60), Landwirtschaftsmeister Leonardo Ochsen-schläger (27), staatlich geprüfter Agrarbetriebswirt ökologischer Landbau

Lage des Betriebs

Der Ortsteil Wattenheim (1 000 EW) gehört zur Gemeinde Biblis in Südhessen mit insgesamt 9 100 Einwohnern.

Landwirtschaft

36 ha Ackerbau, davon 1 ha Getreide, 1 ha Kartoffeln, 1 ha Kichererbsen, Rest Soja und Mais, 16 ha Grünland, 1 ha Gemüseanbau für solidarische Landwirtschaft (100 Kunden), 2 Gewächshäuser, 450 Gänse, 500 Enten, 500 Legehühner in 2 Mobilställen, 5 000 Freilandhähnchen in Mobilställen, etwa 30 Duke of Berkshire-Schweine, EU zertifiziertes Geflügelschlachthaus seit 2024

Vermarktung

Seit 2002 Direktvermarktung, Hybridhofladen (110 m²) seit 2024, Regiomat, Gastronomie, Genussmärkte im Herbst, Onlineshop; eigene Produkte: Eier, Hähnchen, Suppenhühner, Geflügel-spezialitäten im Glas, Schweinefleisch, Wurst, Schinken, 20 Sorten Kartoffeln, etwa 20 Sorten Fruchtaufstriche, Kichererbsen, Eierlikör, Gemüse usw., Zukauf: Obst und Gemüse, Feinkost-artikel, Milch und Milchprodukte, Käse, Wein, Spirituosen, Essig, Öl, Pestos, Senf, Backwaren, Kaffee usw.

Öffnungszeiten

Selbstbedienung: Montag bis Samstag von 8 bis 22 Uhr, Sonntag von 8 bis 18 Uhr, mit Beratung und Verkauf: Donnerstag und Freitag von 8 bis 12.30 Uhr sowie von 15 bis 18 Uhr, Samstag von 8 bis 13 Uhr

Sonstiges

Paketshop im Hofladen, 7 Landhaus-Apartments für Gäste, 2 Wohnungen dauervermietet, aktives Mitglied bei Slow Food und Freakstotable, E-Tankstelle für Kunden

riedgockel.de



Expertenrat mit Zuschuss

Das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) bietet eine attraktive Fördermöglichkeit zur „Förderung von Unternehmensberatungen für KMU (Kleine und mittlere Unternehmen)“. Mittelständische Unternehmen mit bis zu 250 Mitarbeitenden können Zuschüsse für Beratungsleistungen erhalten. Die Förderung ist sowohl für Neugründungen als auch für die Weiterentwicklung bestehender Konzepte abrufbar. Um die Förderung zu erhalten, muss der Hofladen als eigenständiges Gewerbe geführt werden. „Der Anteil an Eigenprodukten darf somit nicht höher als 50 % sein“, erklärt Daniel Kükenhöfner vom Beratungsbüro Petzinger aus Zorneding. Bis zu fünf Beratungen lassen sich innerhalb eines Förderzeitraumes von etwa drei Jahren bezuschussen, jedoch nur zwei pro Kalenderjahr. Maximal sind 1 750 € pro Beratung möglich, mit regional gestaffelten Fördersätzen von bis zu 80 %. In den alten Bundesländern inklusive Berlin und Leipzig beträgt der Fördersatz bis zu 50 %. Förderfähig sind konzeptionelle Einzelberatungen, etwa zur strategischen Ausrichtung, Personalführung und Organisation sowie Digitalisierung oder Nachhaltigkeit. Unternehmen müssen die KMU-Kriterien erfüllen und dürfen nicht insolvenzgefährdet sein. Außerdem muss das Beratungsunternehmen bei der BAFA registriert sein. Um Direktvermarktern die Inanspruchnahme der Förderung zu vereinfachen, übernimmt das dort registrierte Beratungsbüro Petzinger beispielsweise die formalitätenreiche Antragstellung als Serviceleistung. Weitere Details zur Antragstellung sind auf der BAFA-Website zu finden.

bafa.de



Über die BAFA sind ausschließlich konzeptionelle Einzelunternehmensberatungen förderfähig. Die Beratung muss individuell auf das Unternehmen zugeschnitten sein. Foto: countrypixel/stock.adobe.com