



Frauen machen Gewinn – Unternehmerin des Jahres

Dokumentation

Landwirtschaftlich-hauswirtschaftliche
Fachtagung mit Unternehmenskonzepten
zum Wettbewerb 2004

Impressum

Herausgeber

Bayerisches Staatsministerium für Landwirtschaft und Forsten

Postfach 22 00 12, 80535 München

E-Mail: info@stmlf.bayern.de

www.stmlf.bayern.de • www.landwirtschaft.bayern.de

Redaktion

Referat Haushaltsleistungen, Urlaub auf dem Bauernhof, Landfrauen

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Programm der Tagung	4
Eröffnungsrede – Dr. Viktoria Lofner-Meir	5
Grußwort – Annemarie Biechl	8
Präsentation der Unternehmenskonzepte	10
„Minekussar’s Schoflädele“; Monika Blanz	11
„Aurachers Apfelpfad“; Gabriele Auracher	12
„Hofgut Taubermühle“; Barbara Barth	13
„Landhaus Jahncke“; Anneliese Jahncke	14
„Nebauer Schatzhof“; Angela Nebauer	15
„Brög’s Trockenfrüchte“; Martina Brög-Schulz	16
„Mergner Hof“; Petra Mergner	17
„Kanapee“; Monika Scheibenberger	18
„Spezialitätenkäserei Oeffner“; Birgit Oeffner	19
„Kammermeier“; Roswitha Kammermeier	20
Expertenforum	
„Ich habe es gewagt“; Marianne Krafft	21
„Stark am Markt durch strategisches Handeln“; Birgit Lievenbrück	22
„Sozialkompetenz als Erfolgsfaktor“; Johann Detlev Niemann	25
Rede – Staatsminister Josef Miller	27
Schlusswort – Barbara Stanglmair	32

Vorwort

„Frauen machen Gewinn“ – das bedeutet, immer öfter erwirtschaften Frauen auch auf den landwirtschaftlichen Betrieben durch eigenes unternehmerisches Handeln einen wesentlichen Anteil am Gesamteinkommen. Eine Frau, die Gewinn machen will, braucht Mut, Können, Geschäftssinn und tragfähige Ideen. Eine Fülle an Beispielen im land- und hauswirtschaftlichen Bereich zeigt, wie kreativ und ideenreich Bäuerinnen zum Einkommen des Betriebes und damit auch zur Sicherung der Existenz beitragen. Bäuerinnen verstehen sich heute zu Recht als landwirtschaftliche Mit-Unternehmerinnen.



Vielen sind dafür der sprichwörtliche Unternehmungsgeist und die Unternehmungslust in die Wiege gelegt. Beides kann aber auch mit der beruflichen Aus- und Fortbildung geweckt und durch entsprechende Hilfestellung entwickelt werden. Oftmals ist der erlernte Beruf innerhalb oder außerhalb der Landwirtschaft die Basis für eine neue Geschäftsidee. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Abteilung Strukturentwicklung und Haushaltsleistungen an den staatlichen Landwirtschaftsämtern unterstützen die land- und hauswirtschaftlichen Unternehmerinnen mit Qualifizierungs- und Beratungsangeboten.

Diese Dokumentation der Fachtagung am 2. Dezember 2004 in der Residenz in München informiert über herausragende Beispiele land- und hauswirtschaftlicher Unternehmen und über Expertenmeinungen zu Rahmenbedingungen für ein erfolgreiches Handeln.

Ich hoffe, dass diese Beispiele Impulse setzen und Mut machen zu gewinnorientierten Einkommenskombinationen.

A handwritten signature in black ink, reading 'Josef Miller'.

Josef Miller
Staatsminister

Programm

Fachtagung für land- und hauswirtschaftliche Unternehmerinnen „Frauen machen Gewinn“ – Wahl der Unternehmerin des Jahres 2004 am 2. Dezember 2004 in der Münchner Residenz

- 14:00 Uhr Begrüßung
Dr. Viktoria Lofner-Meir
Regierungsdirektorin
- Grußwort
Annemarie Biechl
Landesbäuerin
- 14:15 Uhr Präsentation der Unternehmerinnen mit Wahl der Unternehmerin des Jahres
- 15:15 Uhr Kaffee und Imbiss
Besuch der Ausstellung im Theatiner gang
- 16:15 Uhr Expertenforum mit Plenumsdiskussion
- „Ich habe es gewagt“**
Marianne Krafft
Meisterin der ländlichen Hauswirtschaft, family-farm, Markt Taschendorf
- „Stark am Markt durch strategisches Handeln“**
Birgit Lievenbrück
Geschäftsführerin Moments of Magic GbR, Kaufbeuren
- „Sozialkompetenz als Erfolgsfaktor“**
Johann Detlev Niemann
Hauptgeschäftsführer der DEULA Bayern, Freising
- Moderation**
Christine Schneider
Bayerisches Fernsehen, München
- 18:00 Uhr **„Frauen machen Gewinn“**
Staatsminister **Josef Miller**
- 18:30 Uhr Auszeichnung der Unternehmerin des Jahres 2004
Staatsminister **Josef Miller**
Urkundenverleihung
- 18:40 Uhr Schlusswort
Barbara Stanglmair
Vorsitzende des Dachverbandes des Hauswirtschaftlichen Fachservices
Bayern

Ausstellung

Präsentation der Unternehmenskonzepte von 10 Bäuerinnen im Theatiner gang der Residenz.

Begrüßung und Eröffnung

Dr. Viktoria Lofner-Meir

Leiterin des Referats A 3 im Staatsministerium

Sehr geehrte Damen und Herren,
Ihnen allen, die Sie an unserer Fachtagung für land- und hauswirtschaftliche Unternehmerinnen teilnehmen, ein herzliches Grüß Gott. Wir werden im Rahmen dieser Fachtagung die „Unternehmerin des Jahres 2004“ wählen und küren.

Das Motto der Fachtagung lautet „Frauen machen Gewinn“. Dieses Motto ist wörtlich zu nehmen. Wir danken Herrn Staatsminister Josef Miller, der Sie zu dieser Fachtagung eingeladen hat, dass er der Idee zum zweiten Mal im Rahmen einer Fachtagung „Die Unternehmerin des Jahres“ zu küren, spontan seine Zusage gegeben hat. Auch er sieht, welchen Gewinn die Frauen, sprich die Bäuerinnen, machen. Welchen entscheidenden Einfluss und welche Vorreiterrolle im Bereich von Einkommensalternativen Frauen haben. Wir sind gespannt auf seinen Vortrag und vor allen Dingen, welche „Unternehmerin des Jahres 2004“ er uns nach Ihrer Wahl, verehrte Zuhörer, präsentieren kann.

Besonders herzlich begrüße ich alle anwesenden Unternehmerinnen, die mit ihrem Engagement Zukunftsperspektiven initiieren und Visionen umsetzen. Insbesondere begrüße ich die vier Unternehmerinnen, die sich heute dem Wettbewerb stellen. Es ist wirklich nicht leicht, sich vor so einem großen fachkompetenten Publikum zur Wahl zu stellen. Ich darf Ihnen gleich im Voraus meine Anerkennung und meinen Dank dafür aussprechen.

Es war nicht einfach, weiteren sechs Bewerberinnen zu sagen, dass sie die Endrunde des Wettbewerbs nicht erreicht haben. Und gar 32 Bewerberinnen die Präsentation in der Öffentlichkeit zu versa-

gen. Sicher ist, dass alle Unternehmen, alle Betriebszweige es wert gewesen wären, in der Öffentlichkeit präsentiert zu werden, aber leider liegt es in der Natur eines Wettbewerbs, dass gewisse Bewerbungen nicht mehr berücksichtigt werden können. Bitte haben Sie dafür Verständnis. Aber meinen herzlichen Dank an Sie, denn Sie alle haben eine große Bedeutung für unseren ländlichen Raum. Alle Politiker schätzen dies ebenso. Deshalb darf ich einige Mitglieder des Landtages begrüßen.

Ich bitte nach der Nennung aller Ehrengäste, diese mit Applaus zu begrüßen.

Voran unsere Landesbäuerin, gleichzeitig Abgeordnete des Landtags, Frau Annemarie Biechl. Sie wird im Anschluss ein Grußwort an Sie richten.

Ein herzliches Grüß Gott an Frau Landtagsabgeordnete Berta Schmid, Frau Kathrin Sonnenholzner, Frau Christa Götz und an die Herren Abgeordneten Klaus Stöttner, Hans Herold, Heinrich Rudolf und Franz Kustner.

Ein besonderer Dank und ein herzliches Grüß Gott an die Landräte, stellvertretende Landrätinnen, bzw. Vertreter der Landkreise Bamberg, Herrn Siegfried Wagner, des Landkreises Lindau, stv. Landrätin Doris Scheuerl, des Landkreises Dingolfing-Landau, Frau Landrätin Anneliese Apfelböck und des Landkreises Traunstein, Herrn Landrat Herrmann Steinmaßl und ein herzlicher Gruß an die Bürgermeister der Gemeinde Illesheim, Herrn Heinrich Förster, der Gemeinde Wettringen, Herrn Michael Kandert, der Gemeinde Pommersfelden, Herrn Hans Beck, der Gemeinde Chieming, Herrn Benno Graf.

Mit Ihrer Anwesenheit unterstützen Sie Ihre Unternehmerinnen aus Ihren Gemeinden und Landkreisen und drücken vor allem Ihre Wertschätzung und die Verbundenheit mit der Landwirtschaft konkret mit den Bäuerinnen aus.

Abgesagt haben:

MdL Heidi Lück

LR Reisinger, Lkr. Straubing-Bogen

BgM der Gemeinde Simbach,

Herr Alois Schrögmeier

Eine Fachtagung und die Präsentation von Unternehmerinnen bieten neben der Wertschätzung auch die Gelegenheit zu Gesprächen, Erfahrungsaustausch und Diskussionen. Viele Gäste, um nicht zu sagen ein starkes Team von Vertreterinnen von Verbänden geben uns heute die Ehre.

Frau Katharina Stanglmair, die Leiterin der Landfrauengruppe des Bayerischen Bauernverbandes,

Frau Luise Bachmaier, Vorsitzende der Vereinigung des landwirtschaftlichen Meisterverbandes,

Frau Maria Felbermaier, Vorsitzende der Vereinigung landwirtschaftlicher Fachschulabsolventen,

sowie die Bezirksvorsitzenden der Vereinigung der landwirtschaftlichen Fachschulabsolventen, Frau Eva Endres, Frau Heide Murr sowie die Bezirks-, Kreis- und Ortsbäuerinnen vieler Regionen.

