



LfL

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft

Einkommenssicherung und -entwicklung durch Diversifikation in der Berglandwirtschaft



Schriftenreihe

1
2015
ISSN 1611-4159

Impressum

Herausgeber: Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL)
Vöttinger Straße 38, 85354 Freising-Weihenstephan
Internet: www.LfL.bayern.de

Redaktion: Institut für Betriebswirtschaft und Agrarstruktur
Menzinger Straße 54, 80638 München
E-Mail: Agraroeconomie@LfL.bayern.de
Telefon: 089 17800-111

Lektorat: Dr. Anita Heidenfelder, Murnau

1. Auflage Januar 2015

Druck: ES-Druck, 85356 Freising-Tüntenhausen, Januar 2015

Schutzgebühr: 20,00 Euro



**Einkommenssicherung und -entwicklung
durch Diversifizierung
in der Berglandwirtschaft**

**Bedeutung und Entwicklungsmöglichkeiten für
landwirtschaftliche Betriebe, deren Lebensqualität
und die ökologischen Funktionen im Bergraum**

Dr. Paula Weinberger-Miller

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 Einleitung	19
1.1 Zielsetzung des Forschungsvorhabens	19
1.2 Bausteine des Forschungsvorhabens	21
2 Berglandwirtschaft.....	22
2.1 Einordnung der Berglandwirtschaft	22
2.2 Diversifizierung in Einkommenskombinationen (EKK).....	23
3 Projekte im Forschungsvorhaben.....	25
3.1 Strukturanalyse landwirtschaftlicher Betriebe mit Diversifizierung in Berggebieten (Weinberger-Miller und Iroh)	25
3.1.1 Einleitung	25
3.1.2 Methodik	27
3.1.3 Ergebnisse	29
3.1.4 Bewertung der Ergebnisse.....	44
3.2 Einkommenskombinationen, Mehrfachbeschäftigungen und Betriebsnachfolge in der Berglandwirtschaft (Babel und Fahning).....	46
3.2.1 Einleitung	46
3.2.2 Projektbeschreibung und Zielsetzung	47
3.2.3 Kenntnisstand zu Veränderungen der Agrarstruktur im Alpenraum	48
3.2.4 Kenntnisstand zur Nachfolgefrage	54
3.2.5 Qualitative Befragung	56
3.2.6 Betriebsbezogene Bestimmungsgründe für die Hofnachfolge.....	58
3.2.7 Regionalwirtschaftliche, kulturelle, familiäre und persönliche Bestimmungsgründe für die Hofnachfolge	66
3.2.8 Bewertung der Ergebnisse und Empfehlungen	75
3.2.9 Zusammenfassung	76
3.3 Hofnachfolge in diversifizierenden Betrieben – eine qualitative Untersuchung bayerischer Berglandwirtschaftsbetriebe (Maier)	77
3.3.1 Einleitung	77
3.3.2 Methodik	83
3.3.3 Ergebnisse	86
3.3.4 Diskussion	101
3.3.5 Fazit.....	105
3.4 Diversifizierung in der Berglandwirtschaft – Chancen und Risiken von Einkommenskombinationen (Boneberger).....	107

3.4.1	Modellkalkulationen mit Einkommenskombinationen	107
3.4.2	Methodik	108
3.4.3	Ergebnisse der Modellberechnungen und der Interviews	111
3.4.4	Ergebnisse der Interviews	119
3.4.5	Diskussion	119
3.4.6	Fazit	121
3.4.7	Zusammenfassung	122
3.5	Bedeutung der Diversifizierung in der Berglandwirtschaft – Untersuchung über die wirtschaftliche und sozioökonomische Situation sowie Perspektiven in ausgewählten bayerischen Betrieben (Büchl)	124
3.5.1	Einleitung	124
3.5.2	Diversifizierung in der Berglandwirtschaft.....	125
3.5.3	Einflüsse auf die Entwicklung von Einkommenskombinationen in der Berglandwirtschaft	127
3.5.4	Perspektiven für die Entwicklung von Einkommenskombination in der Berg- landwirtschaft	128
3.5.5	Befragung von Landwirten.....	131
3.5.6	Notwendige Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeits- und Lebensverhältnisse	162
3.6	Analyse von Beweggründen bei der Vermarktungsentscheidung von Milcherzeugern im Berchtesgadener Land – eine Fallstudien-untersuchung von vier ausgewählten Musterbetrieben (Kraus)	164
3.6.1	Einleitung	164
3.6.2	Literaturübersicht	166
3.6.3	Material und Methoden	175
3.6.4	Ergebnisse	183
3.6.5	Diskussion und Schlussbetrachtung	200
3.6.6	Zusammenfassung	205
3.7	Die Vorzüglichkeit der kooperativen Verarbeitung und Vermarktung von Bergprodukten über verschiedene Absatzwege (Magerl)	207
3.7.1	Einleitung	207
3.7.2	Milchviehhaltung in Bergbetrieben.....	208
3.7.3	Direktvermarktung	209
3.7.4	Analyse einer kooperativen Direktvermarktung	215
3.7.5	Die genossenschaftliche Naturkäserei.....	218
3.7.6	Betriebswirtschaftliche Auswertung	221
3.7.7	Einschätzung und Handlungsansätze der Wirtschaftlichkeit und Umweltrelevanz	226

3.7.8	Diskussion der Befragungsergebnisse.....	230
3.7.9	Zusammenfassung	232
4	Diskussion und Schlussfolgerungen.....	233
4.1	Strukturanalyse landwirtschaftlicher Betriebe mit Diversifizierung in Berggebieten.....	234
4.2	Hofnachfolge in Haupt- und Nebenerwerbsbetrieben in Berggebieten	236
4.3	Hofnachfolge in diversifizierenden Betrieben – eine qualitative Untersuchung bayerischer Berglandwirtschaftsbetriebe	238
4.4	Diversifizierung in der Berglandwirtschaft – Chancen und Risiken von Einkommenskombinationen.....	240
4.5	Bedeutung der Diversifizierung in der Berglandwirtschaft – Untersuchung über die wirtschaftliche und sozioökonomische Situation sowie Perspektiven in ausgewählten bayerischen Betrieben	242
4.6	Analyse von Beweggründen bei der Vermarktungsentscheidung von Milcherzeugern im Berchtesgadener Land – eine Fallstudienuntersuchung von vier ausgewählten Musterbetrieben.....	244
4.7	Die Vorzüglichkeit der kooperativen Verarbeitung und Vermarktung von Bergprodukten über verschiedene Absatzwege	246
5	Handlungsempfehlungen	248
6	Fazit	250
7	Literaturverzeichnis.....	253

Abbildungsverzeichnis

	Seite
Abb. 3.1: Standort der untersuchten Betriebe	28
Abb. 3.2: Zusammenhang zwischen der Anzahl der Einkommenskombinationen (EKK) und der Betriebsgröße in Nicht-Bergbetrieben	35
Abb. 3.3: Zusammenhang zwischen der Anzahl der Einkommenskombinationen (EKK) und der Betriebsgröße in Bergbetrieben.....	35
Abb. 3.4: Übersichtskarte zum deutschen Alpenkonventionsgebiet bzw. zum bayerischen Alpengebiet nach LEP-Abgrenzung.....	49
Abb. 3.5: Benachteiligte Zonen und Bergegebiet in Bayern gemäß LEP-Abgrenzung (nach Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, 2013).....	49
Abb. 3.6: Haupteinflussgrößen des Strukturwandels (Streifeneder, 2009, S. 85, nach Stöcklin et al., 2007)	52
Abb. 3.7: Anteil der Betriebe mit gesicherter Hofnachfolge (= Betriebe, der Rechtsform Einzelunter-nehmen mit einem 45-jährigen oder älteren Betriebsleiter) in den kreisfreien Städten und Landkreisen gemäß Landwirtschaftszählung 2010 (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2011, S. 17).....	55
Abb. 3.8: Anteil der Betriebe mit gesicherter Betriebsnachfolge in Bayern 2010 (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2011)	58
Abb. 3.9: Betriebsnachfolge in Bayern nach Betriebsgrößenklassen im Jahr 2010 (nach Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2011)	60
Abb. 3.10: Häufigste Einkommenskombination in landwirtschaftlichen Betrieben 2010 in den kreisfreien Städten und Landkreisen (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2011)	63
Abb. 3.11: Anteil der Hofnachfolger mit landwirtschaftlicher Ausbildung in Bayern in Abhängigkeit von der Betriebsgröße (nach Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2011)	65
Abb. 3.12: Durchschnittliche Größe der landwirtschaftlich genutzten Flächen je Betrieb nach Bundesländern (erstellt nach Gurrath, 2011).....	79
Abb. 3.13: Gebietskulisse der Fördergebiete in Bayern (StMELF, 2012c)	81
Abb. 3.14: Bevölkerungsentwicklung in den Landkreisen in Bayern von 2001 bis 2011 (in %) und Einwohner (in 1.000) zum 30. September 2011 (StMELF, 2012c) ...	84
Abb. 3.15: Untersuchungsgebiet – ausgewählte Landkreise im Berg- oder Kerngebiet (verändert nach StMELF, 2012c).....	85
Abb. 3.16: Geschätzte Verteilung der Einkommensanteile von Betrieb 1.....	88
Abb. 3.17: Geschätzte Verteilung der Einkommensanteile von Betrieb 2.....	89
Abb. 3.18: Geschätzte Verteilung der Einkommensanteile von Betrieb 3.....	90
Abb. 3.19: Geschätzte Verteilung der Einkommensanteile von Betrieb 4.....	91
Abb. 3.20: Geschätzte Verteilung der Einkommensanteile von Betrieb 5.....	92
Abb. 3.21: Geschätzte Verteilung der Einkommensanteile von Betrieb 6.....	92
Abb. 3.22: Geschätzte Verteilung der Einkommensanteile von Betrieb 7.....	93
Abb. 3.23: Geschätzte Verteilung der Einkommensanteile von Betrieb 8.....	94
Abb. 3.24: Der Landkreis Miesbach (Landkreis Miesbach 2009, S. 6).....	132
Abb. 3.25: Betrieb 1 – jährliche Gewinnbeiträge der Einkommenskombinationen	139
Abb. 3.26: Betrieb 1 – jährliche Arbeitszeit in Stunden in den Einkommenskombinationen.....	139
Abb. 3.27: Betrieb 2 – jährliche Gewinnbeiträge der Landwirtschaft und der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof.....	143

