

Ausgezeichnete Ideen

Bundeslehranstalt verleiht zum zweiten Mal den Innovation-Award im Agrarhandel

VON HENRIKE SCHIRMACHER

WARBERG. Innovationen spielen eine wichtige Rolle für den Erfolg des eigenen Unternehmens. Die Preisträger des Agri-Innovation-Award, den die Burg Warberg jährlich vergibt, machen vor, wie es geht.

Für Bernd Kleeschulte, einen der drei Preisträger, ist klar, „dass Innovation überlebensnotwendig ist, um zukünftig im Agrarhandel bestehen zu können“. Als geschäftsführender Gesellschafter der Kleeschulte GmbH Et Co. KG hat er voller Tatendrang einen neuen Ansatz gesucht, um Workflow und Teamarbeit effizienter zu gestalten.

Konsequentes Management

Die Antwort darauf lautete, sich und sein Team einem Change Management zu unterziehen. In intensiven Diskussionen mit Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten hat sich das Unternehmen für eine bewusste strategische Ausrichtung entlang der eigenen Stärken entschieden. „Wir haben konsequent nach den Stärken und Ressourcen des Unternehmens geschaut, um zu uns passende neue Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln“, sagte Kleeschulte am Donnerstagnachmittag im Rahmen der Preisverleihung auf Burg Warberg.

Um das Unternehmen profitabler zu machen, hat sich die Firma Kleeschulte also fokussiert. Ihr



Die Institution sucht nach Querdenkern und Vorbildern für die Branche.

FOTO: ARCHIV

Augenmerk richtet sie seither vor allem auf die fünf Säulen Groß- und Einzelhandel sowie Lieferlogistik bei Holzpellets in Nordrhein-Westfalen, kaltgepresstes Rapsöl, Logistiker für Waren aus biologischem Anbau, Großhandel für Ölsaaten sowie erneuerbare Energien. Dieses Engagement hat sich anscheinend gelohnt. Das Unternehmen spricht von einer wachsenden Nachfrage. Der Mut zu Veränderungen ist für Bernd Kleeschulte ein Schlüssel, um im Agrarhandel dauerhaft bestehen zu können, teilte er sein Unternehmercredo mit.

Eine weitere auszeichnungswürdige Innovation gilt der Futterbestellung. Mit der kosten-

freien App namens „Kama-Silo“ hat Patrick Kriebel, geschäftsführender Inhaber der Kama-Kraftfutterwerk Karl Mansdorfer GmbH Et Co. KG, ein innovatives Tool für die Futterbestellung entwickelt.

Futter per App

Sowohl die Kunden des Kraftfutterwerks als auch das Unternehmen selbst profitieren. Als Vollsortimenter, der im Wesentlichen im Bayerischen und Schwäbischen aktiv ist, hat die Kama-Kraftfutterwerk Karl Mansdorfer nach besseren Wegen gesucht, um Flexibilität und Kundenservice bei der Futterbestellung auf eine neue Ebene zu bringen, er-

klärte Kriebel seine Motivation. Die App sei gemeinsam mit Möller Agrarmarketing entwickelt worden und setze genau das um.

„Die Vorteile für unsere Kunden liegen auf der Hand“, berichtete Kriebel: „Einfache Futterbestellung per Smartphone, immer die Übersicht über den aktuellen Futterbestand auf dem Betrieb oder in einzelnen Betriebszweigen und keine vergessenen oder ‚Last-Minute-Bestellungen‘ mehr – all das bietet klare Vorteile für die Landwirte.“

Die neu entwickelte App mache aber nicht nur den Kunden das Leben leichter, sondern Sorge auch im Unternehmen für längeren Vorlauf, vollständige Angaben

bei den Bestellungen, einfachere Reklamationsbearbeitung sowie Zeitersparnis für den Innen- und Außendienst. Künftig sollen Aufträge per App automatisch in das Warenwirtschaftssystem integriert werden.

Neue Wege auch im Recruiting

Wenn es um Innovationen im Agrarhandel geht, gehören auch neue, digitale Ansätze bei der Rekrutierung von Fach- und Führungskräften dazu. Für die Organisation eines digitalen Agrarkarrieretages wurde deshalb das im luxemburgischen Wemperhardt ansässige Karriere- und Bildungsportal AgroBrain ausgezeichnet. „Die Digitalisierung ist gleichermaßen Trend wie Notwendigkeit – und was liegt da näher, als auch die klassische Jobmesse zu digitalisieren und so Arbeitgeber und Berufseinsteiger online zusammenzuführen“, schilderte Alexander Schwarz von AgroBrain das zugrunde liegende Konzept.

Der digitale Agrarkarrieretag fand Ende Oktober vergangenen Jahres statt. Das Live-Event hat mithilfe einer Marketingkampagne mehr als 250 000 Personen erreicht. Das rund vierstündige Programm bot Expertendiskussionen, Unternehmensvorstellungen, Präsentationen zu Einstiegs- und Karrieremöglichkeiten sowie die Möglichkeit, dem Moderator live auf dessen Tablet-PC eingespielte Fragen zu stellen. Der zweite digitale Agrarkarrieretag ist bereits geplant.