Grüß Gott an:

Frau Barbara Stanglmair, Vorsitzende der hauswirtschaftlichen Fachorganisationen Bayerns,

Frau Irmingard Schmid, Landesvorsitzende des Verbraucherservice Bayern,

Frau Hanka Schmitt-Luginger Vorsitzende des bayerischen Landesausschusses für Hauswirtschaft,

Frau Landesvorsitzende Hildegard Mayerhofer der bayerischen Landfrauenvereinigung des Katholischen Deutschen Frauenbundes,

Frau Vorsitzende Lydia Klein der Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Hausfrauen im Deutschen Evangelischen Frauenbund,

Frau Landesvorsitzende Angelika Paulus des deutschen Hausfrauenbundes.

Besonders freut es mich heute eine große Anzahl junger Leute begrüßen zu können. „Bei Ihnen liegt die Zukunft“ so wird häufig betont. Dies ist wörtlich und ernst zu nehmen. Ich grüße und Ihr dürft Euch zeigen: die Studierenden der Technikerschule für Hauswirtschaft und Ernährung in Kaufbeuren, die Studierenden der Dorfhelferinnenschule in Pfaffenhofen, die Studierenden der Vollzeit Landwirtschaftsschule, Abteilung Hauswirtschaft in Rosenheim und die Studierenden der Technikerschule für Landwirtschaft in Landsberg. Noch einmal ein herzliches Grüß Gott an die Studierenden und an die begleitenden Lehrkräfte.

Die Organisation einer derartigen Tagung und eines Wettbewerbs kostet viel Mühe an Vorbereitungen, viel Mühe im Detail.

Grüß Gott an die verehrten Kolleginnen der Regierungen, besonders aber an die Kolleginnen der Regierung von Niederbayern, die diese Tagung mit vorbereitet haben und an die Kolleginnen aus der Landkreisen der Unternehmerinnen. Allen ein Willkommen. Auch ein Willkommen und ein Dank an die Bewertungsjury. In diesem Zusammenhang darf ich besonders herzlich die Initiatorin dieses Wettbewerbs, Frau MRin a. D. Charlotte Daniel, begrüßen. Grüß Gott an die Referenten des heutigen Tages Frau Krafft, Frau Lievenbrück, Herrn Niemann und an die Moderatorin Frau Christine Schneider. Für wenig oder gar kein Honorar haben sie sich heute bereit erklärt, ihren geschätzten Beitrag für die Frauen zu bringen. Prima und nochmals vielen Dank.

Lassen Sie mich betonen, eine Fachtagung und eine Wahl der Unternehmerin des Jahres 2004 ist natürlich nur möglich, wenn Besucher sich anmelden und Interesse für die Tagung zeigen. Allerdings habe ich mit so einer überwältigenden Resonanz nicht gerechnet. Zirka 430 Anmeldungen sind erfolgt. Der Max-Joseph-Saal

bietet allerdings maximal 350 Sitzplätze. Deshalb mussten wir ca. 80 Personen absagen. Beispielsweise musste ich vielen Kolleginnen, obwohl sie in diesem Bereich arbeiten und sich engagieren, eine Absage erteilen. Ich bitte um Verständnis.

Ich hoffe, die anwesende und benachrichtigte Presse werden wohlwollend über diese Tagung berichten. Bei Frau Knon

vom landwirtschaftlichen Wochenblatt, die heute anwesend ist, darf ich mich herzlich bedanken.

Ich hoffe, alle Besucher können einige Impulse und Anregungen aus dieser Tagung mitnehmen.

Nun bitte ich Frau Landesbäuerin und Landtagsabgeordnete, Frau Annemarie Biechl, um ihr Grußwort.

Grußwort

Annemarie Biechl

Landesbäuerin

Anrede!

Als ich vor kurzem erzählte, dass ich zur Wahl der „Unternehmerin des Jahres“ gehe und dabei auch das Motto nannte unter dem diese Wahl steht, kommentierte jemand ganz entschieden „Frauen sind ein Gewinn!“

Das, meine Damen und Herren, ist eine Selbstverständlichkeit!
und dem ist nichts hinzuzufügen.

Ich würde fast sagen, das versteht sich von selbst und dafür müssten wir keine Wahl zur Unternehmerin des Jahres ausrufen.

Dass Frauen jedoch auch „Gewinn machen“ – das müssen wir ins rechte Licht rücken.

Es ist auch in unserer Gesellschaft noch lange nicht selbstverständlich, dass das unternehmerische Tun von Frauen Gewinn abwirft.

Überhaupt stellen wir immer häufiger fest, dass es in diesen wirtschaftlich schwierigen Zeiten keineswegs selbstverständlich ist, dass ein Unternehmen Gewinn abwirft.

Und wenn in Kürze der Situationsbericht des Deutschen Bauernverbandes veröffentlicht wird, werden wir es auch da wiederum schwarz auf weiß dokumentiert haben, dass das auch in der Landwirtschaft nicht anders ist.

Deshalb ist dieses Motto „Frauen machen Gewinn“ mehr als angebracht und im Gegenteil sogar zukunftsweisend.

Ich gestehe, dass ich – wie wohl viele hier im Saal – sehr gespannt bin auf die Vor-

stellungen der Bäuerinnen, die von der Jury ausgewählt wurden und ich bin sicher, dass uns ein spannender Nachmittag erwartet.

Dabei sind es weniger die Geschäftsideen im Einzelnen, auf die ich gespannt bin, als vielmehr die Persönlichkeiten, die sich dahinter verbergen.

Unternehmerisches Handeln und speziell erfolgreiches unternehmerisches Handeln ist ja in ganz entscheidendem Maß durch scheinbare Gegensatzpaare gekennzeichnet:

- Fantasie (einerseits)
und Realitätssinn (andererseits)
- Gespür für die „gute Gelegenheit“ –
und gezieltem Marketing
- Können/Wissen/Talent –
und dem nötigen Quäntchen Glück
- Vertrauen in eigene Fähigkeiten –
und Risikobereitschaft
- Einsatzbereitschaft –
und Distanz
- klare Zielsetzung –
und Spontaneität
- zielstrebiges Handeln –
und Improvisationsgabe
- Innovationsgeist –
und Beständigkeit
- Teamfähigkeit –
und Individualität
- Kreativität –
und Organisationstalent

Das sind scheinbar alles Gegensatzpaare und diese unterschiedlichen Schlüsselqualifikationen lassen auf sehr interessante Menschen schließen.

Nicht zuletzt deshalb geht es mir heute weniger um die Geschäftsidee als solcher, sondern vielmehr um die unternehmerischen Fähigkeiten, die dahinter stecken.

Und ich meine, genau das ist auch das Licht, das wir nicht unter den Scheffel stellen sollten, sondern auf einen großen, hellen Leuchter.

Es geht mir auch deshalb nicht so sehr um die Geschäftsidee, weil ich meine, die Botschaft, die von der Wahl zur „Unternehmerin des Jahres“ ausgehen sollte, ist nicht die „Da schaut her, schaut auf dieses Unternehmen und macht es jetzt alle nach – dann werdet ihr Gewinn machen, Zukunftsperspektiven haben“.

Nein, die Botschaft, die von dieser Wahl für meine Begriffe ausgehen sollte, ist eine andere:

„Hier schaut her, schaut auf diese Unternehmerin, sie hat ihr Leben in die Hand genommen und entsprechend ihren Möglichkeiten etwas daraus gemacht!“.

Das ist es, was Mut macht!!

Und weil ich unsere Bäuerinnen in Bayern kenne, bin ich überzeugt, dass wir an diesem Nachmittag sehr viel Mutmachendes hören werden.

Denn es macht Mut, wenn Menschen ihr Leben – unter den je eigenen Rahmenbedingungen und mit den je eigenen Voraussetzungen – in die Hand nehmen, es aktiv gestalten und sich und anderen damit eine Lebensgrundlage schaffen.

Ich bin aber auch deshalb sicher, dass dieser Nachmittag vielen Mut machen wird, weil ich das auf unserem Bäuerinnentag beim ZLF gerade erst selbst so eindrucksvoll erlebt habe.

Bewusst wollten wir dort Bäuerinnen zu Wort kommen lassen, die aus ihrem Leben berichten, von ihren unterschiedlichen Lebensentwürfen in ganz unter-

schiedlichen Situationen und je anderen Voraussetzungen.

Und die Reaktionen hinterher waren im Grundtenor „Es war ermutigend!“

Es kam dabei ganz deutlich zum Ausdruck, dass der mutige Realismus der Bäuerinnen ein deutliches Zeichen setzt in unserer Gesellschaft und auch in unseren eigenen Reihen.

Ein weiteres eindrucksvolles Beispiel dafür, dass Frauen/Bäuerinnen sich dem Leben und seinen Herausforderungen stellen, war für mich die unglaublich große Resonanz auf den von uns Landfrauen im BBV initiierten Lehrgang „Agrar-Bürofachfrau“.

In unserem Lehrgangskonzept haben wir die unternehmerischen Grundanforderungen oberste Priorität eingeräumt.

Vor allem junge Bäuerinnen, die teilweise auch aus anderen Berufen kommen, sind nun in den Lehrgängen. Sie stellen sich mit Entschiedenheit den Herausforderungen, wollen das Handwerkszeug erlernen, sich rüsten für die Zukunft und es ist beeindruckend in den Lehrgängen zu erleben, wie engagiert sie sich in die Diskussion einbringen.

Auch das macht Mut.

Und ich muss sagen:

Mit solchen Frauen ist mir auch um die Zukunft der bäuerlichen Familienbetriebe nicht bange!

Deshalb wünsche ich dieser Veranstaltung und den zur Wahl stehenden Unternehmerinnen alles Gute, vor allem aber, dass sie mit ihrem Beispiel vielen Mut machen, und damit ein deutliches Zeichen setzen dafür, dass Bäuerinnen in ihren Familien und Betrieben ihr Leben in die Hand nehmen, unter je eigenen Rahmenbedingungen aktiv gestalten und als Unternehmerinnen Verantwortung übernehmen.

Präsentation der Unternehmenskonzepte

Vier von einer Jury ausgewählte Unternehmerinnen präsentieren auf der Bühne ihre Unternehmen. Das Plenum der Fachtagung wählte daraus die Unternehmerin des Jahres 2004.

