



Hofgeismar, 10. Juni 2010

Neue Geschäftsfelder zur Einkommenssicherung im ländlichen Raum

Rund zwei Drittel aller hessischen Betriebe in der Landwirtschaft werden im Nebenerwerb betrieben und beziehen ihr Haupteinkommen aus anderen Berufsfeldern. Aber auch in den Vollerwerbsbetrieben wird häufig zusätzliches Einkommen über andere Quellen generiert. Die Möglichkeiten und Chancen sind vielfältig. Ihre Nutzung hängt im Wesentlichen von der Kreativität und vom Unternehmergeist der betroffenen Familien ab. Das Hessische Ministerium für Umwelt, Energie, Landwirtschaft und Verbraucherschutz führte am 10. Juni in der evangelischen Akademie Hofgeismar gemeinsam mit dem Regierungspräsidium Giessen, dem Landesbetrieb Landwirtschaft Hessen, der Evangelischen Kirche Kurhessen-Waldeck und der evangelischen Akademie Hofgeismar eine Fachtagung zur Diversifizierung, d.h. zur Erschließung alternativer Einkommensquellen durch. Dabei sollten Chancen und Möglichkeiten der Diversifizierung ausgelotet, die Erfolgsfaktoren in den Blick genommen und Unterstützungsmöglichkeiten dargestellt werden.



Pfarrer und Studienleiter Dr. Georg Hofmeister konnte 70 interessierte Besucher begrüßen

Pfarrer und Studienleiter Dr. Georg Hofmeister von der evangelischen Akademie freute sich, rund 70 interessierte Besucher begrüßen zu können. An der bunten Mischung der an der Tagung Beteiligten sah er einen Hinweis darauf, dass das Tagungsthema von aktuellster Bedeutung ist und die Diversifizierung Möglichkeiten zur besseren Wertschöpfung in ländlichen Regionen eröffnen kann.

Referatsleiter Joachim Dippel vom Hessischen Ministerium für Umwelt, Energie, Landwirtschaft und Verbraucherschutz ergänzte bei der Themeneinführung, dass EU, Bund und Land sehr daran gelegen sei, Maßnahmen zur Diversifizierung zu unterstützen und zu

fördern, um zusätzliches Einkommen in Landwirtschaft und ländlichem Raum zu generieren. Besonderes Augenmerk werde dabei auf die Bildung von Netzwerken gelegt. In diesem Zusammenhang erwarte man neben dem Nutzen für die Betroffenen Produzenten und Dienstleistungsanbieter auch einen hohen Nutzen für die Gesellschaft. Eine Attraktivitätserhöhung des ländlichen Raums z. B. durch Angebote im Landtourismus, Urlaub auf den Bauernhof und Direktvermarkter erhöhe nicht nur die Wertschöpfung, sondern helfe auch bei der Erhaltung von Arbeitsplätzen oder trage dazu bei, neue Arbeitsplätze zu schaffen, besonders für Frauen.



Vollbesetztes Plenum im Tagungsraum der ev. Akademie.
Vorn: Ref. Leiter Joachim Dippel vom Hess. Ministerium,
zweite v. rechts: Dr. Paula Weinberger-Miller, LfL München

Dr. Paula Weinberger-Miller von der Landesanstalt für Landwirtschaft Bayern bestätigte die Möglichkeiten der Einkommensverbesserung durch Diversifizierung. Nur 16 % der landwirtschaftlichen Vollerwerbsbetriebe in Bayern (Niedersachsen 18 %, Hessen ähnlich) könnten ihr Einkommen zu 100 % aus der Landwirtschaft beziehen. Gerade dort, wo einer landwirtschaftlichen Produktionsausweitung Grenzen gesetzt seien, sei die Diversifizierung ein Muss, wenn die Lebenshaltung auf den Betrieben für zwei Generationen zu bestreiten ist. Die Diversifizierung biete zudem die Möglichkeit die Einkommen zu sichern und Risiken durch Produktions- oder Preisausfälle zu mindern. Ferner trage sie dazu bei, Arbeitsspitzen besser zu verteilen.