Abb. 3.28: Betrieb 2 – jährliche Arbeitszeit in Stunden in der Landwirtschaft und der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof.....	143
Abb. 3.29: Betrieb 3 – jährliche Gewinnbeiträge der Landwirtschaft, des Garten- und Landschaftsbaus und der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof	149
Abb. 3.30: Betrieb 3 – jährliche Arbeitszeit in Stunden in der Landwirtschaft sowie im Garten- und Landschaftsbau und in der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof	149
Abb. 3.31: Betrieb 4 – jährliche Gewinnbeiträge der Landwirtschaft und der Einkommensalternativen Schreinerei und Urlaub auf dem Bauernhof.....	153
Abb. 3.32: Betrieb 4 – jährliche Arbeitszeit in Stunden in der Landwirtschaft und in den Einkommensalternativen Schreinerei und Urlaub auf dem Bauernhof.....	154
Abb. 3.33: Betrieb 5 – jährliche Gewinnbeiträge der Einkommensalternativen Fliesenlegen, Urlaub auf dem Bauernhof, bäuerlicher Gastronomiebetrieb und Konditorei.....	160
Abb. 3.34: Betrieb 5 – jährliche Arbeitszeit in Stunden in den Einkommensalternativen Fliesenlegen, Urlaub auf dem Bauernhof, bäuerlicher Gastronomiebetrieb und Konditorei.....	160
Abb. 3.35: Entwicklung der Milchpreise in Bayern von 2010 bis 2013 (VMB, 2013a)	167
Abb. 3.36: Vertriebswege für den Rohstoff Milch (Huber und Jantke, 2013, S. 25)	170
Abb. 3.37: Übersicht über die Molkereiunternehmen in Bayern (Huber und Jantke, 2013, S. 29)	171
Abb. 3.38: Systemkomplex Familie, Betrieb und Umweltbedingungen (nach Kirner, 2005, S. 51)	174
Abb. 3.39: Der Landkreis Berchtesgadener Land (Ohrlich, 2006, S. 75).....	176
Abb. 3.40: Milcheinzugsgebiet der Milchwerke Berchtesgadener Land (Huber und Jantke, 2013)	177
Abb. 3.41: Verteilung der Aussagen zu den einzelnen Kategorien	184
Abb. 3.42: Ergebnis des Code Relation Browsers	184
Abb. 3.43: Versteckte, subjektive Ziele und Haltungen der Probanden	190
Abb. 3.44: Bayernweit erzeugte Milchmenge 2012 (eigene Darstellung nach Milchland Bayern über LfL).....	207
Abb. 3.45: Vermarktungswege für Milch und Milchprodukte von Bergbauern und Sennereien (Huber und Jantke, 2013)	211
Abb. 3.46: Parallelverwendung von Ab-Hof-Vermarktung und Wochenmärkten seitens der Konsumenten (eigene Darstellung nach Wilckens und Michels, 2007)	212
Abb. 3.47: Zielgruppenanalyse nach Ortsgröße, 2006, Angaben in % (nach Wilckens und Michels, 2007).....	214
Abb. 3.48: Käuferstrukturen der Einkaufsstätten nach Alter der Haushaltführenden (nach Wilckens und Michels, 2007).....	215
Abb. 3.49: Produktionsmengen der Naturkäserei und deren Vermarktung (eigene Darstellung nach Daten der Naturkäserei)	220
Abb. 3.50: Jährliche Gesamtkosten der Käseherstellung (eigene Darstellung und Berechnung nach Daten der Naturkäserei, 2014).....	222
Abb. 3.51: Einnahmen, Kosten und Gewinnbeiträge der Absatzwege Vertrieb an Gastronomie und Einzelhandel, Hofladen und Wochenmärkte (eigene Darstellung nach Daten der Naturkäserei)	225
Abb. 3.52: Jährliche Arbeitszeit für Käseherstellung, Pflegen und Verpacken sowie Reinigung in Stunden (eigene Darstellung nach Daten der Naturkäserei).....	226

Tabellenverzeichnis

	Seite
Tab. 3.1: Landwirtschaftlich genutzte Flächen (LF) und Tierbestände in den Betrieben ...	30
Tab. 3.2: Typisierung von Nicht-Berg- und Bergbetrieben.....	31
Tab. 3.3: Einkommenskombinationen und deren Häufigkeit in den untersuchten Nicht-Berg- und Bergbetrieben	32
Tab. 3.4: Anzahl der Einkommenskombinationen (EKK) und Betriebsformen der Nicht-Berg- und Bergbetrieben.....	33
Tab. 3.5: Einkommenskombinationen (EKK) in Berg- und Nicht-Berggebieten nach der Betriebsgröße	34
Tab. 3.6: Außerbetriebliche Erwerbstätigkeit von Bäuerinnen und Landwirten, gegliedert in Voll- und Teilzeitbeschäftigte.....	37
Tab. 3.7: Außerbetriebliche Tätigkeiten von Bäuerinnen und Landwirten in einem Erwerbsberuf	38
Tab. 3.8: Zuordnung der Haushalte von Nicht-Berg- und Bergbetrieben zu Haushaltstypen	39
Tab. 3.9: Zuordnung der Haushalte von Nicht-Berg- und Bergbetrieben nach der Haushaltsgröße	40
Tab. 3.10: Gemeinwohlorientierte Tätigkeiten der Bäuerinnen in Nicht-Berg- und Bergbetrieben	41
Tab. 3.11: Gemeinwohlorientierte Tätigkeiten der Landwirte in Nicht-Bergbetrieben	42
Tab. 3.12: Betriebsstrukturen bei Betrieben in verschiedenen Bergregionen	42
Tab. 3.13: Flächenverteilung in Abhängigkeit von der Hangneigung und Entfernungen von der Hofstelle in Betrieben in verschiedenen Bergregionen.....	43
Tab. 3.14: Veränderung der Agrarstruktur zwischen 1999 und 2007 (allgemeine Agrarstrukturerhebung; eigene Berechnung nach Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2013)	50
Tab. 3.15: Landkreis Garmisch-Partenkirchen – Betriebe und Flächen (InVeKos, Antragsteller 2010; LfL, 2013)	51
Tab. 3.16: Veränderungen der Betriebsstruktur von 2005 bis 2012 (InVeKos, Antragsteller 2010; LfL, 2013a).....	51
Tab. 3.17: Veränderung des Dauergrünlands von 2005 bis 2012 (InVeKos, Antragsteller 2010; LfL, 2013a)	51
Tab. 3.18: Vergleich der Antragsteller gemäß InVeKoS-Datenbank und Landwirtschaftszählung 2010 (LfL, 2013a, Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2013)	59
Tab. 3.19: Viehbestand der untersuchten Betriebe (e. N: eigene Nachzucht).....	87
Tab. 3.20: Betriebsdaten und Erfolgskennzahlen aus der Urproduktion der Modellbetriebe (MB) (Wirtschaftsjahr 2011/12)	112
Tab. 3.21: Anschaffungs- und Investitionskosten Ferienwohnung mit durchschnittlicher Ausstattung (nach Weinberger-Miller et al., 2006).....	114
Tab. 3.22: Anschaffungs- und Investitionskosten Ferienwohnung mit hochwertiger Ausstattung (nach Weinberger-Miller et al., 2006).....	114
Tab. 3.23: Fixkosten der Ferienwohnung (nach Weinberger-Miller et al., 2006).....	115
Tab. 3.24: Deckungsbeitrag der Ferienwohnung (nach Weinberger-Miller et al., 2006) ...	115
Tab. 3.25: Übersicht über zusätzlichen Gewinn, Arbeitszeit und Unternehmerentlohnung für Modellbetrieb 1 mit Ferienwohnungen (Fewo)....	116
Tab. 3.26: Vergleich der Erfolgskennzahlen für Modellbetrieb 1 mit Urproduktion und Ferienwohnungen	116