- 1. Platz** „Unternehmerin des Jahres 2004“ mit einem Ehrenpreis von 2.000 Euro
Monika Blanz mit „Minekussar's Schoflädele“
Vorderhindelang, Landkreis Oberallgäu

- 2. Platz** Auszeichnung mit 2.000 Euro
Gabriele Auracher mit „Aurachers Apfelgarten“
Oberschweinbach-Spielberg, Landkreis Fürstentfeldbruck

- 3. Plätze** Auszeichnung mit jeweils 500 Euro
Barbara Barth mit „Hofgut Taubermühle“
Wettringen, Landkreis Ansbach

Anneliese Jahncke mit „Landhaus Jahncke“
Chieming, Landkreis Traunstein

Die weiteren Bewerberinnen wurden mit Urkunden ausgezeichnet.

„Minekussar's Schoflädele“

Monika Blanz

Winkelgasse 14
87541 Vorderhindelang
www.schaeferladen.de
Landkreis Oberallgäu

1. Preis

Hauswirtschafterin
verheiratet, 2 erwachsene Söhne

Landwirtschaft

Die Schäferei Blanz liegt auf der Sonnenseite des malerischen Ostrachtales am Ortsrand von Vorderhindelang. Der Betrieb bewirtschaftet 27 ha Grünland auf 850 – 1200 m ü. d. Meeresspiegel und hält ca. 100 Mutterschafe mit Nachzucht. Seit 2003 ist der Betrieb anerkannter Bio-Betrieb im Naturlandverband.



Unternehmen



„Minekussars Schoflädele“ entstand aus dem Wunsch, die eigene Wolle selbst zu verarbeiten. „Minekussar“ ist der Hausname des landwirtschaftlichen Betriebes und geht wahrscheinlich auf

Dominikus zurück. Inzwischen wird hier die gesamte Wolle der eigenen Schäferei und auch Wolle von Schafhaltern aus der Umgebung vermarktet.

Besonderheiten

Der Betrieb bietet (fast) alles, was es aus Wolle gibt.

Ein Großteil des Sortiments wird selbst hergestellt. Zum Teil können die Kunden den Fertigungsprozess im Laden verfolgen, z. B. bei Kissen, Oberbetten und kleinen Teppichen.

Die langjährige Erfahrung im Umgang mit Wolle und Wollprodukten garantiert den Kunden eine kompetente Beratung.

Produktpalette aus eigener Fertigung

- Schafwolle in ca. 10 Qualitäten und Farben
- Teppiche nur aus eigener Wolle in Wunschgröße bis 2,5 m breit
- Oberbetten aus Wollstoffen gefüllt mit Merinovlies
- Kopfkissen und Kleinteile gefüllt mit Wollnoppen
- Kuschkissen, Sitzkissen, Nackenhörnchen, Nackenrollen
- Großes Sortiment an Fellen
- Lodencapes und Gamaschen

„Aurachers Apfelparten“

Gabriele Auracher

Klosterstraße 12 a
82294 Oberschweinbach-Spielberg
Landkreis Fürstentfeldbruck

2. Preis

Ausbildung zur Steuergehilfin
Bäuerin seit 1977
verheiratet, 2 erwachsene Söhne

Landwirtschaft

Seit 1986 führen Gabriele und Herbert Auracher den 35 ha großen viehlosen Betrieb in Spielberg im Landkreis Fürstentfeldbruck. Durch den Aufbau des Betriebszweiges „Obstbau und Kelterei“ ist es ihnen gelungen, aus dem Nebenerwerb wieder in den Vollerwerb zurückzukehren.

Die Produkte sind Natur belassen und ohne Zucker und sonstige Zusätze hergestellt. Die naturtrüben Direktsäfte werden nicht geklärt und sofort nach der Pasteurisierung Vitamin schonend abgefüllt.

Die Entwicklung neuer Produkte orientiert sich eng an den Kundenwünschen: z. B. das „Heidelbärchen“ eine Mischung aus Birnen- und Heidelbeersaft, die besonders mild für Kleinkinder ist.

Unternehmen



Der Betrieb erzeugt auf der ca. 2,7 ha großen Obstanlage Tafelobst in anerkannter Bio-Qualität. In der hofeigenen Kelterei verarbeitet Gabriele Auracher das überschüssige Obst zu naturtrüben Säften

und Mischsäften. Die Vermarktung erfolgt im eigenen Hofladen und über den Fürstentfeldbrucker Bauernmarkt, über ein Netz anderer Hofläden sowie einen Münchner Getränkemarkt und verschiedene Gastronomiebetriebe.

Produktpalette

- Tafelobst
- Naturtrübe Direktsäfte, auch in Mischungen
- Apfelwein, „Apfelschwipschen“ (halb Apfelwein und halb Apfelsaft mit 3 % Alkohol)
- Gelees, Apfelchips, Apfelessig
- Schnäpse und Liköre

Besonderheiten

Die Kelterei verarbeitet ausschließlich heimische Obstsorten vorwiegend aus eigener Produktion. Bei Bedarf wird nur Obst aus der Region zugekauft.



Hofgut Taubermühle – Wo sich Urlaubsgäste und Pferde wohl fühlen

Barbara Barth

Taubermühle

91631 Wettringen

www.hofgut-taubermuehle.de

Landkreis Ansbach

3. Preis

Gehilfenprüfung in der Landwirtschaft

Staatlich geprüfte Wirtschaftlerin für Landbau

Ausbildung zur IHK-geprüften Bürokauffrau

Meisterin der ländlichen Hauswirtschaft

verheiratet, 3 Kinder

Landwirtschaft

Die Taubermühle ist ein landwirtschaftlicher Vollerwerbsbetrieb mit 192 ha, zum größten Teil arrondierter Nutzfläche. Die landwirtschaftlichen Schwerpunkte liegen auf Ackerbau (110 ha), Grünland (45 ha) und Wald (32 ha). Das Hofgut befindet sich 12 km südlich von Rothenburg an der Tauber, jeweils 5 Fahrtminuten von den Autobahnen 6 und 7 entfernt.

Unternehmen der Betriebsleiterin

Aufgrund der einzigartigen Lage der Taubermühle und der



Verbundenheit der Betriebsleiterin mit dem Reitsport fand seit 1990 ein fließender Übergang hin zur Erwerbskombination statt. Heute besteht dieser Betriebszweig aus drei Säulen: Pferdehaltung, Ferienwohnungen und Sonntagscafe.

Besonderheiten

Der Bereich Gästebeherbergung ist zertifiziert nach DIN EN ISO 9001:2000 und spezialisiert auf das Angebot „Wohlfühlurlaub auf dem Bauernhof“. Die Kombination

Pferdehaltung und Gästebeherbergung ermöglicht das Spezialangebot „Urlaub mit dem eigenen Pferd“.

Dienstleistungsangebot

- Umfassende Versorgung aller eingestellten Pferde mit weitem Serviceangebot
- Urlaub in gut ausgestatteten und eingerichteten Ferienwohnungen (4-Sterne); auf Wunsch mit Brötchenservice oder Frühstück
- Verwendung hochwertiger Produkte von Selbstvermarktern aus der Region oder aus eigener Herstellung
- Sonntagscafe als Serviceangebot für Urlauber, Einsteller, Wanderer und Besucher



Landhaus Jahncke – Lernen und Erleben in der Landwirtschaft

Anneliese Jahncke

Manholding 16

83339 Chieming

www.landhaus-jahncke.de

Landkreis Traunstein

3. Preis

Meisterin der ländlichen Hauswirtschaft

Sennerkurs für Hofkäserei an der Landwirtschaftsschule Chur, Schweiz

Natur- und Landschaftsführerin, ANL Laufen

Ernährungslehrgänge in der Vollwerternährung nach Prof. Leitzmann
verheiratet, 3 erwachsene Töchter

Landwirtschaft

Der landwirtschaftliche Pachtbetrieb umfasst 42 ha und wirtschaftet biologisch mit den Schwerpunkten Grünland (21 ha), Vertragsnaturschutz (12 ha) und Getreide (9 ha). Auf dem Betrieb werden Pensionsrinder und Pferde gehalten.

Unternehmen



Aus der Direktvermarktung von Milch, Brot und Fleisch und dem Kursangebot „Milchverarbeitung im bäuerlichen Haushalt“ entwickelte sich seit 1982 ein Bildungsangebot für „Stadt und Land“, in dem landwirtschaftliche Erfahrungen pädagogisch aufbereitet und praktisch weiter vermittelt werden.

Heute sind die Zielgruppen vorwiegend Schulklassen, Kinder- und Jugendgruppen.

Die Vermietung von Ferienwohnungen und Seminarräumen ergänzt das Angebot, so dass auch mehrtägige Kurse möglich

sind. Dieses Angebot wird vor allem von Förderschulen gerne angenommen.

Besonderheiten

Da immer weniger Menschen wissen, wie Lebensmittel und Rohstoffe entstehen, ermöglicht der Besuch auf dem Bauernhof Einblicke in ökologische Kreisläufe, artgerechte Tierhaltung und umweltschonende und nachhaltige Bewirtschaftung. Das Bildungsangebot bietet ein Lernen mit „allen Sinnen“ durch eigenes Tun.

Dienstleistungsangebot

- Landwirtschaft macht Schule:
 - Einzelprojekte: z. B. Von der Milch zum Käse, Von der Saat zu Ernte, Vom Korn zum Brot
 - Mehrtägige Projekte: Die Kinder arbeiten und wohnen auf dem Bauernhof und lernen so den bäuerlichen Alltag kennen
- Fortbildungen für Lehrer über landwirtschaftliche Themen
- Wochenend-Erlebnisprogramm für Gäste mit und ohne Verpflegung: Familienfeiern, Kindergeburtstage, Workshops etc.
- Vermietung von Ferienwohnungen und Seminarräumen

Nebauer Schatzlhof – Milch frisch und direkt an Großküchen

Angela Nebauer

Höferskirchen 63

94436 Simbach/Landau

Landkreis Dingolfing-Landau

Bürokauffrau

verheiratet, 2 Töchter

Landwirtschaft

Der 80 ha große und modern ausgestattete Milchviehbetrieb liegt im niederbayerischen Hügelland.

Unternehmen

Der Aufbau der Direktvermarktung erfolgte aus dem Bedürfnis heraus unabhängig zu sein von Molkerei und Schlachthof. Inzwischen vermarktet der Betrieb 90 % der erzeugten Milch direkt, das sind ca. 13 000 Liter wöchentlich. Hinzu kommt der Verkauf von Rind- und Kalbfleisch im Hofladen.



Besonderheiten

Kerngeschäft ist die Vermarktung von Milch in Kannen an Großabnehmer wie Kantinen, Krankenhäuser, Altenheim etc. Die Milch wird dabei im Durchlaufpasteur auf 75° C erhitzt, aber nicht homogenisiert. Es kann sich also Sahne absetzen. Ein enger Kundenkontakt bei der Beliefe-

rung ermöglicht eine individuelle Betreuung hinsichtlich der Liefermenge. Die Kunden kennen die Produktionsweise des Betriebes aus Betriebsbesichtigungen.