Zu unterscheiden sei die horizontale und die vertikale Diversifizierung. Zum ersten Bereich zähle eine Produkt- und Angebotsausweitung. Beispielsweise weitere Betriebszweige wie Sonderkulturen, Tourismusangebote oder Dienstleistungsangebote im Bereich von Kommunalarbeiten etc. Die vertikale Diversifizierung zeige sich durch die Be- und Verarbeitung bestehender Produkte mit ergänzender Direktvermarktung. Hier berge die Diversifizierung auch Risiken. Einerseits könne man bei der Etablierung neuer Produkte nicht davon ausgehen, dass eine ausreichende Nachfrage vorhanden sei oder schnell generiert werden kann, andererseits müsse das neue Standbein in den Betrieb passen und alle Familienmitglieder voll mit der neuen Strategie einverstanden und für den Umgang mit Kunden geeignet sein. Durch Abstimmung mit anderen ähnlich ausgerichteten Einrichtungen könnten sich Chancen und Synergien ergeben, die allen Beteiligten nützen.

Als praktisches Beispiel für ein erfolgreiches Netzwerk wurde von Elisabeth Schulze und Jutta Kondner die seit 1999 bestehende Servicebörse Waldeck-Frankenberg vorgestellt. Die Servicebörse vermittelt ihre dienstleistenden Mitglieder – das sind



Elisabeth Schulz und Jutta Kondner berichteten über die Aktivitäten der Servicebörse Waldeck-Frankenberg

qualifizierte und ausgebildete Dienstleisterinnen wie z.B. Hauswirtschafterinnen, Pflegerinnen, etc. aus dem Raum Waldeck-Frankenberg – an Privathaushalte und Betriebe. Die Angebotspalette ist sehr vielschichtig und reicht gemäß der Qualifizierung von Putz- und Pflegearbeiten oder Hilfen beim wöchentlichen Einkauf für älteren Kunden über die Begleitung von Demenzkranken bis zur Ausrichtung von Ferienprogrammen für Kinder und Jugendliche. Die Servicebörse finanziert sich aus Mitgliedsbeiträgen (120.- €/Jahr) und Vermittlungsprovisionen (8 % vom Umsatz der vermittelten Aufträge). Die derzeit 25 Mitglieder arbeiten als unabhängige Unternehmerinnen. Die Abrechnung der Dienstleistungen mit den Kunden erfolgt durch die Servicebörse, die ihre Mitglieder zudem durch eine Gruppenhaftpflichtversicherung abgesichert hat. Derzeit werde beispielsweise eine Stunde Raumpflege mit 13.- € abgerechnet.

Referatsleiterin Hildegard Kuhlmann von der Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen stellte anschließend das Internetportal „www.landservice.de“ vor, das interessierten Verbrauchern eine Fülle von derzeit rund 3500 Angeboten von 2000 Betrieben in Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen offeriert. Landservice versteht sich dabei nicht als Verkaufsplattform, sondern bietet lediglich einen Überblick über das



Angebot der Betriebe, stellt diese in einem Portrait vor und ermöglicht über Links den Zugriff auf die verschiedenen Betriebs-Web-Seiten. Das Portal zeichnet sich durch absolute Werbefreiheit aus, bietet eine Vernetzung aller Fachsparten, bietet eine optimale Einbindung in Suchmaschinen und hat ein Top-Listing bei Google und Co. Über eine große Anzahl ansprechender Features werden dem Internetbesucher Möglichkeiten gegeben nach speziellen Produktangeboten zu suchen, oder er kann über Kartendarstellungen

Regionen unter die Lupe nehmen, um dann lokale Anbieter heraus zu filtern. Schließlich bietet Landservice auch Hilfen für Routenplanungen, z.B. für Fahrrad-, Wander- oder