Tab. 3.27: Übersicht über zusätzlichen Gewinn, Arbeitszeit und Unternehmerentlohnung für Modellbetrieb 2 mit Ferienwohnung (Fewo)	117
Tab. 3.28: Vergleich der Erfolgskennzahlen für Modellbetrieb 2 mit Urproduktion und Ferienwohnung	117
Tab. 3.29: Übersicht über zusätzlichen Gewinn, Arbeitszeit und Unternehmerentlohnung für Modellbetrieb 3 mit Ferienwohnungen	118
Tab. 3.30: Vergleich der Erfolgskennzahlen für Modellbetrieb 3 mit Urproduktion und Ferienwohnungen	118
Tab. 3.31: Schwächen und Risiken in den Bereichen Landwirtschaft, Landschaft, Natur und Tourismus im Landkreis Miesbach (Landkreis Miesbach, 2009, S. 47–48 und S. 107–108)	129
Tab. 3.32: Stärken und Chancen in den Bereichen Landwirtschaft, Landschaft, Natur und Tourismus im Landkreis Miesbach (Landkreis Miesbach, 2009, S. 47–48 und S. 107–108)	130
Tab. 3.33: Betrieb 1 – Einnahmen aus der Vermietung von Ferienwohnungen (Fewo)	134
Tab. 3.34: Betrieb 1 – Betriebskosten der Ferienwohnungen (Fewo)	134
Tab. 3.35: Betrieb 1 – Nebenkosten der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof	134
Tab. 3.36: Betrieb 1 – Kapitaleinsatz für die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof	135
Tab. 3.37: Betrieb 1 – Kalkulation der Entlohnung einer Arbeitskraftstunde in der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof	135
Tab. 3.38: Betrieb 1 – Einnahmen aus der Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb	136
Tab. 3.39: Betrieb 1 – Betriebskosten der Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb	136
Tab. 3.40: Betrieb 1 – Kapitaleinsatz für die Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb	137
Tab. 3.41: Betrieb 1 – Investitions- und Instandhaltungskosten für die Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb	137
Tab. 3.42: Betrieb 1 – Arbeitszeitbedarf der nicht entlohten Arbeitskräfte in der Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb	137
Tab. 3.43: Betrieb 1 – Anzahl der Gäste in der Einkommenskombination bäuerliche Gastronomie	137
Tab. 3.44: Betrieb 1 – Gesamtkalkulation der Einkommenskombinationen bäuerlicher Gastronomiebetrieb und Hofladen (Frisch, 2012, Büchl, 2014b)	138
Tab. 3.45: Betrieb 1 – Ökonomischer Vergleich der Betriebszweige (Frisch, 2012, Büchl, 2014b)	138
Tab. 3.46: Betrieb 2 – Betriebskosten der Ferienwohnung (Fewo) und der Doppelzimmer (DZ)	141
Tab. 3.47: Betrieb 2 – Nebenkosten der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof	141
Tab. 3.48: Betrieb 2 – Kalkulation der Entlohnung einer Arbeitskraftstunde bei der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof	142
Tab. 3.49: Betrieb 2 – Ökonomischer Vergleich der Landwirtschaft mit der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof (Frisch, 2012, Dorfner und Frank, 2013; Büchl, 2014c)	142
Tab. 3.50: Betrieb 2 – Vergleich von Stabilität und Liquidität (eigene Darstellung in Anlehnung an Schmidlein (2013))	144

Tab. 3.51: Betrieb 3 – Einnahmen aus den Ferienwohnungen (Fewo) und dem Doppelzimmer (DZ)	147
Tab. 3.52: Betrieb 3 – Betriebskosten der Ferienwohnungen (Fewo) und des Doppelzimmers (DZ)	147
Tab. 3.53: Betrieb 3 – Nebenkosten der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof	147
Tab. 3.54: Betrieb 3 – Kapitaleinsatz für die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof	147
Tab. 3.55: Betrieb 3 – Arbeitszeitbedarf der nicht entlohten Arbeitskraft für die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof.....	148
Tab. 3.56: Betrieb 3 – Kalkulation der Entlohnung einer Arbeitskraftstunde in der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof.....	148
Tab. 3.57: Betrieb 3 – Ökonomischer Vergleich der Landwirtschaft mit den Einkommensalternativen Garten- und Landschaftsbau sowie Urlaub auf dem Bauernhof (Frisch, 2012, Dorfner und Frank, 2013; Büchl, 2014d).....	148
Tab. 3.58: Betrieb 4 – Einnahmen aus der Schafhaltung (Huber, 2011; Büchl, 2014e)	151
Tab. 3.59: Betrieb 4 – Kosten für die Schafhaltung (Huber, 2011; Büchl, 2014e)	151
Tab. 3.60: Betrieb 4 – Kalkulation der Entlohnung einer Arbeitskraftstunde in der Schafhaltung (Huber, 2011; Büchl, 2014e).....	152
Tab. 3.61: Betrieb 4 – Betriebskosten der Ferienwohnung	152
Tab. 3.62: Betrieb 4 – Kapitalkosten für die Ferienwohnung	152
Tab. 3.63: Betrieb 4 – Kalkulation der Entlohnung einer Arbeitskraftstunde in der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof.....	153
Tab. 3.64: Betrieb 4 – Ökonomischer Vergleich der Landwirtschaft mit den Einkommensalternativen Schreinerei und Urlaub auf dem Bauernhof (Frisch, 2012, Dorfner und Frank, 2013; Büchl, 2014e)	153
Tab. 3.65: Betrieb 5 – Einnahmen aus den Ferienwohnungen (Fewo) und dem Doppelzimmer (DZ)	156
Tab. 3.66: Betrieb 5 – Betriebskosten der Ferienwohnungen (Fewo) und des Doppelzimmers (DZ)	156
Tab. 3.67: Betrieb 5 – Nebenkosten der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof	156
Tab. 3.68: Betrieb 5 – Kapitaleinsatz für die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof	156
Tab. 3.69: Betrieb 5 – Arbeitszeitbedarf der nicht entlohten Arbeitskraft für die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof.....	157
Tab. 3.70: Betrieb 5 – Kalkulation der Entlohnung einer Arbeitskraftstunde in der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof.....	157
Tab. 3.71: Betrieb 5 – Einnahmen aus der Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb	157
Tab. 3.72: Betrieb 5 – Betriebskosten der bäuerlichen Gastronomie.....	157
Tab. 3.73: Betrieb 5 – Kapitaleinsatz für die Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb	158
Tab. 3.74: Betrieb 5 – Investitions- und Instandhaltungskosten für die Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb.....	158
Tab. 3.75: Betrieb 5 – Arbeitszeitbedarf der nicht entlohten Arbeitskraft in der Einkommens-kombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb	158
Tab. 3.76: Betrieb 5 – Kalkulation der Entlohnung einer Arbeitskraftstunde in der Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb.....	158