Produktpalette und Service

- Lieferung der pasteurisierten, im Fettgehalt Natur belassenen Milch mehrmals wöchentlich, auch außerhalb der Liefertour bei Nachbestellungen
- Vermarktung von Milch in Flaschen an Privathaushalte
- Im Hofladen Verkauf von Rind- und Kalbfleisch in Teilstücken nach Kundenwunsch

Brög's Trockenfrüchte

Martina Brög-Schulz

Streitelsfinger Str. 45 a
88131 Lindau
www.broeg-obst.de
Landkreis Lindau

gelernte Arzthelferin
Obstbäuerin
verheiratet, 4 Kinder

Landwirtschaft

Der 7 ha große Obstbaubetrieb betreibt auf 5 ha Intensivobstbau und erzeugt dabei hauptsächlich Äpfel, aber auch Birnen, Zwetschgen, Erdbeeren, Johannisbeeren, Quitten, Mirabellen, Aprikosen und Pfirsiche. Der Betrieb liegt am Stadtrand von Lindau im Ortsteil Streitelsfingen mit schönem Blick auf den Bodensee.

Unternehmen

Die Trockenobstproduktion entstand aus der Idee Apfelscheiben zu produzieren, die ohne Zusätze zu knusprigen Knabberreien werden. Inzwischen werden jährlich ca. 240 Tonnen Äpfel pro Jahr getrocknet, aber auch Birnen, Zwetschgen, Erdbeeren und Heidelbeeren in kleineren Mengen.



Besonderheiten

Apfelchips sind aufgrund ihrer knusprigen Konsistenz eine Alternative zum herkömmlichen Trockenobst. Durch die Auswahl besonders gut schmeckender Apfelsorten wird eine hohe Qualität garantiert. Der Vertrieb erfolgt über das eigene „Knusperlädele“ und andere Hofläden, Großabnehmer und inzwischen auch per Internet an Privatkunden.



Produktpalette und Service

- 18 verschiedene Trockenobstprodukte ausschließlich aus Bodenseeobst
- Lohn Trocknung für Obstbauern aus der Umgebung
- Internetvertrieb an Privatkunden

Mergner-Hof – Urlaub und Feste feiern

Petra Mergner

Saalenstein 9

95189 Köditz

<http://www.mergner-hof.de>

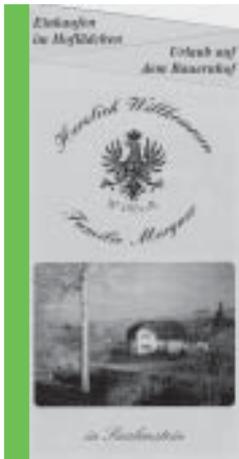
Landkreis Hof/Oberfranken

Meisterin der ländlichen Hauswirtschaft
verheiratet, 2 Kinder

Landwirtschaft

Der Mergner-Hof ist ein landwirtschaftlicher Vollerwerbsbetrieb mit 115 ha. Betriebliche Schwerpunkte sind Ackerbau, landwirtschaftliche Lohnarbeiten, Zucht-sauen und Mastschweine. Der Betrieb liegt am Ortsrand von Saalenstein im Saaletal.

Unternehmen



Direktvermarktung und das Angebot von Ferienwohnungen haben eine lange Tradition auf dem Mergner-Hof. Aus diesen Grundlagen entstand 1997 mit der Einrichtung einer Bauernstube der Betriebszweig „Feste feiern auf dem Bauernhof“. Heute finden von der Taufe bis zur Goldenen Hochzeit Familien- und Betriebsfeiern mit bis zu 100 Personen auf dem Hof statt.



Besonderheiten

Die Verbindung von Bauernstube mit Ferienwohnungen stellt eine gelungene Kombination dar: Gästen einer Familien- oder Betriebsfeier wird ein Menü aus hofeigenen Produkten serviert, auswärtige Gäste haben zugleich ein Übernachtungsquartier.



Produktpalette und Serviceangebot

- „Feste feiern auf dem Bauernhof“ für bis zu 100 Personen mit Vermarktung hofeigener Produkte
- Partyservice mit Menüs oder Buffets für Anlässe jeder Art individuell zusammengestellt
- Ferienwohnungen für „Urlaub auf dem Bauernhof“ mit Verpflegung auf Wunsch
- Direktvermarktung im Hofladen

Kanapee – Kaffee, Kuchen, Köstliches

Monika Scheibenberger

Urfersheim 25

91471 Illesheim

www.kanapee-urfersheim.de

Landkreis Neustadt/Aisch-
Bad Windsheim

Fremdsprachenkorrespondentin
Absolventin des einsemestrigen
Studiengangs an der Landwirtschafts-
schule, Abt. Hauswirtschaft
verheiratet

Landwirtschaft

Der landwirtschaftliche Betrieb im Landkreis Neustadt/Aisch-Bad Windsheim liegt im oberen Aischgrund, am Fuß der Frankenhöhe, ca. 6 km von Mittelfrankens Heilbad Bad Windsheim entfernt. Auf 84 ha betreibt Familie Scheibenberger Ackerbau, Milchviehhaltung und Schweinemast.

Unternehmen

Die Entscheidung ein fränkisches Kaffeehaus einzurichten kam mit der Möglichkeit das alte und baufällige Schulhaus in der Ortmitte zu kaufen und zu renovieren. Seit 2003 bietet das Cafe in dem fränkischen Fachwerkhaus die Möglichkeit landwirtschaftliche Produkte des Betriebes direkt zu vermarkten und leistet einen wertvollen Beitrag zur Lebensqualität in Dorf und Gemeinde.



Besonderheiten

Die besondere Note des Kaffeehauses ergibt sich aus der Kombination der originellen, fränkisch-familiären Atmosphäre mit selbst gebackenem und selbst erzeugtem Speisenangebot. Die Attraktion wird erhöht durch regionaltypische und kulturelle Veranstaltungen.



Dienstleistungsangebot

- Kuchen und Speisenangebot aus Eigenproduktion
- Frühstück am Buffet für Vereine und Gruppen
- Familienfeste wie Taufen, Geburtstage, Konfirmationen
- Saisonale Veranstaltungen wie Kirchweih, Bremserfest
- Musik- und Gesangsabende



Spezialitätenkäserei Oeffner

Birgit Oeffner

Weiher 3

Pommersfelden

www.spezialitaetenkaeserei.de

Landkreis Bamberg

Meisterin der ländlichen Hauswirtschaft
verheiratet, 3 Kinder

Landwirtschaft

Der ca. 54 ha große Milchviehbetrieb mit 25 Milchkühen liegt am Rande des Steigerwaldes vor den Toren von Bamberg. Er wird seit 1990 nach den Richtlinien des Biolandanbauverbandes bewirtschaftet.

Unternehmen



Aus dem Bedürfnis heraus, die Biomilch Gewinn bringender zu vermarkten, und dem Spaß im Umgang mit Menschen

und Lebensmitteln entwickelte sich die Liebe zum Käse und zum Käsen. Inzwischen verarbeitet der Betrieb einen Teil der Milch selbst zu einer breiten Produktpalette, die im Verkaufsanhänger auf regionalen Märkten angeboten wird.

Besonderheiten

Der besondere Anspruch der Spezialitätenkäserei ist es, handwerklich hergestellte Lebensmittel von hoher Qualität anzubieten und auf kurzen Wegen und ohne Zwischenhandel zum Verbraucher zu bringen. Mit großer Experimentierfreude werden ständig neue Produkte entwickelt und

saisonale Spezialitäten angeboten. Sauberkeit und Hygiene stehen dabei an erster Stelle. Eine permanente Qualitätskontrolle während Produktion und Reife stellt zudem sicher, dass der Kunde nur einwandfreie und hochwertige Ware erhält. Bei einem jährlich stattfindenden Hoffest wird der Kundenkontakt gepflegt und ausgebaut.

Produktpalette

- Weichkäse wie Weißensteiner (nach Camembert-Art), Weiherer Pfiffikus (nach Bierkäse-Art), Feta
- Schnittkäse wie Bigolino (halbfester Schnittkäse), Kräuterlaib, Goldtaler (nach Butterkäse-Art)
- Frischkäsezubereitungen wie Meerrettichfrischkäse, Knoblauchfrischkäse
- Quark- und Quarkzubereitungen wie Kräuterquark, Zaziki, Karottenquark



Kammermeier – Heilkräuter und Zierpflanzen

Roswitha Kammermeier

Bahnhofstraße 9
94333 Geiselhöring
Landkreis Straubing-Bogen

Bürokauffrau

Wirtschaftsassistentin und EDV-Sachbearbeiterin

Meisterin der ländlichen Hauswirtschaft
verheiratet, 2 Kinder

Landwirtschaft

Der 85 ha große Ackerbaubetrieb liegt im Labertal am Rande des Gäubodens. Die Produktionsschwerpunkte sind Winterweizen, Körnermais und Zuckerrüben.

Unternehmen

Zusätzlich zum herkömmlichen Ackerbaubetrieb baute sich die Familie seit 1982 ein Standbein im Bereich Heilpflanzen auf. Hinzu kam 1997 die Anlage des ersten Feldes mit „Blumen zum selber Schneiden“. Der Anstoß hierzu war die Meisterarbeit von Frau Kammermeier. Heute wird diese Vermarktungsform auf inzwischen 20 Feldern betrieben. Seit 2001 läuft auch ein Anbauversuch mit Chinesischen Heilpflanzen.

Besonderheiten

Mit seiner Vielfalt an Sonderkulturen besetzt der Betrieb Marktnischen, die von Marktentwicklungen unabhängig machen. Sehr hochwertige Heilkräuter mit extrem hohen Ölgehalten, wie z. B. bei Zitronenmelisse und Pfefferminze, werden

zwischenzeitlich in ganz Europa vermarktet. Die eigene Trocknungsanlage lässt eine möglichst Qualität schonende Weiterverarbeitung zu.

Produktpalette

- Spitzwegerich getrocknet für die industrielle Weiterverarbeitung zu Tees und Dragees
- Stecklingsvermehrung von Pfefferminze und Zitronenmelisse
- Blumen zum selber Schneiden
- Anbauversuch mit chinesischen Heilpflanzen
- Rhabarber zur Saftherstellung



Expertenforum

„Ich habe es gewagt“

Marianne Krafft

Meisterin der ländlichen Hauswirtschaft, family-farm, Markt Taschendorf

Sehr geehrte Damen und Herren,
ich habe es wirklich gewagt.