Reittouren bei denen die Mitgliedsbetriebe mit einschlägigen Urlaubs-, Übernachtungs- und gastronomischen Angeboten aufgelistet werden, die am Wege liegen. Dem neusten Trend folgend, bietet Landservice inzwischen auch GPS-gesteuerte Touren an, bei denen über entsprechende Navigationsgeräte das Planen und Finden leicht gemacht wird. Die Referentin berichtet über den enormen Erfolg des Internet-Portals und ist sicher, dass die Kapazitäten wesentlich ausgebaut werden können, bei Bedarf auch über die Grenzen des Kammerbezirks hinaus. Nach der Kammergebührenordnung beträgt das Entgelt für die Betriebsaufnahme im Serviceportal einmalig 65.- € und jährlich weitere 34.- € zur Aufrechterhaltung und Pflege des individuellen Internetauftritts bei www.landservice.de.



Magister Josef Wanas von der MBS Franz Kurzbauer GmbH Böhmeikirchen (Österreich) beleuchtete Anforderungen und Erfolgsfaktoren bei Diversifizierungsprojekten. Die Ziele einer Diversifizierung lassen sich aus Sicht des Betriebswirts mit den Faktoren Wachstum, Marktmacht, Risikominderung, Nutzung von finanziellen Vorteilen und von Synergieeffekten beschreiben. Der Referent entwickelt an den wissenschaftstheoretischen Grundlagen und praktischen Beispielen die

Merkmale, die für den Erfolg oder Misserfolg einer Diversifizierungsmaßnahme von besonderer Bedeutung sind und leitet sieben allgemeine Erfolgsfaktoren von besonderer Wichtigkeit ab. Hierzu zählen:

1. Eine Stärken- Schwächen-Analyse von Betrieb und beteiligten Personen. Sind diese für die Veränderung geeignet? Ist der Wille und das Können für die Projektumsetzung vorhanden?
2. Ressourcenverfügbarkeit. Sind Produkte, Personen, Kapital und Zeit ausreichend verfügbar?
3. Interne Kommunikation. Stimmt die „Chemie“ untereinander? Haben die Beteiligten die gleichen Ziele?
4. Datenverfügbarkeit. Werden Betriebsdaten im ausreichenden Umfang erhoben? Sind sie für Entscheidungen nutzbar und genügend aktuell?
5. Einsatz von Eigenkapital. Im welchen Umfang sind notwendige Investitionen selbst zu tragen? Welche Konditionen sind bei Fremdfinanzierung zu beachten?
6. Förderung. Kann die Maßnahme durch Fördermittel unterstützt werden?
7. Wissen um Erfolg. Sind die Erfolgchancen realistisch? Wie tief sollte der (erste) Einstieg sein?

Der Referent stellt dabei fest, dass das Gelingen einer erfolgreichen Diversifizierungsmaßnahme maßgeblich vom Wollen und Können der beteiligten Personen abhängt und sich immer wieder zeige, dass sowohl Innovation und Kreativität zur Erschließung neuer Märkte mit neuen Produkten wie auch der wirtschaftliche Erfolg bei gut ausgebildeten Landwirten, Winzern und Gärtnern am deutlichsten sei.

Bei einem Marktspaziergang im Ausstellungsbereich der Tagungsstätte interviewte Pfarrer Eberhard Wisseler anschließend fünf Aussteller aus den Bereichen

Direktvermarktung und Beratung, die zur Entwicklung ihrer Angebote, ihrer Produktpalette, „Besonderheiten zur Herstellung und der dahinter stehenden Betriebsphilosophie Auskunft gaben.