Tab. 3.77: Betrieb 5 – Kalkulation von Einkommensbeitrag und Unternehmerentlohnung bei der Einkommenskombination Konditorei (60 Personen) (Frisch, 2012)	159
Tab. 3.78: Betrieb 5 – Ökonomischer Vergleich der Einkommensalternativen Fliesenlegen, Urlaub auf dem Bauernhof, Bäuerlicher Gastronomiebetrieb und Konditorei.....	159
Tab. 3.79: Vergleich der Gewinnbeiträge aus der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof (alle fünf Betriebe)	160
Tab. 3.80: Ökonomischer Vergleich der Einkommenskombination bäuerliche Gastronomie (zwei Betriebe)	161
Tab. 3.81: Bedeutung der Betriebszweige aus Sicht des Gewinnbeitrags und der eingesetzten Arbeitszeit.....	162
Tab. 3.82: Kategorien der qualitativen Inhaltsanalyse, deren Definition und Anzahl der Nennungen in den Interviews.....	183
Tab. 3.83: Produktionsverfahren und Leistungsdaten der Modellbetriebe (MB) 1 bis 3	191
Tab. 3.84: Kalkulation der Vollkosten des Betriebszweigs Milchviehhaltung der Modellbetriebe (MB) 1 bis 3 gemäß Internet-Deckungsbeitragsrechnung (IBA, 2013)	192
Tab. 3.85: Annahmen für die Direktvermarktung in Modellbetrieb 2 (Quellen: KTBL, 2004; Redelberger, 2010; Nachfragebogen an die Fallbetriebe).....	195
Tab. 3.86: Gesamtkosten der Einkommenskombination in Modellbetrieb 2	195
Tab. 3.87: Produktions- und Vermarktungskosten sowie Arbeitszeitbedarf für Bergkäse und Tilsiter	196
Tab. 3.88: Einnahmen aus dem Almverkauf von Bergkäse und Tilsiter in Modellbetrieb 2	196
Tab. 3.89: Einkommensbeiträge aus dem Almverkauf von Bergkäse und Tilsiter in Modellbetrieb 2	196
Tab. 3.90: Jährlicher Einkommensbeitrag (vor Steuer) aus dem Almverkauf von Bergkäse und Tilsiter in Modellbetrieb 2.....	197
Tab. 3.91: Annahmen für die Direktvermarktung in Modellbetrieb 3 (KTBL, 2004; Redelberger, 2010; Nachfragebogen an die Fallbetriebe).....	197
Tab. 3.92: Gesamtkosten der Hofmolkerei einschließlich Vermarktung für Modellbetrieb 3	198
Tab. 3.93: Produktions- und Vermarktungskosten sowie Arbeitszeitbedarf der einzelnen Produkte	198
Tab. 3.94: Einnahmen durch den Verkauf der einzelnen Produkte im Modellbetrieb 3	199
Tab. 3.95: Einkommensbeiträge aus dem Verkauf der einzelnen Produkte im Modellbetrieb 3	199
Tab. 3.96: Jährlicher Einkommensbeitrag (vor Steuer) aus dem Verkauf eigenerzeugter Produkte inklusive Zukaufgemüse in Modellbetrieb 3	200
Tab. 3.97: Ranking-Ergebnisse der Gründe für den Beginn einer Direktvermarktung.....	202
Tab. 3.98: Allgemeine Stärken und Schwächen unterschiedlicher Vermarktungswege (nach Wirthgen und Maurer, 2000; Hasan, 2010).....	210
Tab. 3.99: Abschreibungen und Kosten für Instandhaltung von Gebäuden, Maschinen und Geräten	221
Tab. 3.100: Betriebs-, Hilfs- und Gemeinkosten der Käseproduktion	222
Tab. 3.101: Gesamtkosten der Käseproduktion für den Vertriebsweg Gastronomie und Einzelhandel	223
Tab. 3.102: Investitionen für den Vertriebsweg Ladenverkauf.....	223
Tab. 3.103: Gesamtkosten der Käseproduktion für den Vertriebsweg Ladenverkauf	224

Tab. 3.104: Investitionen für den Vertriebsweg Wochenmärkte.....	224
Tab. 3.105: Gesamtkosten der Käseproduktion für den Vertriebsweg Wochenmärkte	224
Tab. 3.106: Kriterien einer Stärken-Schwächen-Analyse für die kooperative Produktion und Vermarktung von Milch und Milchprodukten aus Bergbetrieben	226
Tab. 3.107: Bewertung der Stärken und Schwächen der Naturkäserei	230

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
AELF	Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten
AELF-TS	Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Traunstein
AFP	Agrarinvestitionsförderprogramm
AK	Arbeitskraft/-kräfte
AKh	Arbeitskraftstunden
ALB	Arbeitsgemeinschaft Landtechnik und Landwirtschaftliches Bauwesen in Bayern e. V.
ART	Forschungsgruppe Agrar- und Regionalentwicklung Triesdorf
ASE	Agrarstrukturerhebung
ASG	Agrarsoziale Gesellschaft
AZ	Arbeitszeitbedarf
B	Bundesstraße
BAG	Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland e. V.
BauGB	Baugesetzbuch
BauO	Bauordnung(en)
BBSR	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung
BGL	Berchtesgadener Land
BOB	Bayerische Oberlandbahn
BWA	Betriebswirtschaftliche Ausrichtung
bzw.	beziehungsweise
CRB	Code Relations Browser
d. h.	das heißt
DBV	Deutscher Bauernverband
DIV	Diversifizierungsförderung
DLG	Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft
DTV	Deutscher Tourismus-Verband
DV	Direktvermarktung
DZ	Doppelzimmer
e.G.	eingetragene Genossenschaft
EAGFL	Europäischer Ausrichtungs- und Garantiefond für die Landwirtschaft
EEG	Erneuerbare-Energien-Gesetz
EG	Europäische Gemeinschaften (ab 1993: Europäische Gemeinschaft)
EKK	Einkommenskombination(en)
et al.	et alii, latein für und andere
FBZ	Fortbildungszentrum
Fewo	Ferienwohnung(en)
FUR	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V.
GAP	Gemeinsame Agrarpolitik
GastBauV	Gaststättenbauverordnung
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
ggf.	gegebenenfalls
GVE	Großvieheinheiten
ha	Hektar
HwO	Handwerksordnung
IAASTD	International Assessment of Agricultural Knowledge, Science and

	Technology for Development
IBA	Institut für Agrarökonomie der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (vormals ILB)
InVeKoS	Integriertes Verwaltungs- und Kontrollsystem
Jg.	Jahrgang
kg	Kilogramm
KTBL	Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft
KuLaP	Bayerisches Kulturlandschaftsprogramm
l	Liter
LEP	Landesentwicklungsprogramm Bayern
LfL	Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft
LfStaD	Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung
LK	Landkreis
LMKV	Lebensmittelkennzeichnungsverordnung
LN	Landwirtschaftliche Nutzfläche
LVBM	Landesverband bayrischer Milcherzeuger
LVZ	Landwirtschaftliche Vergleichszahl
LW	Landwirtschaft
LZ	Landwirtschaftszählung
m ²	Quadratmeter
MB	Modellbetrieb
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
Nr.	Nummer
o. J.	ohne Jahresangabe
S.	Seite
StMELF	Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten
StMUG	Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit
SVLFG	Sozialversicherung für Landwirtschaft, Forsten und Gartenbau
SWOT	Strengths, weaknesses, opportunities, threats
Tab.	Tabelle
ü. NN	über Normalnull
u. a.	unter anderem
UadB	Urlaub auf dem Bauernhof
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
vgl.	vergleiche
VLF	Verband landwirtschaftlicher Fachschulabsolventen
VLM	Verband landwirtschaftlicher Meister
VBM	Verband bayerischer Milcherzeuger e. V.
VNP/EA	Vertragsnaturschutzprogramm und Erschwernisausgleich
z. B.	zum Beispiel
ZID	Zentrale InVeKoS-Datenbank
ZMP	Zentrale Markt- und Preisinformationen GmbH

Autoren (zum Zeitpunkt der Bearbeitung der Beiträge)

Dagmar Babel: beauftragt von der Agrarsozialen Gesellschaft (ASG) in Göttingen mit dem Beitrag „Einkommenskombinationen, Mehrfachbeschäftigung und Betriebsnachfolge in der Landwirtschaft“, September 2013

Anja Boneberger: Studentin an der Universität Hohenheim, Fakultät Agrarwissenschaften, Fachgebiet für Agrarinformatik und Unternehmensführung. Auszug aus der Masterthesis „Diversifizierung in der Berglandwirtschaft – Chancen und Risiken von Einkommenskombinationen“, Oktober 2013.

Stefanie Büchl: Studentin an der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf, Fakultät für Land- und Ernährungswirtschaft, Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Agrarmarketing und Management. Auszug aus der Bachelorarbeit „Bedeutung der Diversifizierung in der Berglandwirtschaft – Untersuchung über die wirtschaftliche und sozioökonomische Situation sowie Perspektiven in ausgewählten bayerischen Betrieben“, April 2014.

Ines Fahning: Mitautorin, Geschäftsführerin der Agrarsozialen Gesellschaft (ASG) in Göttingen.

Lorrita Iroh: Mitarbeiterin beim Projekt und Mitautorin beim Beitrag „Strukturanalyse landwirtschaftlicher Betriebe mit Diversifizierung in Berggebieten“, LfL, Dezember 2014.

Sina Kraus: Studentin der Universität Kassel, Fachbereich Ökologische Agrarwissenschaften. Auszug aus der Masterarbeit „Analyse von Beweggründen bei der Vermarktungsentscheidung von Milcherzeugern im Landkreis Berchtesgadener Land. Eine Fallstudienuntersuchung von vier ausgewählten Musterbetrieben“, Mai 2014.

Simon Magerl: Student an der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf, Fakultät für Land- und Ernährungswirtschaft, Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Agrarmarketing und Management. Auszug aus der Bachelorarbeit „Die Vorzüglichkeit der kooperativen Verarbeitung und Vermarktung von Bergprodukten (Bergkäse) über verschiedene Absatzwege aus Sicht einer Naturkäserei“, August 2014.

Philipp Maier: Student der Ludwig-Maximilians-Universität München, Fakultät für Geowissenschaften. Auszug aus der Bachelorarbeit „Hofnachfolge in diversifizierenden Betrieben – eine qualitative Untersuchung bayerischer Berglandwirtschaftsbetriebe“, März 2014.

Dr. Paula Weinberger-Miller: Arbeitsbereichsleiterin an der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), Institut für Agrarökonomie, Fachbereich Haushaltsleistungen, Erwerbskombinationen, Freising-Weihenstephan

Die Auszüge der Autoren aus den Bachelor- und Masterarbeiten sind hier gekürzt wiedergegeben, um sie logisch in das Gesamtkonzept des Forschungsberichts einzubinden.

