



**BIOGEMÜSE:** Per Abo mehr als 500 Kunden beliefern

## «Wie in einer guten Ehe»

*Zusammen ist mehr möglich als im Alleingang. Das sind sich die Biogemüsebauern Hans-Ulrich Müller mit Sohn Niklaus und Samuel Otti bewusst. Das Team betreibt ein erfolgreiches Gemüse-Abo mit über 500 Kunden.*

### LIS EYMANN, LID

Der Kleinbetrieb von Samuel Otti in Oberwil BE lebt schon von Beginn weg zu 100% von der Direktvermarktung. Einerseits verkauft der Biobauer sein Gemüse im eigenen Hofladen, andererseits auf dem samstäglichen Wochenmarkt in Biel. «Mir war aber irgendwann klar, dass es Menschen gibt, die weder zum Markt nach Biel noch zu meinem Hofladen kommen wollen, die aber grundsätzlich an Biogemüse interessiert sind», so Otti. Also hielt er Ausschau nach einer weiteren Absatzmöglichkeit, die gleichzeitig die beste Wertschöpfung bieten sollte. Genau die wollte Hans-Ulrich Müller auch vermehrt in den eigenen Betrieb zurückholen. Grund, warum sie heute gemeinsam das Gemüse-Abo betreiben.

### Gute Basis

Das ausgefeilte Konzept für das Gemüse-Abo lieferte Niklaus, der Sohn von Hans-Ulrich Müller. Seine berufliche Laufbahn startete der 28-Jährige mit einer Lehre als Gemüseegärtner. Später absolvierte er die Weiterbildung zum Agrotechniker an der Höheren Fachschule für Landwirtschaft Strickhof in Lindau. Für eine Semesterarbeit



**Ein erfolgreiches Trio (v.l.): Sohn Niklaus mit Vater Hans-Ulrich Müller und Samuel Otti.**

entwarf Niklaus Müller ein Konzept für ein Gemüseabo. «Er präsentierte mir seine Arbeit und sagte zu mir: Das musst du machen», lacht Hans Ulrich Müller, der zuerst alles andere als begeistert von der Idee seines Sohnes war. Denn diesen hätte er dringend auf dem Hof gebraucht und nicht neue Ideen, die vorerst mal zusätzliche Arbeit in Aussicht stellten.

Dann kehrte Niklaus Müller von Zürich zurück, stieg anfangs 2016 beim elterlichen Hof ein und lancierte gleichzeitig das Abo. «Als Jungunternehmer und Geschäftsleiter des Abos ist er eine ideale Besetzung für uns», sind sich Vater Hans-Ulrich Müller und Samuel Otti einig. Froh darüber, dass Niklaus gute Computerkenntnisse hat. Herzstück des Abos ist letztlich die dafür benötigte Software, mit der die Kunden online ihre

Tasche füllen, die Bestellung ganz nach ihrem Gusto anpassen können, und die gleichzeitig Packschein, Lieferschein und die Rechnung verarbeitet. Insgesamt fahren sie wöchentlich sieben Touren. Niklaus Müller achtet darauf, dass diese jeweils optimal ausgelastet sind.

### Die gute Seele

Unterstützt werden die drei Biogemüsebauern von einer Frau, die im Betrieb eine entscheidende Rolle spielt. Susanne Mangold, die Sekretärin. «Sie ist ein gewichtiger Teil unseres Erfolgs», sind die drei Landwirte überzeugt. «Sie kennt den gesamten Ablauf des Gemüse-Abos und springt auch mal da ein, wo Not am Mann ist. Sei es, wenn jeweils donnerstags in der Packerei helfende Hände gebraucht werden oder wenn einer der Produzenten

vergessen hat, etwas zu liefern. Auch hier ist Koordination für das gesamte Angebot nötig, das nebst Gemüse auch Brot, Milch, Wurst, Früchte, Käse oder Eierlieferungen beinhaltet, denn mittlerweile arbeiten sieben Betriebe mit.

Ohne eine starke Zusammenarbeit wäre eine so breite Produktpalette gar nicht möglich – ein entscheidender Vorteil, um den Kunden eine grosse Vielfalt anbieten zu können. Eine Vielfalt, die die Biogemüsebauern immer wieder bei attraktiven Werbeauftritten präsentieren. So sind sie jeweils beim Slow-up oder beim Freilichttheater Bucheggberg präsent, verteilen Erdbeeren an Bahnhöfen oder zieren jede Gemüse-Abo-Tasche mit einer frischen, leuchtenden Sonnenblume. «Darauf hatten wir sehr viele positive Rückmeldungen», so Otti.