Zur Frage: Wie kann man eine Idee zur Diversifizierung voranbringen und das dazu notwendige Kapital generieren nahm Christian Hiß, Vorstand der „Regionalwert AG“ Bürgeraktiengesellschaft Eichstätt bei Freiburg/Breisgau, Stellung. Hiß, Leiter eines Demeter-Betriebs, gründete die Aktiengesellschaft 2006 mit dem Ziel, regionales Kapital in Form von Aktien für die Landwirtschaft zu generieren. Hierdurch sollte auch eine Beteiligung von „städtischen“ Bürgern an der ländlichen Regionalentwicklung ermöglicht werden.

Mit dem Angebot einer regionalen und ökologischen Geldanlage, die als Kredit in landwirtschaftlichen Projekten arbeitet, sollten darüber hinaus die sozial-ökologischen Leistungen der Landwirtschaft anerkannt und somit wertgestellt werden. Im Einzugsgebiet der Regionalwert-AG wurden neben Existenzgründungen in der Landwirtschaft auch Verarbeitungs-, Vertriebs- und Dienstleistungseinrichtungen unterstützt, so dass eine Multifunktionalität im Verbund hergestellt werden konnte.

Der Regionalwert-AG gehören derzeit 360 Aktionäre an, die insgesamt 2793 Aktien über je 500.- € gezeichnet haben. Von Februar bis Mai 2010 konnte eine Kapitalerhöhung um 300000.- € vorgenommen werden, bei der 100 neue Aktionäre gewonnen wurden. Die Organe der Aktiengesellschaft sind der Hauptausschuss, Aufsichtsrat und Vorstand, letztere werden jeweils auf 5 Jahre gewählt oder benannt.

Mit dem Kapital will die Regionalwert-AG die Hof- und Betriebsnachfolge erleichtern, auch außerfamiliär. Dabei soll die Umstellung auf ökologischen Landbau gefördert werden. Mittelbar soll die gesamte Wertschöpfungskette mit dem Kapital von Bürgern aufgebaut werden, wodurch letzteren auch ein Gestaltungseinfluss auf ihre Region gegeben wird. Die Regionalwert-AG betreibt selbst keine Landwirtschaft, kauft jedoch Betriebe und Flächen auf, die dann über Verpachtung weiter gegeben werden oder vergibt Kapital für landwirtschaftliche Investitionen. Ferner beteiligt sich die Regionalwert-AG finanziell an regionalwirtschaftlichen Unternehmen oder erwirbt Gesellschafteranteile.

So bietet die Regionalwert-AG ihren Aktionären eine zweifache Rendite. Zum Einen eine finanzielle Rendite aus Erträgen durch Pachtleistungen, Beteiligungen und Dienstleistungen wie Beratung in sozial-ökonomischen und sozial-ökologischen Bereichen. Zum Anderen eine sozial-ökologische Rendite, die sich in nachhaltigen Ergebnissen der Beschäftigungsstruktur, Entlohnung, Mitarbeiterfluktuation, Qualität der Arbeitsplätze, Bodenfruchtbarkeit, Ressourcenverbrauch, Biodiversität, Anwendung der EG-Bioverordnung, Wertschöpfungsverteilung etc. zeigt. Der Referent ist sich darin sicher, dass sich das Konzept der Regionalwert-AG auf andere Regionen übertragen lässt. Entscheidend sei dabei der Geldtransfer von städtischen in ländliche Regionen möglichst in einem Radius von 50 bis 100 km um ein finanzkräftiges Zentrum herum.

Förderungs-Referatsleiter Joachim Dippel vom Hessischen Ministerium für Umwelt, Energie, Landwirtschaft und Verbraucherschutz erläuterte im Anschluss die

förderrechtlichen Rahmenbedingungen nach dem Entwicklungsplan für den ländlichen Raum (EPLR) des Landes Hessen 2007 - 2013. Der Plan weist als Einzelmaßnahme 311 die Fördermöglichkeit von „Diversifizierung hin zu nicht landwirtschaftlichen Tätigkeiten“ aus, bei denen in drei Teilmaßnahmen unterschieden wird:

A Energetische Nutzung von Bio-Rohstoffen aus der Land- und Forstwirtschaft.