Die Auswahl und Aufbereitung der verwendeten InVeKoS-Daten wurde von **Martina Halama**, Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft, Arbeitsbereich Agrarstruktur und Umweltökonomik vorgenommen.

1 Einleitung

Landwirtschaftliche Betriebe in Berggebieten sind als robust bekannt. Aufgrund der meist kleinen Betriebsgrößen sind sie besonders vom Strukturwandel betroffen, sodass für deren zukünftige Entwicklung in hohem Maße strukturelle Anpassungen an die aktuellen Erfordernisse notwendig sind. Dies trifft nicht nur für die landwirtschaftliche Produktion zu, sondern auch für die zusätzlich bewirtschafteten Geschäftsbereiche beispielsweise im Tourismus, bei der Weiterbearbeitung und Direktvermarktung der erzeugten Produkte sowie bei gastronomischen oder auch pädagogischen Angeboten, damit auf diese Weise zukünftig die notwendigen Einkommenszuwächse zur Erzielung einer angemessenen Lebenshaltung generiert werden können. Insbesondere bei einem anstehenden Generationswechsel ist die Gestaltung der zukünftigen Lebens- und Arbeitsbedingungen eine zentrale Aufgabe, weil sie die Weiterführung des Betriebs maßgeblich bestimmt.

Begleitende Gemeinwohlleistungen der landwirtschaftlichen Familien wie die Pflege der Kulturlandschaft sowie Maßnahmen des Natur- und Umweltschutzes können erfahrungsgemäß nur bei einer nachhaltigen betrieblichen Existenzsicherung und einer angemessenen Lebensqualität erfüllt werden. Der zielführenden Weiterentwicklung der Diversifizierung ist deshalb angesichts der großen ökonomischen Bedeutung für die einzelnen Betriebe wie auch des gesamten Bergraums ein hoher Stellenwert beizumessen.

1.1 Zielsetzung des Forschungsvorhabens

Die Thematik „Bedeutung der Diversifizierung in der Berglandwirtschaft für die Einkommenssicherung“ wurde als Forschungsvorhaben im Rahmen des Arbeitsschwerpunkts Berglandwirtschaft der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) bearbeitet (Weinberger-Miller, 2013a). Unter Berücksichtigung der multifunktionalen Bewirtschaftung von Bergbetrieben wurde in einer gebündelten Sichtweise die Situation der Landwirtschaft und des Haushalts sowie von Einkommenskombinationen und weiteren sonstigen Tätigkeiten der Haushaltsmitglieder in ausgewählten Berg- und Nicht-Bergbetrieben herausgearbeitet.

Aufgrund der großen Spannweite von Einzelaktivitäten landwirtschaftlicher Familien in Berggebieten wurden anschließend spezifische Fragestellungen herausgegriffen, um sie in Vertrags-, Bachelor- und Masterarbeiten zu beantworten. Zu den folgenden Themen wurden Beiträge erarbeitet:

1. Hofnachfolge in Haupt- und Nebenerwerbsbetrieben der Berglandwirtschaft, bearbeitet von der Agrarsozialen Gesellschaft Göttingen,
2. Hofnachfolge in diversifizierenden Betrieben – eine qualitative Untersuchung bayerischer Berglandwirtschaftsbetriebe, bearbeitet in der Bachelorarbeit von Philipp Maier am Departement für Geographie der Ludwig-Maximilians-Universität München,
3. Diversifizierung in Betrieben der Berglandwirtschaft als Beitrag zur Existenzsicherung, bearbeitet in der Masterthesis von Anja Boneberger an der Fakultät Agrarwissenschaften der Universität Stuttgart-Hohenheim,
4. Bedeutung der Diversifizierung für die Berglandwirtschaft, bearbeitet in der Bachelorarbeit von Stefanie Büchl an der Fakultät für Land- und Ernährungswirtschaft der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf,

5. Beweggründe für eine Direktvermarktung von Milch und Milchprodukten in der Berglandwirtschaft, bearbeitet in der Masterarbeit von Sina Kraus im Fachbereich Ökologische Agrarwissenschaften der Universität Kassel-Witzenhausen,
6. Vorteilhaftigkeit der Direktvermarktung von Käse über verschiedene Absatzwege in der Berglandwirtschaft, bearbeitet in der Bachelorarbeit von Simon Magerl an der Fakultät für Land- und Ernährungswirtschaft der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf.

Die Auszüge der jeweiligen Arbeiten sind in eine logische Reihenfolge gebracht, um sie letztlich in einen Gesamtzusammenhang mit der Thematik „Bedeutung der Diversifizierung in der Berglandwirtschaft für die Einkommenssicherung“ zu stellen.

Der Forschungsbericht „Der bäuerliche Familienbetrieb in Bayern – Situation und Perspektiven“ (Weinberger-Miller, 2010a) liefert grundsätzliche Informationen zur Lebens- und Arbeitssituation landwirtschaftlicher Familien in Bayern und ihrer Perspektiven für die Zukunft. Nicht gesondert behandelt wurden dabei jedoch die spezifischen Belange von Haushalten in der Berglandwirtschaft, obwohl diese zu ihrer mittel- oder langfristig angelegten Einkommenssicherung schon vor langer Zeit weitere Wirtschaftstätigkeiten in landwirtschaftlichen, landwirtschaftsverwandten oder landwirtschaftsfremden Betriebszweigen aufgenommen haben und diese gemeinsam mit der Urproduktion in Form einer Diversifikation bewirtschaften.

Eine grundlegende und systematische Statistik über die alternativen Einkommensquellen landwirtschaftlicher Haushalte fehlte bisher mangels wiederkehrender Analysen, wie sie für die landwirtschaftliche Produktion in der landwirtschaftlichen Buchführung durchgeführt werden. In der amtlichen Statistik (Landwirtschaftszählung 2010, Statistisches Bundesamt, 2011) wird die „Diversifizierung in der Landwirtschaft“ in Form von Einkommenskombinationen als selbstständige Tätigkeiten in Verbindung mit der Landwirtschaft bis heute nur erfasst, wenn sie als Nebenbetrieb der Landwirtschaft durchgeführt wird. Der Forschungsbericht der Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) zur „Einkommenssicherung und -entwicklung durch Diversifizierung in der Landwirtschaft – Bedeutung und Entwicklungsmöglichkeiten für landwirtschaftliche Betriebe, die regionale Wertschöpfung und die Lebensqualität im ländlichen Raum“ (Weinberger-Miller, 2013a) führt zusätzlich zu den Nebenbetrieben der Landwirtschaft auch gewerblich eingestufte Betriebszweige bei Einkommenskombinationen auf.

In der Berglandwirtschaft beschränken sich bisherige Untersuchungen explizit auf Einzelaspekte der Diversifizierung wie gastronomische Angebote oder Urlaub auf dem Bauernhof. Die Diversifizierung allgemein in ihrer Bedeutung für die Berglandwirtschaft ist allerdings noch nicht ausreichend untersucht. Für zukünftige Anpassungen der Berglandwirtschaftsbetriebe an aktuelle Erfordernisse zur Aufrechterhaltung der Existenz, insbesondere im Zusammenhang mit einem Generationswechsel, ist aber eine Diversifizierung in weitere Geschäftsfelder, u. a. in Form von Einkommenskombinationen von besonderer Bedeutung. Spezifische Rahmenbedingungen, Bedeutung, Ausdehnung und Intensität der Bewirtschaftung sind zu analysieren und Entwicklungsperspektiven abzuleiten. Landwirte, Beratung und Politik sollen auf der Grundlage einer praxisnahen Situationsanalyse so reagieren können, dass auch in Berggebieten möglichst viele Betriebe in ihrer Existenz erhalten werden können, dass sie Förderungen für ihre Weiterentwicklung erhalten und die landwirtschaftlichen Unternehmer sowie deren Mitarbeiter und Partner in geeigneter Weise qualifiziert und beraten werden.

Speziell für die Beratung von Betrieben in Berggebieten, die betriebliche Alternativen im Bereich der Diversifizierung planen, bereits betreiben oder die sich neu ausrichten wollen, sollen empirische Erhebungen Aussagen zum derzeitigen Stand der Praxis und deren Auswirkungen

auf die Weiterentwicklung der Betriebe ermöglichen. Informationen aus dem aktuellen Forschungsvorhaben „Einkommenssicherung und -entwicklung durch Diversifizierung in der Landwirtschaft“ (Diversifizierungsstudie) sind dazu eine wichtige Grundlage (Weinberger-Miller, 2013a)

1.2 Bausteine des Forschungsvorhabens

Mit der oben genannten Zielsetzung wurde folgendes Arbeitsprogramm festgelegt:

1. Analyse der Situation ausgewählter Betriebe in der Berglandwirtschaft mit besonderer Berücksichtigung der Diversifizierung in zusätzliche Geschäftsfelder

Zur Ermittlung der Situation bei der Diversifizierung von Betrieben in Berggebieten war vor allem Datenmaterial aus der Diversifizierungsstudie (Weinberger-Miller, 2013a) auszuwerten. Die spezifischen Rahmenbedingungen sowie die Bedeutung, Ausdehnung und Intensität der Diversifizierung in der Berglandwirtschaft ließen sich auf diese Weise von „allen Betrieben“ abgrenzen.