Unser Betrieb liegt im Naturpark Steigerwald, im Landkreis Neustadt/Aisch-Bad Windsheim.

Hombeer, unser kleines Bauerndorf hat 52 Einwohner und keine Einkaufsmöglichkeiten.

Unser landwirtschaftlicher Milchviehbetrieb hat eine Größe von 95 ha. Aus arbeitswirtschaftlichen Gründen haben wir 1992 einen neuen Boxenlaufstall für 50 Kühe mit Nachzucht gebaut.

Der alte Kuhstall hatte eine gute Bausubstanz, er stand nach dem Neubau leer.

Unser großer leer stehender Kuhstall mit Heuboden – ein selbstverantwortlicher Tätigkeitsbereich – zusätzliches Einkommen – Ferienwohnungen – ich war fasziniert von dieser Gedankenkombination.

Mit der Beratung durch die 5b-Stelle, dem Landwirtschaftsamt Uffenheim und der Familie wurde das Konzept „Urlaub auf dem Bauernhof“ mit drei Ferienwohnungen und einen Aufenthaltsraum für Familien mit Kindern erstellt. Im 2. Bauabschnitt sollten noch vier weitere Ferienwohnungen im Heuboden dazukommen.

Ein Jahr wurde überlegt und geplant.

Die Finanzierung war das größte Problem. Die Gesamtinvestitionssumme wurde auf 750.000 DM geschätzt.

Ich konnte die Bank von unserem Konzept mit seinen wirtschaftlichen Chancen überzeugen.

Eine große Hilfe war der 5b-Zuschuss, der das Einstiegsrisiko stark gemindert hat.

1994 begannen wir mit dem Umbau des Stallgebäudes zu drei Ferienwohnungen. Mitten in der Bauphase war ich unzufrieden mit dieser Lösung. Ein halbfertiges Gebäude und Belästigungen der Gäste während des 2. Bauabschnittes waren negative Perspektiven und wir haben uns entschlossen in einem Zug den gesamten Komplex auszubauen.

Eine besondere Hilfestellung waren die vielen Qualifizierungsmaßnahmen, die uns von Seite der Landwirtschaftsberatung angeboten wurden.

Es entstanden mit viel Eigenleistung sieben Ferienwohnungen mit Aufenthalts- bzw. Frühstücksraum und eine kleinen Gewerbeküche. Das Besondere ist, dass jede Wohnung mit Massivholzmöbeln von heimischen Hölzern ausgestattet wurde. Meine Gäste können wählen, ob sie sich in Buche, Kiefer, Eiche, Fichte, Birke, Erle oder Esche wohl fühlen möchten. Ich hatte ein Gewerbe angemeldet und die Gaststättenerlaubnis erworben.

Unser Betrieb hat sich weiter entwickelt. Unsere Zielgruppen sind hauptsächlich Familien mit Kindern, Großeltern mit Enkeln und Gruppen.

Deshalb wurde unser ehemaliger Bullenstall zur Spielscheune ausgebaut.

Eine Wiese mit Blockhaus wurde zum attraktiven Grillplatz mit Lagerfeuerromantik.

Ein Brotbackraum und die Erweiterung der Gewerbeküche sind heute im Rohbau.

Eine 8. Ferienwohnung ist dazugekommen.

Von Anfang an habe ich auf hohe Qualität gesetzt.

Vom deutschen Tourismusverband sind unsere Ferienwohnungen mit 5 Sternen ausgezeichnet worden, ich bin DLG-geprüft und bin Mitglied von family farm. Über zwei Jahre habe ich mich nun bemüht, ein Qualitätsmanagementsystem in meinem Betriebszweig „Gäste auf dem Bauernhof“ zu installieren. Ich habe jetzt im November das Qualitätssiegel erhalten und habe nun einen geprüften Urlaubsbetrieb, zertifiziert in Anlehnung an DIN EN ISO 9001:2000.

Durch unser 2. Standbein „Urlaub auf dem Bauernhof“ können nun vier Genera-

tionen auf unserem Hof leben. Die ersten drei Jahre waren schwer, ich musste mir die Mund-zu-Mund-Werbung hart erarbeiten. Rückblickend kann ich sagen, das ursprüngliche Finanzierungskonzept ging auf. Ein 14-Studentag ist keine Seltenheit, aber die Arbeit macht mir nach wie vor Spaß und Freude.

Ich habe viel gewagt, aber im Nachhinein kann ich sagen, es war die richtige Entscheidung zur richtigen Zeit.

Herzlichen Dank!

„Stark am Markt durch strategisches Handeln“

Birgit Lievenbrück

Geschäftsführerin Moments of Magic GbR, Kaufbeuren

„Stark am Markt durch strategisches Handeln“, das klingt zunächst sehr theoretisch, erweist sich aber als sehr praxisorientiert, wenn man folgende Untertitel hinzufügt:

- Wie schaffe ich es heutzutage, mit meinem Produkt, meiner Dienstleistung oder mit meinem Unternehmen in der freien Wirtschaft Fuß zu fassen?
- Wie kann ich erreichen, dass mein Produkt trotz erheblicher Konkurrenz bekannt wird und Absatz findet?
- Was muss ich beachten und in die Wege leiten, damit ich meine Möglichkeiten optimal nutze?

Ausgangssituation

Ob Neueinführung eines Produktes oder Ausbau eines bestehenden Produktes: die strategische Vorgehensweise ist bei beiden die gleiche.

In beiden Situationen stellen sich folgende grundlegenden Fragen:

- Wie gehe ich systematisch, d. h. überlegt und Schritt für Schritt vor und welche Strategie, d. h. welchen Plan für mein Vorgehen entwerfe ich, um mein

Produkt, meine Dienstleistung bekannt zu machen und gegenüber der Konkurrenz zu behaupten?

- Wie schaffe ich mir meinen Markt?
- Habe ich die Möglichkeit, dies mit eigenen Mitteln und aus eigenen Kräften zu erreichen, oder bietet sich eine sinnvolle Kooperation an?

Ist-Analyse/Beschreibung der gegenwärtigen Situation

Veränderte Markt- und Umweltbedingungen haben erhebliche Veränderungen unseres gesellschaftlichen Lebens im Hinblick auf grundlegende Einstellungen, Haltungen und Wertvorstellungen zur Folge. Eine stärkere Orientierung an den Kundenbedürfnissen ist daher notwendig.

Forderung an den Unternehmer: eine umfassende Produktanalyse ist zu erstellen:

- a) Stärken-Schwächenanalyse – Welches sind die Vor- und Nachteile meines Produktes?
- b) Konkurrenzanalyse – Wie steht mein Produkt im Vergleich zu Produkten der Konkurrenz da?

- c) Überprüfung der Vermarktungsphilosophie – Wie soll ich mein Produkt an welchen Kunden bringen?

Zielgruppenanalyse/Auseinandersetzung mit Zielgruppen

- Welche Zielgruppen will ich ansprechen?
- Welche Zielgruppen kann ich mit meinem Produkt, meiner Dienstleistung ansprechen?
- Entspricht mein Angebot den Wünschen und Bedürfnissen meiner Zielgruppe?

Wichtige Voraussetzungen

- a) Eigene Betriebsphilosophie: klare Beschreibung der (Wert-)Vorstellungen und Ziele, auf die alle Aktivitäten meines Betriebes ausgerichtet sind.
- b) Zielgruppenorientierte Angebotsgestaltung: z. B. Tagungsgäste, Kururlauber, Familien, Singles, Geschäftsreisende, „Urlaub auf dem Bauernhof“.

Marktanalyse/Marktbeobachtung

Marktbeobachtung, um Trends, Veränderungen bzw. auch ganz neue Entwicklungen zu erkennen und entsprechend reagieren zu können.

Beispiel: Veränderung der Kundenbedürfnisse im Hinblick auf das Reiseverhalten:

- Trend vom „Erlebnis-Urlaub“ hin zum „Ausspann-Urlaub“
- Ausschlaggebende Faktoren für die Urlaubsentscheidung sind „Service“ und das „Sich-Wohlfühlen-Wollen“
- Immer kürzer werdende Verweildauer
- Trend zur Individualisierung: „Pauschal und doch ganz individuell“
- Hohe Erwartungen des Kunden an Produkt und Servicequalität bleiben auch bei Billigangeboten bestehen
- Ausschlaggebend für die Wahl der Reise ist nicht mehr das „Wohin“ sondern: „was, durch wen und wie“ angeboten wird

Chance: jede/jeder Einzelne kann sowohl durch persönliches Engagement als auch durch das Angebot eines qualitativ hochwertigen Produktes den Kunden nicht nur überzeugen, sondern auch dauerhaft an sich binden.

Vermarktung und Kooperation

Die Vermarktung kann sowohl durch den Einzelnen alleine vorgenommen werden, oder aber in Verbindung mit strategischen Allianzen, wie Kooperationen/Anbiertergemeinschaften („Urlaub auf dem Bauernhof“), Interessensgemeinschaften („family farm“) oder auch in Verbindung mit örtlichen oder regionalen Organisationen (Touristinformation und Tourismusverband). Hierdurch ergeben sich für Unternehmen vielfältige Vorteile:

- Kostenreduzierung durch gemeinschaftliche Werbeaktionen
- Höherer Bekanntheitsgrad durch einheitliche Vermarktung, wie z. B. gemeinsame Präsentationen und Messebesuche, Entwicklung gemeinsamer Angebote
- Gemeinschaftliche Werbemittelproduktion

Vorhandenes Know-how wird somit gebündelt und zielgerichtet in der Vermarktung eingesetzt.

Wenn man sich nicht für eine Kooperation oder Anbiertergemeinschaft entschließen kann, sollte man sich auf jeden Fall engagiert um den Aufbau **persönlicher Netzwerke** bemühen, denn: Netzwerke dienen nicht nur zum Austausch von Erfahrungen, sie dienen auch dazu, Marktinformationen bzw. Informationen über andere Branchen zu erhalten oder auch, um Kontakte zu gleich gelagerten Betrieben herzustellen und u. U. Unterstützung einzuholen.

Wichtig: Durch die Zusammenarbeit mit anderen Betrieben dürfen die eigenen Aktivitäten nicht vernachlässigt werden: Neugewinnung von Kunden und Kundenbindung müssen im Auge behalten werden.

Unternehmen sind gefordert, nicht nur den eigenen „Mehrwert“ klar zu definieren, sondern eine persönliche Kundenbindung durch eine individuelle Ansprache des Kunden zu erreichen.