B Landtouristische Investitionen landwirtschaftlicher Betriebe

C Zusatzeinkommen durch Direktvermarktung, Handwerk und sonstige Dienstleistungen.

Für die Maßnahmen stehen insgesamt 9,2 Mio € öffentliche Mittel zur Verfügung, die ein gesamtes Investitionsvolumen von 49,4 Mio € generieren sollen. Von 2007 bis 2009 wurden erst 7 % der verfügbaren Mittel abgerufen. Das Ministerium hat bei Teilmaßnahme A zum Ziel, dass jährlich 6 Anlagen zur energetischen Nutzung (Biogas- oder Holzfeuerungsanlagen) und 5 Nahwärmenetze mit Erzielung eines Zusatzeinkommens für die Betriebe, das wenigstens 0,5 AK (bei Holzfeuerungsanlagen 0,3 AK) entspricht, gefördert werden sollen. Die Projekte sollen dabei einen Beitrag zur Umsetzung von regionalen Entwicklungskonzepten leisten und dazu beitragen, dass neue Kompetenzen erworben werden, für neue Angebote, die Schaffung neuer Arbeitsplätze und den Ausbau der wirtschaftlichen Kompetenz im Rahmen einer nachhaltigen eigenständigen Entwicklung. Hieraus erwartet man den Erhalt von bäuerlichen Betrieben und Arbeitsplätzen, den Ausbau und die Nutzung nachwachsender Rohstoffe und damit eine deutliche Reduzierung der CO₂-Emissionen. Im Bereich der landtouristischen Investitionen möchte man jährlich mindestens 15 Projekte fördern, die pro Betrieb ein Zusatzeinkommen von 10000.- € generieren sollen. Hierunter fallen Projekte mit besonderer regionaler Wirksamkeit und Zielgruppenorientierung, die einen wesentlichen Beitrag zur Profilierung ländlicher Regionen leisten.

Für Direktvermarkter, Handwerk und sonstige Dienstleistungen sollen in 150 Projekten ca. 180 Bruttoarbeitsplätze geschaffen werden. Dabei müssen diese Projekte nicht unbedingt in ländlichen Regionen durchgeführt werden. Wichtig ist, dass sie ihre wirtschaftliche Auswirkung in ländlichen Regionen entfalten.

Einzelheiten zu den Förderprogrammen und deren Ausgestaltung sind bei den Landräten (Hauptabteilungen LFN o. entspr.), dem Regierungspräsidium Gießen (Dez. 51.1 – Landwirtschaft, Marktstruktur oder beim Landesbetrieb Landwirtschaft Hessen, Fachgebiet 11.2 Urlaub auf dem Bauernhof, ländliche Gastronomie zu erfahren.



In der abschließenden Podiumsdiskussion wurde deutlich, dass die Umsetzung von Diversifizierungsprojekten neben dem Engagement der Betroffenen auch der Hilfe und Unterstützung durch Beratung bedarf. Neben Einzelberatungen und stetigen Informationen werden auch Qualifizierungsmaßnahmen gefordert, die die Bewerber fachlich und persönlich in den Stand versetzen, sich neue Geschäftsfelder zu erschließen. Dabei ist es sehr hilfreich, wenn fachkundige

Beratung erreichbar ist oder – noch besser – aus den Erfahrungen Gleichgesinnter gelernt werden kann, wie dies beispielsweise in Arbeitskreisen oder Arbeitsgemeinschaften üblich ist. Interessenten finden hierzu Hinweise bei den Dienststellen des Landesbetriebs Landwirtschaft Hessen oder bei den Fachgebieten für ländlichen Raum bei den hessischen Kreisverwaltungen und beim Regierungspräsidium Gießen.

Verantwortlich: Dr. Ernst-August Hildebrandt