Auf dieser Grundlage war die aktuelle Situation landwirtschaftlicher Betriebe bei der Diversifizierung in der Berglandwirtschaft in verschiedenen Bergregionen zu ermitteln. Weiter waren Perspektiven der Bewirtschaftung der Betriebe in kombinierter Form herauszuarbeiten.

2. Bedeutung der Diversifizierung für landwirtschaftliche Betriebe in Berggebieten

Die Bedeutung typischer Formen der Diversifizierung für landwirtschaftliche Betriebe in Berggebieten zur Existenzsicherung und deren Zukunftsperspektiven insbesondere beim Generationswechsel waren zu ermitteln. Handlungsoptionen sollten auf der Grundlage verifizierter Haushalts- und Betriebsmodelle für die Bildung und Beratung abgeleitet werden.

3. Bedeutung der Diversifizierung für die Berggebiete

Da sowohl die landwirtschaftliche Produktion als auch die Diversifizierung in Bergbetrieben stets mit erheblichen raumbezogenen Sekundäreffekten für den ländlichen Raum einhergeht, waren neben einzelbetrieblichen auch regionale Effekte der Diversifizierung für den speziellen Bergraum bzw. die Berglandwirtschaft allgemein abzuleiten.

Hinweis: Bei den Betriebsleitern wurde im laufenden Text nicht zwischen männlichen und weiblichen Personen unterschieden. Die Betriebsleitung stellt in der Regel das Inhaberpaar dar.

2 Berglandwirtschaft

2.1 Einordnung der Berglandwirtschaft

Nach der (EG) Nr. 1698/2005 über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) zählen Berggebiete zu den benachteiligten Gebieten, wobei ein förderfähiges Berggebiet gemäß Artikel 50 nachfolgende Merkmale aufweist:

- ungewöhnlich schwierige klimatische Verhältnisse infolge der Höhenlage, die eine erheblich verkürzte Vegetationszeit zur Folge haben,
- starke Hangneigung des größten Teils der Flächen in geringerer Höhenlage, sodass keine oder nur besondere, kostspielige Maschinen und Geräte eingesetzt werden können, oder
- ein Zusammentreffen dieser beiden Gegebenheiten, wenn die Benachteiligung durch jede dieser beiden Gegebenheiten für sich genommen zwar geringer ist, beide zusammen aber eine ebenso große Benachteiligung ergeben.

Wegen ihres typischen Profils wird die Berglandwirtschaft vielfach mit der Landbewirtschaftung im Alpenraum gleichgesetzt. Unabhängig von den Höhenszenarien bei den Kriterien zur Definition eines Bergbetriebs in den Alpen oder im Alpenvorland wurde in der vorliegenden Forschungsarbeit das „Berggebiet“ Alpen um Grenzgebiete im Bayerischen Wald, im Oberpfälzer Wald, im Fichtelgebirge und in der Rhön erweitert, deren Mindesthöhenlage des Ortsmittelpunkts oder der durchschnittlichen Gemeindefläche 800 m ü. NN beträgt. Für die Betriebe gilt, dass die Bodennutzung erheblich eingeschränkt ist und die Arbeitskosten aufgrund ungewöhnlich schwieriger klimatischer Verhältnisse bedeutend höher sind. Vor allem in den Grenzgebieten zu Tschechien können sich drängende Probleme wie verstärkter Kostendruck auf die Infrastruktur aufgrund hoher Abwanderungsraten mit begleitenden negativen Effekten der Daseinsvorsorge fallweise existenzbedrohend auf die Lebens- und Arbeitsverhältnisse auswirken. Demnach lässt sich die Situation der Berglandwirtschaft im Alpenraum nicht generell auf die genannten anderen Berggebiete übertragen.

Führen die teilweise erheblichen Wettbewerbsnachteile der Berglandwirtschaft und die dadurch erschwerten Lebens- und Arbeitsbedingungen im Vergleich zu anderen Regionen zur Aufgabe der Bewirtschaftung, sind jedoch ernsthafte Konsequenzen für die ökologische Stabilität der Kulturlandschaft in Richtung sprunghafter Veränderungen zu befürchten (Bätzing, 2005). Gerade über die Bewirtschaftung von Almen – abseits vom Hof gelegene Weideflächen im Gebirge, die nur im Sommer als Grundfutterbasis genutzt werden – als einem traditionellen Bestandteil der Landwirtschaft haben Bergbetriebe eine gesellschaftliche Funktion. Denn auch die Almwirtschaft trägt zur Versorgung der Bevölkerung bei, erhält natürliche Lebensgrundlagen und pflegt Teile der Kulturlandschaft. Die Almen, im Allgäu Alpen genannt, nehmen in Bayern etwa 7 % der Landesfläche ein.

Trotz Eingrenzung der Weidehaltung auf günstige Weideplätze mit Erschließung über gut ausgebaute Wegenetze kann sich die Viehhaltung für die Betriebe besonders aufwendig gestalten, wenn mehrfach Ställe und Melktechnik vorgehalten werden müssen. Falls gehobene Milchpreise bei örtlichen Molkereien, zusätzliche Investitionen und eine erhebliche Mehrarbeit zu einer unzureichenden Unternehmerentlohnung führen, verarbeiten einzelne Landwirte oder Kooperationen in solchen Fällen die von ihnen die erzeugte Milch in Eigenregie (Huber und Jantke, 2013).

Sie können so mit traditionellen und standortangepassten Erzeugungs- und Verarbeitungsverfahren zur Produktion besonders hochwertiger Bergprodukte eine Alleinstellung erreichen,

die gute Voraussetzungen dafür bietet, bei der Vermarktung den erhöhten Produktionsaufwand durch eine aktive Preisgestaltung am Markt abzugelten. Dies gilt vor allem, weil sie in besonderer Weise für Ursprünglichkeit, Naturnähe und Tradition stehen.

2.2 Diversifizierung in Einkommenskombinationen (EKK)

Wird zur Existenzsicherung einer Familie in der Berglandwirtschaft ohne Erweiterung der landwirtschaftlichen Urproduktion auf Einkommenskombinationen (EKK) zurückgegriffen, soll es mit diesen gelingen, Einkommen zu generieren und so die Lebenshaltung zu verbessern. Einkommenskombinationen tragen grundsätzlich dazu bei,

- die eingesetzten Faktoren besser auszulasten,
- nicht mehr benötigte Kapazitäten (z. B. Altgebäude) sinnvoll weiter zu nutzen und auf diese Weise Vermögensverluste zu vermeiden,
- das betriebliche Umfeld und spezifische regionale Potenziale (Landschaft, Natur, Freizeitangebote, Lebensmittel) in das Angebot neuer Produkte und Dienstleistungen zu integrieren und
- außerlandwirtschaftliche Qualifikationen und persönliches Know-how besser in Wert zu setzen.

Sinnvoll kombiniert können landwirtschaftliche Haushalte mit mehreren unternehmerischen Standbeinen ihre verfügbaren Kapazitäten sektorübergreifend vorteilhaft nutzen. Nicht voll ausgelastete eigene Arbeitskräfte lassen sich einkommenswirksam beschäftigen und Fremdarbeitskräfte in betriebliche Arbeiten integrieren. Im Zuge dessen wird auch eine stärkere Verankerung der Aktivitäten in regionalen Wirtschaftskreisläufen erreicht.

Gut mit den landwirtschaftlichen Betriebsabläufen kombinierte Geschäftsfelder wie Urlaub auf dem Bauernhof, Direktvermarktung, Vermarktung der Erlebniswelt Bauernhof, Gastronomie oder gleichzeitig mehrere Einkommenskombinationen führen meist zu aufeinanderfolgenden Investitionsschritten. In Berggebieten können die Kosten für Investitionen in kleine Einheiten trotz optimaler Kombinierbarkeit mit möglichen synergistischen Effekten häufig überproportional hoch sein, sodass sie zu einer hohen finanziellen Belastung der kleinen Bergbauernbetriebe führen (StMELF und StMUG, 2007).

Wettbewerbsnachteile der Berglandwirtschaft gegenüber Betrieben in anderen Regionen lassen sich aufgrund verhältnismäßig hoher Investitionen nur bis zu einem gewissen Grad ausgleichen. Von der fachkundigen und nachhaltigen Pflege der Kulturlandschaft durch die Landwirte, u. a. auch aus einem gewissen Eigeninteresse heraus, profitieren aber neben den Einheimischen vor allem die Touristen. Deswegen ist zur indirekten Honorierung die Zusammenarbeit der Landwirtschaft mit anderen Wirtschaftsbereichen unerlässlich (Bätzing, 2005). Beispielsweise trägt die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof je nach Umfang mehr oder weniger zur Existenzsicherung bei. Doch setzen auch hier Naturschutzziele einer Ausdehnung vor allem in Richtung einer Projektion und Inszenierung von „Wellness, Kraftplätzen auf der Alm, Erlebnisraum und Design“ genauso wie bei der landwirtschaftlichen Urproduktion Grenzen, während der klassische, sanfte Tourismus in Form des Vermietens von Almhütten in kleinen Einheiten in einem intakten regionaltypischen Raum akzeptiert wird, weil hierbei eine nachhaltige Entwicklung gefördert wird.