Auch das Umfeld des Unternehmens spielt hierbei eine bedeutende Rolle. „Nicht nur die Hardware muss stimmen, sondern auch die Software“ – will heißen: Ein Betrieb soll nicht nur durch seine Ausstattung den Anforderungen und Erwartungen des Kunden genügen, sondern auch die atmosphärischen Gegebenheiten müssen ansprechend/gewinnend sein, und dazu müssen alle Betriebsangehörigen mit beitragen.

Vertrieb und Angebotsgestaltung

Der Aufbau einer strategisch sinnvollen Vertriebsstruktur sowie eine zielgerichtete Angebotsgestaltung ist von großer Bedeutung für erfolgreiches Agieren am Markt.

Strategisch sinnvolle Vertriebsstruktur bedeutet, dass man zum Einen die bereits erwähnten Kooperationen und Zusammenschlüsse für sich in Anspruch nimmt, dass man Zusammenarbeit mit gleich gesinnten Partnern anstrebt, zum Anderen aber auch, lokale und regionale Organisationen in der Vermarktung einzubeziehen.

Unternehmen, die Kontakt- und Ordermöglichkeiten über das Internet anbieten sind Ihren Konkurrenten gegenüber klar im Vorteil. Viele Kunden sind es inzwischen gewohnt, Informationen in Form so genannter „Newsletter“ zu erhalten, die per E-Mail versandt werden – ein nicht nur preiswertes, sondern auch zeitsparendes Medium, wenn man es sinnvoll nutzt!

Die Angebotsgestaltung kann in Form der Darstellung von Einzelleistungen erfolgen, sie kann aber auch im Rahmen von Pauschalangeboten gebündelt werden. Letz-

tere wiederum können in Form von Komplettpaketen, oder aber auch als Bausteine, die der Kunde sich individuell zu einem Paket zusammenstellen kann, angeboten werden. **Trend:** Angebot von Bausteinen: „die individuelle Pauschale“.

Wichtig hierbei: Der Kunde muss für sich einen attraktiven Zusatznutzen erkennen können (außergewöhnlichen Zusatzleistungen, einzigartigen Arrangements oder auch in Form eines vermeintlich günstigeren Angebotes).

Für eine möglichst effiziente Vertriebsstruktur ist es wichtig, dem Kunden ein attraktives, zielgruppengerechtes Angebot zu unterbreiten und ihm in diesem Angebot einen „Mehrwert“ für sich aufzuzeigen.

Fazit:

Zunehmende Angebote und wachsende Konkurrenz bei stagnierendem Markt erfordern kreative, professionell und engagiert arbeitende Unternehmer und Unternehmerinnen.

Professionelles Arbeiten heißt:

- Entwicklung einer klaren Betriebsphilosophie
- kontinuierliche Marktbeobachtung
- Zielgruppenfestlegung
- Ausarbeitung zielgruppenorientierter Angebote
- Suche nach optimalen Vermarktungswegen.

Denken Sie daran: Weniger ist manchmal mehr!

Auch im Zuge der immer stärker technisierten Umwelt möchte der Kunde emotional/persönlich angesprochen werden. Die persönliche Kommunikation bewirkt Kundenbindung und damit langfristigen Erfolg für Ihr Unternehmen.

„Sozialkompetenz als Erfolgsfaktor“

Johann Detlev Niemann

Hauptgeschäftsführer der DEULA Bayern, Freising

Erfolg ist die Summe aller richtigen Entscheidungen. So wirbt ein bundesdeutsches Kreditinstitut für seine Finanzdienstleistungen. Uns stellt sich die Frage, ist Erfolg wirklich die Summe aller Entscheidungen? Dies kann eigentlich nur als der zweite Schritt gesehen werden. Der erste Schritt ist die Summe aller richtigen (persönlichen) Einstellungen.

Jede Persönlichkeit verfügt über verschiedene Kompetenzen in Form von Fähigkeiten, Kenntnissen oder Neigungen. Die **Fachkompetenzen** erwerben wir während unserer Berufsausbildung, sei es in der Berufsschule, im Lehrbetrieb oder an einer Hochschule.

Die **Methodenkompetenz** – das Erlernen von Techniken um seine Fachkompetenzen effektiv einzusetzen, lernen wir häufig bei Weiterbildungsveranstaltungen oder als „learning by doing“. Das Fundament für die **soziale Kompetenz** sollte im Elternhaus gelegt werden. Die soziale Kompetenz bildet den Schwerpunkt dieser Ausführungen.

Aus der sozialen Kompetenz und der Methodenkompetenz ergibt sich nach meiner Auffassung die so genannte „**Lernkompetenz**“ – die Fähigkeit selbstständig zu lernen bzw. die Fähigkeit, anvertrauten Menschen, seien es Familienmitglieder im bäuerlichen Betrieb oder Mitarbeiter in einem Gewerbebetrieb, die Möglichkeit zu geben, sich zielgerichtet weiterzubilden. Wir leben in einer Informationsgesellschaft. Wir müssen alle in der Lage sein, schnell und konzentriert die Daten aus einer Informationsflut herauszufiltern, die für uns wichtig sind. Diese Fähigkeiten sind jedoch nicht jedem Menschen gegeben.

Soziale Kompetenz – Eine Sache des Charakters

Was bedeutet das Wort sozial? – Dieses Wort wird in unserer Sprache häufig umschrieben mit z. B. sich positiv in die Gesellschaft oder ein Unternehmen einbringen bzw. der oder die Einzelne gibt der Gesellschaft oder einer Gemeinschaft etwas, ohne eine Gegenleistung zu fordern. Unter dem Begriff soziale Kompetenz lassen sich u. a. auch sehr banale Fähigkeiten oder Eigenschaften zuordnen, die nachfolgend erläutert werden.

Nach meiner Auffassung besteht die soziale Kompetenz aus fünf Bausteinen. Der erste Baustein knüpft an meine Erziehung an. Ich wurde preußisch erzogen. Einge-trichtert wurden uns Dinge wie Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit oder auch Ehrlichkeit. – Jahre später erkannten meine Brüder und ich, wie wichtig diese Tugenden sind.

Der nächste Baustein der sozialen Kompetenz beschäftigt sich mit Werten. Zu diesem Baustein zählen z. B. Offenheit und Toleranz, aber auch Verantwortungsbe-wusstsein und ein ausgeprägtes Gerechtig-keitsempfinden.

Viele Menschen, sei es beruflich wie privat, sind kaum konflikt- bzw. kritikfähig. Dies ist der dritte Baustein der sozialen Kompe-tenz. Die Fähigkeit, sich sachlich mit einem Thema auseinander zusetzen, schwindet in unserer Gesellschaft zunehmend.

Zu selten unterscheiden wir zwischen Sache und Person. Kritik wird erst einmal persönlich genommen und nicht hinterfragt. Dieses Verhalten kann dann zu einem tatsächlichen Konflikt führen, welcher vielleicht schon durch ein kurzes Gespräch aus der Welt zu schaffen wäre.

Leistung muss belohnt werden

Wir leben nicht nur in einer Informationsgesellschaft, sondern auch in einer Leistungsgesellschaft. Das bedeutet für jeden von uns die Bereitschaft Leistung zu bringen. Dies betrifft Eltern aber auch Kinder oder im Berufsleben Mitarbeiter aber auch Unternehmensinhaber bzw. Führungskräfte. Dies gilt für alle Branchen. Wir Deutschen haben häufig ein Problem mit dem Wort Leistung aber auch mit dem Wort dienen, vielfach wird es falsch interpretiert. Denn nur wer Leistung bringt, hat einen Anspruch auf eine Gegenleistung. Ansonsten führt eine anderweitige Einstellung zu einem Schmarotzertum.

Der fünfte Baustein der sozialen Kompetenz ist der Wichtigste. Es geht hier um Verantwortung. Jeder von uns muss Ver-

antwortung tragen und zwar in erster Linie für sein Tun, aber auch für sein Unterlassen. Wer Verantwortung trägt, sollte auch sein Handeln stets hinterfragen und prüfen, ob dies im Sinne seines Auftrages ist. Die Authentizität des persönlichen Handelns ist ein weiterer wichtiger Faktor.

Dieser Kurzvortrag ist faktisch ein Spiegel, den uns die Gesellschaft vorhält. Wer bereitwillig ist und jeden Tag in diesen Spiegel schaut und erkennt, wo er sich verbessern kann – und dies im Sinne des Gemeinwohls – trägt nicht nur Verantwortung, sondern er wird auch Erfolg haben – privat wie beruflich.

Ich wünsche Ihnen, dass Sie jeden Tag mit einem strahlenden Lächeln in Ihren Spiegel schauen werden.

Frauen machen Gewinn – Unternehmerin des Jahres

Josef Miller

Bayerischer Staatsminister für Landwirtschaft und Forsten

Anrede!

Auch ich begrüße Sie bei dieser landwirtschaftlich-hauswirtschaftlichen Fachtagung unter dem Motto „Frauen machen Gewinn“ sehr herzlich. Ich freue mich, Ihnen im Anschluss an meine Rede im Rahmen des Wettbewerbs meines Hauses die „Unternehmerin des Jahres 2004“ präsentieren zu können.

Die große Resonanz auf das Hauswirtschaftssymposium in Fürstfeldbruck vor zwei Jahren hat gezeigt, dass das Interesse an innovativen Unternehmungen von Bäuerinnen enorm ist. Dem Wunsch vieler Bäuerinnen nach einer weiteren Veranstaltung dieser Art und nach Anregungen, wie sie sich selbst engagieren können, habe ich gerne entsprochen.

Das wachsende Interesse unserer Bäuerinnen und die steigende Zahl erfolgreicher bäuerlicher Unternehmerinnen gehört für mich zu den besonders erfreulichen Nachrichten aus dem Bereich Landwirtschaft.

Keine Frage: Gerade die Landfrauen verfügen über ein enormes Potenzial. Sie leisten überdurchschnittlich viel: Sie sorgen sich nicht nur um ihre Familien, sondern arbeiten und entscheiden mit in den landwirtschaftlichen Betrieben. Für die Bäuerin ist der Hof Lebens- und Arbeitsgemeinschaft – und natürlich gemeinsame Einkommensquelle. Und viele unserer Bäuerinnen engagieren sich darüber hinaus ehrenamtlich in Kommunen, Verbänden und Vereinen. Um ein so breites Aufgabenspektrum zu bewältigen, muss die Bäuerin sehr gut organisieren können, ja Managerqualitäten aufweisen!

Die stärkere Mechanisierung der Außenwirtschaft, eine bessere Ausbildung, ein gewandeltes Rollenverständnis, ein neues Selbstbewusstsein – all das sind Faktoren, die dazu beigetragen haben, dass die Bäuerinnen von heute die Energie, den Wunsch und die Kompetenz haben, als Unternehmerinnen tätig zu werden. D. h., diese Bäuerinnen arbeiten nicht nur mit, sondern „unternehmen etwas“, sie wagen ein Unternehmen. Damit tragen sie zur Attraktivität unseres ländlichen Raums in hohem Maße bei.

