

Den faglige baggrund

Forskere, konsulenter, landmænd eller andre med landbrugsfaglig baggrundsviden kommenterer og uddyber under "Den faglige baggrund" aktuelle faglige nyheder.

Gårdbutik vokser med strategi

Østsjællandske Kildemarksgaarden fik vokseværk - men samtidig styr på mål og midler med det nye rådgivningskoncept Dynamisk Strategi.

Af Troels Grøn bæk
Videncentret for Landbrug

En gårdbutik med ambitioner om at drive det til noget mere - skulle den virkelig have behov for strategiske overvejelser og planlægning?

Ja, mente økonomikonsulent Hans Boding, Østdansk Landbrugsrådgivning, som i fem år har været rådgiver på Kildemarksgaarden, en ejendom med gårdbutik nær Haslev mellem Næstved og Køge. Den drives af Jesper og Trine Hansen, og de havde i begyndelsen af 2011 sat sig for, dels at give butikken en ansigtsløftning, dels at udvide aktiviteterne på ejendommen, så Jesper Hansen kunne leve af denne virksomhed alene.

Disse tanker krævede forandring og vækst, så derfor foreslog Hans Boding familien at gennemføre et strategiforløb efter konceptet Dynamisk Strategi, en nyudviklet metode fra Videncentret for landbrug. Forløbet resulterede udmøntes på to A4-ark, der giver en lynoversigt over virksomheden og dens strategiske muligheder.

»I Dynamisk Strategi er det virksomhedens aktuelle status og samlede situation, der er udgangspunktet. Det gør metoden god, når der skal træffes vigtige beslutninger for fremtidens drift. Og det var netop, hvad Jesper og Trine Hansen



»Dynamisk Strategi har været et godt grundlag for at holde møder om virksomhedens status og udviklingsmuligheder,« mener økonomikonsulent Hans Boding.

stod over for,« forklarer Hans Boding.

Godt med- og modspil

Han var overbevist om, at de med Dynamisk Strategi havde et redskab til dels at udvikle nye ideer, dels at få dem systematiseret, så de kunne gøres til virkelighed.

»Samtidig vidste jeg fra mit kendskab til familien, at de ville være gode til at give med- og modspil i sådan en proces. Og det har vist sig at holde stik. Vi har holdt nogle meget produktive møder om virksomhedens status og udviklingsmuligheder,« konstaterer Hans Boding.

Udgangspunktet var et forholdsvis beskedent udsalg af hjemmedyrkede jordbær, som siden blev suppleret med kartofler. Da så virksomheder på egnen henvendte sig med ønske om at få leveret frisk frugt en til to gange om ugen, allierede Jesper Hansen sig med en frugtavler. Det har givet



Dynamisk Strategi kort fortalt

Dynamisk Strategi er en nyudviklet metode fra Videncentret for Landbrug med det formål at gøre strategiarbejde konkret, let at overskue og enkelt at kommunikere til andre. Udgangspunktet er landmandens egen opfattelse af sin bedrift, formuleret med hans egne ord.

Dynamisk Strategi giver følgende resultater:

- Virksomhedens vision bliver omsat til strategiske mål
- Overblik over alle virksomhedens enkeltdele og aktiviteter - samlet på én A4, Virksomhedskortet
- Nødvendige kompetencer/ressourcer listet og prioriteret
- Bedriften afbalanceret med sin omverden
- Indsætterne til at nå målene præsenteret på endnu en A4, det Strategiske Kompetencekort - til at præsentere for bank, kreditforening, medarbejdere og andre interessenter

Se mere på dlbr.dk/dynamiskstrategi

ham en støt voksende forretning, samtidig med at frugten også sælger godt hjemme i butikken.

»Det harmonerer fint med,

at vi skal have større omsætning i butikken. En stor del af vores diskussioner gik netop på, hvordan sortimentet dér skal sættes sammen - dels ved

at de selv dyrker flere slags grønsager, dels ved at 'bytte' varer med andre producenter,« fortæller Hans Boding.

Målet blev formuleret som et bredt sortiment, der kunne fastholde kunder hele året. Hertil skulle også tjene en ansigtsløftning til butikslokalerne, så de var mere indbydende at besøge - en ændring der allerede er blevet gennemført.

»Og så skal vi naturligvis have fortalt om den 'nye' gårdbutik, så markedsføring er en del af handlingsplanen for næste sæson, så der kan komme flere kunder,« siger Hans Boding.

600 høns

Ud af ingenting kom så pludselig 600 høns og stillede store krav til dynamikken i strategien. Jesper Hansen havde passet hønsene for en anden, som pludselig måtte afhænde dem, og så ville det være mest prak-

»Det er nemt at justere planerne ind efter, hvad der sker i virkeligheden,« siger Jesper Hansen.

tisk at få dyrene hjem til Kildemarksgaarden.

»Men høns skal jo have tag over hovedet, så derfor måtte vi til at tænke i byggeri - noget vi også godt kunne bruge til både maskiner og de stadig flere grønsager,« fortæller Hans Boding.

Derfor blev strategikortet taget op til revision for at tilføje en helt ny driftsbygning. Og da Jesper Hansen tog i banken for at tale finansiering, medbragte han både virksomheds- og strategikort.

»På den måde kunne hans bankrådgiver se, hvor han ville hen - og hvordan. Der var gjort et stykke arbejde derhjemme, det var ikke noget, han havde fundet på i bilen,« påpeger Hans Boding.

Planer der kan justeres efter virkeligheden

»Man får øjnene op for, hvad man har gang i - og hvordan man kan gøre det bedre.«

Jesper Hansen lyder overbevist, når han vurderer det Dynamisk Strategi-forløb, som han og hans hustru, Trine, har gennemført sammen med deres faste økonomikonsulent, Hans Boding fra Østdansk Landbrugsrådgivning.

»Det er en god form for rådgivning, som rigtig mange kunne have glæde af at benytte sig af. Den giver blandt andet svar på det spørgsmål, som alle burde stille sig selv, nemlig la-

ver vi penge, eller laver vi bare noget. Med den metode er arbejdet uden mål ikke en mulighed,« fastslår Jesper Hansen.

Han og familien har gennem forløbet med Dynamisk Strategi fået virksomhedens status defineret, mulighederne for udvikling skitseret, indsatsområder beskrevet og arbejdsopgaver prioriteret.

»Vi ved, hvor vi står, planerne er klare, og vi bestræber os på at følge dem. Det går måske ikke lige efter en snor, men dér er det så smart, at metoden er dynamisk - det er nemt at

justere ind efter, hvad der sker i virkeligheden,« konstaterer Jesper Hansen.

Han oplever, at de konkrete resultater af forløbet, virksomhedskortet og strategikortet, også kan bruges til at kommunikere strategien til andre med.

»I banken har det været et plus, at vores vækstplaner i den grad er sat i ramme på et overskueligt strategipapir. Det gør et godt indtryk - især i disse tider,« mener Jesper Hansen.

Gårdbutikken har undervejs fået en ansigtsløftning - og et bredere sortiment.