Das Berggebiet bietet mit seiner typischen Topografie, den charakteristischen Landnutzungsformen und einem authentischen Naturerleben umfangreiche Potenziale für einen erlebnis-, sport- und gesundheitsorientierten Tourismus. Die Hauptschwerpunkte des Tourismus im

Berggebiet konzentrieren sich jedoch auf wenige Orte (55 % aller Übernachtungen erfolgen in 18 von 184 Gemeinden im Berggebiet). Gerade für kleine Bergbetriebe kann der Tourismus aber von hoher Bedeutung für zusätzliche Erwerbsmöglichkeiten sein. Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass saisonale Witterungsbedingungen und die allgemeine Konjunkturlage regelmäßig zu beträchtlichen Schwankungen bei den Auslastungsgraden und damit des daraus generierten Einkommens führen können. Sowohl Naturereignisse als auch negative Trends bei der Entwicklung des Bergtourismus stellen so eine Herausforderung für nachhaltiges Tourismusmanagement im Einklang mit der Stabilisierung anderer Standbeine inklusive der Berglandwirtschaft dar.

Gerade eine intakte Berglandwirtschaft sichert über standortangepasste Formen der Landwirtschaft auch einen hohen Wohnwert für die regionale Bevölkerung im Alpenraum. Über die Offenhaltung und „Belebung“ der Landschaft durch Weidehaltung bietet sie traditionell-kulturelle Leistungen (z. B. Almabtrieb) sowie Handwerk an. Auch Wanderrouen, Loipen und Pisten mit den zugehörigen Einkehrmöglichkeiten sind vielfach an die land- und forstwirtschaftlich genutzten Flächen der Berggemeinden gebunden. Da diese Kombinationsleistungen die Attraktivität des Berggebiets beträchtlich steigern, hat die flächendeckende Erhaltung einer multifunktionalen Landwirtschaft eine Schlüsselfunktion für die Sicherung hoher touristischer Wertschöpfungsbeiträge im Berggebiet (Bätzing, 2005).

Demografische Veränderungsprozesse verlaufen regional sehr unterschiedlich. Eine demografische Schrumpfung wirkt sich gerade auf die altersübergreifende Nutzungsmöglichkeit der technischen und sozialen Einrichtungen für die Daseinsvorsorge aus. Die Konsequenzen sind z. B. eine verschlechterte Angebotsqualität und steigende Kosten für die Nutzer. Auch peripher gelegene landwirtschaftliche Haushalte und Betriebe in Berggebieten sind über die Eigenversorgung mit Wasser und Strom hinaus auf eine kommunale Infrastruktur angewiesen. Gerade in Berggebieten mit hohen Abwanderungsraten junger und besser qualifizierter Menschen, vor allem überproportional vieler erwerbstätiger Frauen, ist aber vielfach die ökonomische Tragfähigkeit und die tägliche Daseinsvorsorge peripherer Siedlungsbereiche stark gefährdet, mit weiteren Konsequenzen für alle Wirtschaftsbereiche (Küpper et al., 2013).

Die im Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) erarbeitete, neue, bundesweit flächendeckende Raumgliederung in 696 Prognoseräume basiert auf einer Überlagerung der 402 Kreise und der so genannten Stadt-Land-Regionen (Küpper et al., 2013). Sie bindet Berggebiete nur unzureichend ein, weil diese überwiegend auf Pendlerverflechtungen zwischen Städten und ihrem Umland basieren und funktionale Raumeinheiten bilden, die näherungsweise täglich erlebte Arbeits- und Wohnungsmarktregionen abbilden. Sie lassen sich insofern auch als Aktionsräume interpretieren, die sich aus der täglichen Mobilität zwischen Wohn- und Arbeitsort ergeben. Berggebiete sind deshalb auch unzureichend in die Strategien für die Daseinsvorsorge eingebunden (Küpper et al., 2013).

3 Projekte im Forschungsvorhaben

3.1 Strukturanalyse landwirtschaftlicher Betriebe mit Diversifizierung in Berggebieten (Weinberger-Miller und Iroh)

3.1.1 Einleitung

Die Aussagekraft der amtlichen Agrarstatistik sowie des Testbetriebsnetzes im Hinblick auf die Erfassung und Darstellung der Unternehmensstrukturen in der Landwirtschaft ist grundsätzlich begrenzt, um die Betriebe in ihrer Vielfalt sachgerecht und valide darzustellen. Mit der Bewirtschaftung vielfältiger Einkommenskombinationen werden die Strukturen noch vielseitiger. Da jedoch Strukturanpassungen der Bergbetriebe vielfach über eine Diversifizierung erfolgen, sind auch dort die tatsächlich vorherrschenden Strukturverhältnisse zu ermitteln und Informationsdefizite abzubauen.

3.1.1.1 Projektbeschreibung und Zielsetzung

Der folgende Beitrag bezieht sich auf die Schaffung eines Zugangs zu den Betrieben der Berglandwirtschaft. Informationen aus dem Forschungsvorhaben „Einkommenssicherung und -entwicklung durch Diversifizierung in der Landwirtschaft“ (Weinberger-Miller, 2013a) unterstützen die Beantwortung der Forschungsfrage „Welche Perspektiven hat die Berglandwirtschaft auf der Grundlage ihrer Unternehmensstrukturen unter Berücksichtigung einer Diversifizierung in Einkommenskombinationen?“

Anhand realer Szenarien von Betrieben in Berg- und Nicht-Bergbetrieben wurde eine Analyse der Betriebsstrukturen vorgenommen, um charakteristische Ausprägungen von Betrieben der Berglandwirtschaft im Vergleich zu Nicht-Bergbetrieben herauszufiltern. Auf dieser Grundlage sollte in weiteren ausgewählten Themen die Bedeutung von Einkommenskombinationen für die Weiterbewirtschaftung und Weiterentwicklung der Betriebe analysiert werden.

3.1.1.2 Kenntnisstand zur Situation und Struktur der Bergbetriebe

Trotz stetiger Versuche, die Leistungen der Berglandwirte bei der Bewirtschaftung ihrer Betriebe und ihren Beitrag zum Erhalt der Berglandwirtschaft über angepasste Förderprogramme zu honorieren, gelingt es vielen Bergbetrieben nicht, allein aus der landwirtschaftlichen Urproduktion die Existenz der landwirtschaftlichen Familie sicherzustellen. Weitergehende Erwerbsalternativen müssen somit wichtige Beiträge zur Einkommenssicherung leisten.

Die Diversifikation als Unternehmensstrategie zur Risikostreuung, wie sie in den 1970er-Jahren verbreitet wurde, bezog sich dabei in den meisten Fällen auf verschiedene eng begrenzte Einzelgeschäfte. Die dadurch entstandene Heterogenität von Erwerbstätigkeiten war für die Unternehmen wenig produktiv, sodass in den 1990er-Jahren eine Restrukturierung hin zum Ausbau von Kernkompetenzen erfolgte. Diese Gegensteuerung zum einseitigen Wachstum in Richtung Spezialisierung war für kleine Bergbetriebe in der Regel aufgrund der kleinen Einheiten ungeeignet. Für sie sollte sich die Diversifikation in Geschäftsfelder im Gegensatz zu Einzelaktivitäten als erfolgversprechender herausstellen. Inzwischen wurden die Einkommenskombinationen als selbstständige Tätigkeiten in Verbindung mit der landwirtschaftlichen Urproduktion so weit professionalisiert, dass über diese Schiene vielfach mindestens die Lebenshaltung der Landwirtsfamilie bestritten werden kann.

Grundsätzlich bietet eine Diversifikation für all jene Betriebssituationen Chancen, bei denen vorhandene Potenziale des Betriebs in eine vertikale, horizontale oder laterale Richtung ent-

wickelt werden können und zudem in die persönliche, betriebliche oder gesellschaftliche Zielrichtung eine gewisse Schwerpunktsetzung erfolgen kann. Werden in Bergbetrieben Kapazitäten in einen Ausbau neuer Geschäftsfelder eingebracht, ergeben sich Chancen durch:

- Einkommenserwirtschaftung in haushaltsnahen Einkommenskombinationen am Wohnort,
- Risikostreuung auf mehrere Standbeine (z. B. bei volatilen Märkten und insbesondere bei stagnierenden Milchpreisen),
- Erzielung von Marktmacht bei der Herstellung herausragender Bergbauernprodukte mit positivem Image,
- Wachstum in die Tiefe zum Generieren höherer Wertschöpfung aus vorhandenen, brachliegenden Potenzialen,
- Synergien aufgrund gegenseitiger Förderung sich ergänzender Erwerbsbereiche.