Die Entwicklung der letzten 15 Jahren zeigt, dass sich viele Bäuerinnen von der mitarbeitenden Familienangehörigen hin zur Partnerin des landwirtschaftlichen Betriebsleiters entwickelt haben. Die Bäuerin ist die zweite Säule, auf der der Betrieb aufgebaut ist. Sie ist in allen Bereichen Mitunternehmerin und in sehr vielen die Schaltzentrale. Ihr Selbstbild, und das unterstütze ich sehr, ist das einer modernen, landwirtschaftlich-hauswirtschaftlichen Unternehmerin.

Wir unterstützen die Bäuerinnen dabei auch mit unserem Weiterbildungsangebot zur Agrarbürofachfrau. Die Bäuerinnen erfahren in den Kursen alles Wesentliche von der Büroorganisation und -kommunikation über Datenverarbeitung, Sozial-, Wirtschafts- und Arbeitsrecht, Buchführung und Steuerrecht bis hin zu Förderungs- und Verwaltungsaufgaben in der Landwirtschaft. Die Kurse werden von der Landwirtschaftsverwaltung und dem Bayerischen Bauernverband gemeinsam durchgeführt. Die große Nachfrage zeigt, dass das Angebot ideal auf die Bedürfnisse bäuerlicher Unternehmerinnen zugeschnitten ist.

Besonders in der Einkommenskombination der landwirtschaftlichen Betriebe beweisen unsere Bäuerinnen erfolgreich vielfältiges und kreatives Engagement. Beeindruckend sind die Professionalität der Landfrauen bei ihren Aktivitäten sowie ihr Unternehmergeist.

Heute haben Sie, meine sehr geehrten Damen und Herren, einige dieser selbstständigen Unternehmerinnen mit einem eigenen Betriebszweig bzw. mit einem eigenen Nebenbetrieb kennen gelernt. Diese Frauen haben ihre Anliegen verwirklicht,

- Beruf und Familie zu vereinbaren,
- ein eigenes Einkommen zu erwirtschaften und
- selbstständig zu sein.

Unternehmerin des Jahres 2004

Die Bandbreite an innovativen Ideen, die von landwirtschaftlich-hauswirtschaftlichen Unternehmerinnen in die Tat umgesetzt werden, beeindruckt auch bei der zweiten Durchführung des Wettbewerbs „Unternehmerin des Jahres“. Bayernweit wurden von den Landwirtschaftsämtern für die Wahl der Unternehmerin des Jahres 42 Geschäftsideen als preiswürdig vorgeschlagen.

Nach einer Vorauswahl durch die Regierungen haben sich 19 Frauen mit den unterschiedlichsten Einkommenskombinationen im landwirtschaftlich-hauswirtschaftlichen Bereich für die Wahl beworben. Dazu haben sie neben ihrer umfangreichen Arbeit zusätzlich Zeit aufbringen und entsprechende Unterlagen erstellen müssen. Dafür danke ich allen sehr herzlich!

Außergewöhnliche, regional herausragende Unternehmen im bäuerlichen Bereich konnten von der unabhängigen Jury in Augenschein genommen werden. Die Auswahl erfolgte nach einem vorher bekannten Kriterienkatalog. Die Jury wählte schließlich die 10 Betriebe aus, die sich heute und hier präsentieren.

Motive für den Aufbau eines Unternehmenszweiges

Der Sprung in die Selbstständigkeit wurde in vielen Fällen mit dem Wunsch begründet, das Familieneinkommen zu sichern. Viele der Unternehmerinnen, die sich heute hier vorstellen, streben mit ihrem Betriebszweig größere Unabhängigkeit vom Marktgeschehen an und versuchen durch eine breitere Ausrichtung des landwirtschaftlichen Betriebes dessen Existenz zu sichern.

Das deckt sich auch mit meiner Zielsetzung: Die Sicherung einer möglichst großen Anzahl von selbstständigen bäuerlichen Existenzen in einem vitalen ländlichen Raum.

Doch nicht nur wirtschaftliche Interessen bewegten unsere Unternehmerinnen zur Existenzgründung. Bei vielen waren auch die Freude am Umgang mit Menschen sowie die Verwirklichung einer zündenden Idee Triebfedern für den Aufbau der Einkommensalternative.

Faktoren und Voraussetzungen für den Unternehmenserfolg

Gefragt nach den Ursachen ihres Erfolges nannten die Teilnehmerinnen eine Fülle von Faktoren. An erster Stelle standen dabei die Unterstützung und der Zusammenhalt in der Familie. Zitate wie „*Meine Familie ist immer hinter mir gestanden*“ oder „*Meine Familie hat mich unterstützt und war von meinem Erfolg überzeugt*“ belegen dies. Sie weisen auch auf ein intaktes Lebensumfeld hin, das – wie wir alle wissen – für den beruflichen und geschäftlichen Erfolg unverzichtbar ist.

Maßgebliche Erfolgsfaktoren sind zweifelsohne die persönlichen Voraussetzungen: Wer etwas unternehmen will, braucht dafür den sprichwörtlichen Unternehmergeist und eine gewisse Risikobereitschaft. Die Kandidatinnen für diesen Wettbewerb umschrieben dies mit: „*Mut*

für etwas Neues, Fleiß, Engagement, Planungs- und Durchhaltevermögen.“

Diese Charaktereigenschaften sind meist gepaart mit unternehmerischem Gespür, das sich z. B. in Sensibilität für Marktentwicklungen sowie Kundenorientiertheit zeigt. Diese beiden Kriterien zeichnen die Unternehmerinnen, die sich heute präsentieren, im besonderen Maß aus.

Eine der hier vertretenen Unternehmerinnen charakterisiert ihre positive Einstellung zu Dienstleistungen, die übrigens bei allen Wettbewerbsteilnehmerinnen anzutreffen ist, so: *„Der Kunde steht nie im Weg, sondern immer im Mittelpunkt“*. Das ist ein hervorragendes Erfolgsrezept!

Mit sicherem Gespür für das, was der Markt will, reagieren unsere Vorzeigeunternehmerinnen in ihrem Dienstleistungsangebot auf gesellschaftliche Tendenzen, z. B. im Freizeitverhalten. Bemerkenswert ist aber auch ihre Innovationsbereitschaft und Kreativität bei der Gestaltung und Weiterentwicklung ihres Produktsortiments.

„Die Klage über die Schärfe des Wettbewerbes ist in Wirklichkeit meist nur eine Klage über den Mangel an Einfällen.“, stellt der Industrielle und Politiker Walther Rathenau fest. Ich bin mir sicher: Frauen mit so vielen Einfällen wie Sie, meine Damen, müssen keine Angst vor Mitbewerbern haben. Was Sie auf die Beine stellen, ist meist so einmalig, dass es nicht kopiert werden kann!

Auch die staatliche Beratung wird häufig als Erfolgsfaktor genannt. Viele Unternehmenskonzepte wurden mit Hilfe der Beratung zu Haushaltsleistungen durch die Abteilung 3 in den Landwirtschaftsämtern entwickelt. Dies bestätigt, dass die Beratungs- und Qualifizierungsmaßnahmen an den Ämtern ihre Ziele erreichen. Diese sind:

- Existenzsicherung der landwirtschaftlichen Betriebe durch Förderung unternehmerischen Handelns und verbraucher- und qualitätsorientierten Marktverhaltens,

- Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und bessere Marktstellung der landwirtschaftlichen Betriebe,
- Qualifizierung zur Nutzung zusätzlicher Einkommensquellen sowie
- Bildung von Netzwerken zur Steigerung der Wertschöpfung in den ländlichen Regionen, z. B. eine Zusammenarbeit zwischen Urlaub auf dem Bauernhof-Anbietern, Gastronomie, Tourismus, Schulen, Kommunen und Verbänden.

In der Beratung gehen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den Ämtern unter Beachtung dieser Vorgaben auf die individuellen Ressourcen der Frauen ein, damit es nicht bei Visionen bleibt, sondern unternehmerischer Erfolg entsteht. Ziel ist es, den Lebensentwurf für Familie und Einkommenskombination in Einklang zu bringen und auf tragfähige Säulen zu stellen. In Zusammenhang mit der staatlichen Beratung konnten einige Betriebe auch eine finanzielle Förderung im Rahmen von Ziel 3 des Europäischen Sozialfonds und des Freistaates Bayern in Anspruch nehmen, in manchen Fällen auch eine Förderung durch unsere bayerischen Investitionsprogramme.

Ein weiterer wesentlicher Erfolgsfaktor ist die berufliche Qualifizierung der Unternehmerin: Die Mehrzahl von ihnen hat eine hauswirtschaftliche Ausbildung, die in vielen Fällen mit der Meisterprüfung abgeschlossen wurde. Vielfach wurde an eine abgeschlossene außerlandwirtschaftliche Ausbildung die einsemestrige Fachschule, Abteilung Hauswirtschaft, angeschlossen. Sie ermöglicht es den jungen Bäuerinnen, Kompetenzen zur Führung eines landwirtschaftlichen Betriebshaushaltes zu erwerben. Nicht selten bildet diese Kombination aus hauswirtschaftlicher Zusatzqualifikation und außerlandwirtschaftlichem Beruf den Nährboden für die Entwicklung einer tragfähigen Geschäftsidee.

Wirtschaftlicher Erfolg als Teilnahmevoraussetzung

Der Titel unserer Fachtagung „Frauen machen Gewinn“ hat eine vielschichtige Bedeutung. Die am nächsten liegende ist wohl die betriebswirtschaftliche: Gewinn machen heißt vereinfacht, dass nach Abzug der Kosten vom Umsatz etwas übrig bleibt. Das Unternehmen oder der Betriebszweig trägt zum Lebensunterhalt bei. Diese betriebswirtschaftliche Komponente war ein sehr wichtiges Kriterium bei der Bewertung der Betriebe. Das Unternehmen soll kein Hobby sein oder nur Arbeit machen, sondern zum Betriebseinkommen beitragen.

Unter diesen Gesichtspunkten wirtschafteten alle hier vorgestellten Betriebe sehr erfolgreich. Der Beitrag zum Betriebsgewinn liegt dabei zwischen 20 % und über 50 %, knapp die Hälfte der Betriebe erwirtschaften ein Viertel bis ein Drittel des Gesamtgewinns aus der Einkommensalternative.

