



Waren mit großem Interesse dabei: die Teilnehmenden des EIP-Projektauftritts „DV\_Store 4.0“ im Ingelheimer Weingut Wasem. Foto: lwk rlp / Hofmeister

## Wie digital kann die Zukunft der Direktvermarktung sein?

### Auftaktveranstaltung zu EIP- Agri Projekt

Gute Stimmung herrschte im Weingut Wasem zur Auftaktveranstaltung des Projektes „Digitalisierung der Direktvermarktung in Rheinland-Pfalz – DV\_Store 4.0“, in dem die Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz Lead-Partner ist. Im Rahmen des Projektes soll überprüft werden, unter welchen Voraussetzungen sich die unbemannten und auf einer kleinen Fläche betriebenen digitalen Stores zur gemeinschaftlichen Vermarktung der Produkte von direktvermarktenden Landwirten eignen. Die Landwirtschaftskammer berichtet in einer Pressemeldung.

Das Beratungsteam Einkommensalternativen der Landwirtschaftskammer um Referatsleiterin Hildegard Runkel und die Vereinigung der Direktvermarkter Rheinland-Pfalz (VDRLP) um Geschäftsführerin Maren Lehné hatten zum Projektstart alle Projektbeteiligten und weitere Interessierte eingeladen. Neben vielen Vertretern aus der landwirtschaftlichen Praxis und zwei Partnern aus der Wissenschaft freute sich das Organisations-Team auch über die Teilnahme von Staatssekretär Andy Becht vom rheinland-pfälzischen Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau.

Philipp Wasem, Vorsitzender der VDRLP, eröffnete den Nachmittag mit einem Grußwort und freute sich über das große Interesse. Er betonte dabei die Wichtigkeit der Arbeit der Landwirte: „Landwirte tragen zu Regionalität und Vielfalt bei. Durch die Untersuchung neuer digitaler Vermarktungswege

möchten wir nicht nur die Wettbewerbsfähigkeit unserer regionalen Produkte stärken, sondern auch den Verbrauchern innovative Möglichkeiten bieten, um lokale Erzeugnisse zu entdecken und zu erwerben“, so Wasem.

### Es geht um das Lernen voneinander

Reinhold Hörner, Vizepräsident der Landwirtschaftskammer, erläuterte in seiner Rede den EIP-Grundsatz: „Betriebe haben ein Problem, welches sie zusammen mit der Wissenschaft und der Beratung lösen möchten. Und dabei geht es um das Lernen voneinander.“ Gerade die Entwicklung der Direktvermarktung im ländlichen Raum stelle immer mehr Betriebe vor große Herausforderungen. Gestiegene Personalkosten, erhöhte Produktionskosten und vor allem die zum Teil marktferne Lage seien einige der Hindernisse, mit denen die Betriebe zu kämpfen hätten. Hörner sieht im EIP-

Agri-Projekt „DV\_Store 4.0“ große Chancen sowohl für den ländlichen als auch den städtischen Raum. Er freue sich sehr, dass dieses Projekt ausgewählt worden sei, denn Landwirte und Winzer seien innovationsfreudig und bewiesen seit jeher Erfindergeist. Hörner betonte: „Von der Förderung, die aus Mitteln der Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) finanziert wird, profitieren alle: landwirtschaftliche Betriebe, Handwerksbetriebe entlang der Wertschöpfungskette, Wissenschaft, VDRLP und LWK.“

Staatssekretär Andy Becht betonte in seinem Grußwort die Wichtigkeit der Innovationspolitik, welche über das EIP-Agri-Programm Unterstützung erfahre und das gemeinsame und dialoghafte Erwirtschaften neuer Erkenntnisse fördern wolle: „EIP-Projekte sind Vorarbeit, um Pferdefüße zu erkennen“, so Becht. Er sehe die Landwirtschaftskammer als wichtigen Partner des Ministeriums, da sie als Schnittstelle zwischen den Landwirten und dem Ministerium fungiere und durch den ständigen Dialog mit der Basis wichtige Impulse und Anregungen weitertrage. Er wünschte den Beteiligten guten Mut und freute sich auf den Austausch.

Prof. Dr. Stephan Rüschen, Professor für Lebensmittelhandel an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Heilbronn, gab einen Überblick über die Vielfalt an aktuellen Smart Store 24/7-Konzepten. Gemeinsam hätten die verschiedenen Konzepte, dass sie ohne Personal, 24

Stunden am Tag, sieben Tage die Woche, bargeldlos und auf kleinster Fläche mit einer Kundenregistrierung betrieben würden. „Doch Ausnahmen bestätigen die Regel“, gab Rüschen schmunzelnd zu bedenken. So gebe es zum Beispiel Hybrid-Modelle, die in den Kernzeiten mit Personal agieren würden und zu den Randzeiten unbemannt funktionierten. Zu allen Verkaufsformen präsentierte Rüschen Beispiele aus der Praxis, die in Deutschland schon erfolgreich im Einsatz sind. Natürlich zeigte er auch Herausforderungen im Betrieb auf, beispielsweise Diebstahl und Vandalismus, Sortimentsfindung oder behördliche Auflagen wie das Ladenöffnungsgesetz.

### Wie sehen Anforderungen der Kunden aus?

Online zugeschaltet wurde der zweite wissenschaftliche Partner im Projekt, Prof. Dr. Katharina Eckartz, Professorin für Volkswirtschaftslehre (TH Köln) und Expertin für Kundenakzeptanz. Sie stellte den Blickwinkel eines potentiellen Kunden während des Einkaufs im Smart Store da und legte in ihrem Vortrag den Schwerpunkt auf das Thema Kundenakzeptanz. Welche Maßnahmen getroffen werden müssen, um die Kundenakzeptanz der Smart Stores zu erhöhen, wird sie im Projekt mit untersuchen.

Von der Landwirtschaftskammer stellten die Fachberater für Direktvermarktung, Nicole Hofmeister und Wolf Ostler, die Vorgehensweise im Projekt und die verschiedenen Arbeitspakete vor.

Im Anschluss an die Redner ging es zum Workshop in Form eines World-Cafés. Man beschäftigte sich im kurzen Austausch unter anderem mit den Fragen: Was erwarten die Direktvermarkter vom Projekt und was wäre zum Projektabschluss in vier Jahren ein gutes Ergebnis? Auch die Anforderungen der Kunden an Smart Stores wurden ermittelt. Die Organisatoren freuten sich über den Austausch der motivierten Teilnehmer, neue Impulse und gute Ergebnisse in den Gruppenarbeiten, welche nun in die nächsten Projektschritte eingehen. lwk rlp