Der Umsatz, nicht der Gewinn, variiert je nach Betriebszweig stark zwischen 40.000 € und in einigen Fällen 250.000 € und mehr. Erfreulicherweise konnten alle Betriebe ihren Umsatz in den letzten Jahren steigern.

Gewinn für den ländlichen Raum

Wir wollten jedoch nicht nur den einzelbetrieblichen Erfolg bewerten. Durch die hier vorgestellten Unternehmen gewinnt auch der ländliche Raum in vielfältiger Weise.

- Wichtigstes Kriterium ist dabei die Entstehung von Arbeitsplätzen vor Ort. Alle hier vorgestellten Unternehmerinnen haben Arbeitsplätze geschaffen. In einigen Fällen wurde die Existenz des landwirtschaftlichen Betriebes als Vollerwerbsbetrieb und damit der eigene Arbeitsplatz gesichert, in anderen Fällen entstanden zusätzlich Voll- oder Teilzeitarbeitsplätze. In fünf Fällen wird

ausdrücklich hervorgehoben, dass der eigene Arbeitsplatz vorher außerhalb der Landwirtschaft lag und durch den Aufbau des Betriebszweiges jetzt innerhalb des Betriebes liegt.

Insgesamt schaffen die 10 Unternehmerinnen 35 Arbeitsplätze, davon 2 Vollarbeitsplätze, 16 Teilzeitarbeitsplätze und 17 Arbeitsplätze für geringfügig Beschäftigte. Die Arbeitsplätze sind in ihrer überwiegenden Mehrheit Frauenarbeitsplätze. Darüber hinaus wurden Ausbildungsplätze geschaffen: 3 Betriebe bilden aktuell in der ländlichen Hauswirtschaft aus.

In einer Zeit, in der Arbeitsplätze wegbrechen und Lehrstellen rar sind, ist dies eine außerordentlich erfreuliche Leistung!

- Durch Netzwerke und Kooperationen mit anderen Betrieben wird die Wertschöpfung in der ländlichen Region gesteigert. Viele Unternehmerinnen vermarkten nicht nur die Produkte ihres eigenen Hofes, sondern fragen auch Waren und Dienstleistungen bei Berufskolleginnen oder anderen Anbietern in der Region nach.

- Letztendlich stärken florierende Unternehmen die Wirtschaftskraft der gesamten Region.

Dies belegt das Beispiel Urlaub auf dem Bauernhof: Laut einer Marktanalyse der Landesanstalt für Landwirtschaft gibt ein Gast pro Tag durchschnittlich 45 € aus. Davon verbleiben im Schnitt 13 € für die Unterkunft auf dem Bauernhof. Dies ergibt bei 10,5 Mio. Übernachtungen jährlich einen Umsatz für die Betriebe von rd. 136 Mio. €.

Aber auch die restlichen 32 € werden in der Region ausgegeben und summieren sich zu einem Umsatz von zusätzlich 336 Mio. €. Das Geld fließt in Gastronomie, in Handel, Handwerk und Freizeiteinrichtungen.

„Frauen machen Gewinn“ – dieser Titel hat jedoch auch eine Botschaft jenseits der betriebswirtschaftlichen und gesamtwirtschaftlichen Betrachtungsweise. Gewinn kann auch ideeller Art sein. Die ausgewählten Unternehmen tragen dazu bei, das Ansehen der Landwirtschaft und das Verständnis für die Leistungen und Anliegen unserer bäuerlichen Betriebe zu steigern.

Durch die Kontakte zur nichtlandwirtschaftlichen Bevölkerung, die als Kunden oder Gäste auf ihre Höfe kommen, informieren die Unternehmerinnen über die Landwirtschaft. Sie haben durch ihre privaten und geschäftlichen Kontakte Gelegenheit zu persönlichen Gesprächen und tragen so zu einem Erzeuger-Verbraucher-Dialog bei. Folgende Beschreibung bringt dies auf den Punkt: *„Durch unseren modernen Betrieb sowie durch unser persönliches Auftreten vermitteln wir den Verbrauchern ein zeitgemäßes Bild von der Landwirtschaft“*.

Schluss

Ich danke allen Teilnehmerinnen an diesem Wettbewerb sehr herzlich. Insbesondere danke ich Ihnen, dass Sie Zeit und Kraft dafür investiert haben. Auch wenn es nicht bei allen in die Spitzengruppe gereicht hat, dürfen Sie alle zu Recht stolz auf sich sein: Sie alle haben eine innovative Einkommenskombination geschaffen

und behaupten sich am Markt. Sie sind mit großem Erfolg neue Wege gegangen. Ihr Unternehmen ist sogar so einzigartig, dass es über den Regierungsbezirk hinaus für diesen landesweiten Wettbewerb vorgeschlagen wurde.

Sie alle leisten hervorragende Arbeit für die zukunftsfähige Weiterentwicklung Ihres Hofes und zum Nutzen unseres Landes!

Mein besonderer Glückwunsch gilt den Unternehmerinnen, die sich heute hier vorstellen konnten und die ich nun auszeichnen darf.

„Wir brauchen für die Zukunft die mutigen Realisten in unserer Gesellschaft“, lautet ein Ausspruch von Ministerpräsident Dr. Edmund Stoiber.

Auch wenn er es nicht explizit ausgesprochen hat, bin ich sicher: Er hat damit auch die Realistinnen gemeint. Diese haben wir hier mitten unter uns, meine Damen und Herren: Frauen mit Tatkraft und Kompetenz, mit Herz und Verstand – und vor allem mit dem Mut, eigene Wege zu gehen und Visionen zu realisieren!

Ich wünsche allen Unternehmerinnen **weiterhin viel Erfolg**. Leisten Sie auch weiterhin so vorbildlich Ihren Beitrag für unsere landwirtschaftlichen Betriebe und die Strukturentwicklung des ländlichen Raums!

Schlusswort

Barbara Stanglmair

Vorsitzende des Dachverbandes des hauswirtschaftlichen Fachservices Bayern

Sehr geehrter Herr Staatsminister Josef Miller, sehr geehrte Frau Regierungsdirektorin Dr. Viktoria-Lofner-Meir, sehr geehrte Ehrengäste, sehr geehrte Unternehmerinnen, alle anwesenden Gäste!

Herzlichen Glückwunsch allen teilnehmenden Unternehmerinnen im Rahmen der Fachtagung „Frauen machen Gewinn“, ganz besonders möchte ich der Unternehmerin des Jahres 2004 Frau Monika Blanz aus dem Oberallgäu gratulieren.

Auszeichnung der Unternehmerin des Jahres 2004 durch Staatsminister Josef Miller, „Ich habe es gewagt“, „Stark am Markt durch strategisches Handeln“, „Sozialkompetenz als Erfolgsfaktor“ –

Alles Fakten, Visionen welche zu Dimensionen geworden sind.

Das Unternehmen „Dienstleistung“ setzt neue Maßstäbe, es ist ein Innovationsprodukt mit Zukunft.

Gute Ideen schaffen neue Perspektiven, erschließen neue Märkte, jede heute hier anwesende, selbstständige Unternehmerin, meine geschätzten Kolleginnen von den Hauswirtschaftlichen Fachservice-Organisationen, Schmankerl- und Bäuerinnenservice sind Gewinnerinnen mit ihrem Fachwissen, ihrer Sozialkompetenz, ihrer Kreativität, ihrer Risikobereitschaft, ihrem Engagement, ihrem ausgeklügelten Marketing.

Sie sind alle „Profis“ in Sachen Fundraising. Fundraising bedeutet systematisch geplante und durchgeführte Mittelbeschaffung, um ein Projekt, eine Organisation, Ihr Unternehmen, meine sehr geehrten Damen, fortbestehen zu lassen und die gesetzten Ziele zu erreichen.

Die Philosophie der Unternehmerinnen soll lauten: einzigartig, professionell und herzlich.

Der wirklich freundliche und persönliche Umgang mit den Kunden, die Liebe zum Detail, die Professionalität und jedes Lächeln, sind Spiegel einer Servicequalität, die für sich spricht.

Deshalb meine sehr verehrten Unternehmerinnen ist die Herzensbildung, das Charisma eine der wichtigsten Voraussetzungen für Ihren Erfolg in der Dienstleistung.

Alle Ressourcen, die Nutzung unserer beständigen Werte, unsere besonderen Begabungen und Fähigkeiten, unsere Identität, unser Ausbildungsprofil sollten wir als Bäuerinnen nach Möglichkeit für Einkommenskombinationen nutzen.

Staatsminister Josef Miller, hat diese Fakten im Vorwort der Einladung zur Fachtagung für land- und hauswirtschaftliche Unternehmerinnen realistisch dokumentiert.

Frau Krafft, Frau Lievenbrück als auch Herr Niemann haben diese herausragenden Potenziale der Unternehmerinnen in ihren Reden positiv hervorgehoben.

In unserer wirtschaftlich äußerst schwierigen Zeit kann eine Bäuerin im land- und hauswirtschaftlichen Bereich als Mitunternehmerin des Betriebes zur Sicherung der Existenz einen erheblichen Beitrag leisten.

Wer im Wettbewerb bestehen will, braucht einen Wissensvorsprung vor der Konkurrenz. Qualifizieren, aktualisieren, fortwährendes, innovatives Lernen ist unerlässlich!

Herzlichen Dank unserem Staatsminister, Herrn Josef Miller, für die Benennung der Qualitätsbeauftragten an den Landwirtschaftsämtern, Abteilung Strukturentwicklung und Haushaltsleistungen.

Die Positionierung über den Qualitätsbegriff ist ohne Zweifel der schwierigere, aber auch der sichere Weg in die Zukunft.

Preise sind vergleichbar, Qualität muss erfahren werden. Deshalb ist für uns Unternehmerinnen das interne bzw. das externe Audit die nächste große Herausforderung.

Für die innovative Zusammenarbeit bezüglich des Qualitätsmanagements mit der Landwirtschaftsverwaltung, Abteilung

Strukturentwicklung und Haushaltsleistungen, herzlichen Dank.

Dem Referat Haushaltsleistungen, Urlaub auf dem Bauernhof, Landfrauen, Frau Regierungsdirektorin Dr. Lofner-Meir und ihren Mitarbeiterinnen, allen beteiligten Referaten für die Planung und Durchführung der Fachtagung für landwirtschaftlich-hauswirtschaftliche Unternehmerinnen unter dem Motto „Frauen machen Gewinn“ herzlichen Dank.

Nun möchte ich allen anwesenden Gästen und Beteiligten eine schöne, besinnliche Adventszeit, gesegnete Weihnachtsfeiertage und ein gesundes, erfolgreiches „Neues Jahr 2005“ wünschen.