3.1.1.3 Statistische Grunddaten

In Bayern zählen 183 Gemeinden mit einem Flächenanteil von rund 7 % zum Berggebiet. Dort arbeiten etwa 9.500 landwirtschaftliche Betriebe (von 113.000 Betrieben) auf einer Fläche von 240.000 ha landwirtschaftlicher Nutzfläche (Bayern gesamt rd. 3,2 Mio. ha). Etwa 40.500 ha davon sind Lichtweiden auf knapp 1.400 Almen (Pascher, 2014). Bei einem eher gebremsten Agrarstrukturwandel im Berggebiet von etwa -15 % im Mittel der letzten Dekade über das gesamte Berggebiet hinweg im Vergleich zum bayerischen Durchschnitt (-24 % von 1999 bis 2009) existieren zwar im Alpenvorland Betriebe mit vielfach größeren Produktionseinheiten, aber in vielen südlicheren Gemeinden des Alpenraums herrschen kleinbäuerliche und mittelgroße Strukturen vor (ART, 2013).

Im Berggebiet sind nach wie vor weit über 20.000 Arbeitskräfte in der Landwirtschaft beschäftigt. Hinzu kommt die Vorleistungsfunktion der Bergbauernbetriebe für Sektoren wie Lebensmittelverarbeitung, Handel und Tourismus, deren Beschäftigungs- und Wertschöpfungsniveau indirekt von der Landwirtschaft abhängt (Pascher, 2014).

Hauptproduktionsrichtung im Berggebiet ist die Milchviehhaltung in über 6.200 Betrieben (bayernweit 40.000). Nach Seibert (2013) halten zwei Drittel der Bergbauern Milchvieh in oft kleinen Beständen und in fast 70 % der Fälle in Anbindehaltung, zum Teil mit Weidehaltung im Sommer. Dies hat neben Problemen aufgrund der unzureichend tierartgerechten Haltungsförmung auch eine geringe Arbeitsproduktivität in der Landwirtschaft zur Folge. Der Agrarstrukturhebung im März 2013 zufolge gab es in Deutschland 2013 78.800 Milchviehbetriebe, davon 31 % mit Tierbeständen von 100 und mehr Großvieheinheiten (GVE) (Statistisches Bundesamt, 2014a). Im Bundesdurchschnitt wurden 54 Milchkühe je Betrieb gehalten, wobei die Spanne von durchschnittlich 33 Milchkühen in Bayern bis zu 219 Milchkühen in Brandenburg reichte.

Auch bei der Schaf- und Ziegenhaltung gab es große Strukturunterschiede. Die Agrarstrukturhebung weist für 2013 in Deutschland rund 20.000 Schafhalter mit 1,89 Mio. Schafen aus. Auf 1.700 Schafhalter mit Tierbeständen von 100 und mehr Großvieheinheiten entfallen 28 % des Schafbestands in Deutschland. 45 % aller Schafe stehen dagegen in Betrieben mit weniger als 50 GVE. Die Ziegenhaltung mit insgesamt nur 130.000 Tieren konzentriert sich im Vergleich zur Schafhaltung noch stärker auf kleinere Tierbestände (Pascher, 2014).

3.1.2 Methodik

3.1.2.1 Qualitative Analyse

Da Einkommenskombinationen allein schon sehr vielfältig sind und es nur wenige Erwerbsalternativen gibt, die in über 10 % aller Betriebe mit Einkommenskombinationen vorkommen, lassen sich die Ergebnisse der Bestandsaufnahme im Rahmen der Diversifizierungsstudie nicht ohne Analyse der Grundstrukturen der Betriebe auf die Berglandwirtschaft allgemein übertragen (Weinberger-Miller, 2013a). Die Durchführung einer Bestandsanalyse in einer ausreichend großen Stichprobe von Betrieben in Berggebieten zur Ermittlung der Betroffenheit von den geschilderten Problemen, Einkommensauswirkungen und Anpassungsreaktionen der Bergbetriebe war jedoch aufgrund des äußerst hohen Zeitaufwands für dieses Projekt undurchführbar.

3.1.2.2 Auswahl der Betriebe und Gesprächspartner

Unter dieser Prämisse wurden in zufällig ausgewählten Fallbeispielen Praxisbetriebe mit Einkommenskombinationen analysiert, um auf diese Weise den Beitrag der Diversifizierung für die Bergfamilien und weitere gemeinwohlorientierte Aspekte abzuschätzen. In einer Zusammenarbeit zwischen der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) und einer japanischen Forschungsgruppe von den Universitäten Tokio und Ehima wurden in zwei Abschnitten in den Jahren 2013 und 2014 insgesamt 22 landwirtschaftliche Haushalte, die Einkommenskombinationen in Verbindung mit der landwirtschaftlichen Urproduktion bewirtschaften, zu ihrer Lage interviewt.

Die Auswahl der Betriebe für die gemeinsam durchgeführten Befragungen erfolgte zusammen mit dem Fortbildungszentrum Oberbayern (FBZ Landsberg am Lech) und dem Fachzentrum Diversifizierung am AELF Rosenheim. Die Adressen der Bergbetriebe wurden für das gemeinsame Forschungsprojekt aus der InVeKos-Datenbank herausgefiltert. Diese Untersuchungseinheit aus oberbayerischen Betrieben, ergänzt um zwei Betriebe aus Oberfranken (Abb. 3.1), war Grundlage für eine Strukturanalyse von Betrieben in Bayern mit Einkommenskombinationen. In allen untersuchten Betrieben hatte die Bäuerin eine hauswirtschaftliche Ausbildung bzw. einen verwandten Beruf (Vorgabe des japanischen Forschungsprojekts) und es wurde mindestens eine Einkommenskombination bewirtschaftet (Vorgabe der LfL).

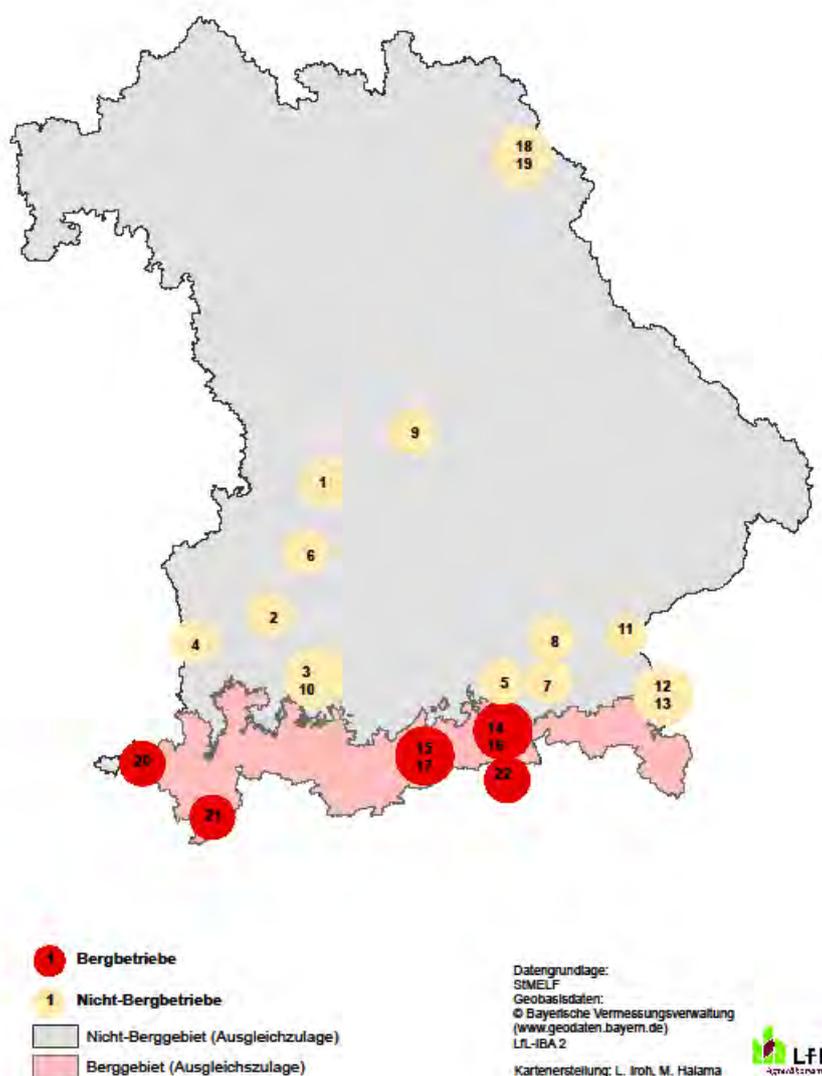


Abb. 3.1: Standort der untersuchten Betriebe

3.1.2.3 Zuordnung und Typisierung der Betriebe

Die Strukturdaten der Haushalte und Betriebe bildeten die Plattform für eine Zuordnung der Betriebe nach ausgewählten Kriterien im Bereich der Urproduktion, Einkommenskombinationen, außerlandwirtschaftlichen Erwerbstätigkeiten und gemeinwohlorientierten Aktivitäten und sollten auf weitere Zusammenhänge der multifunktionalen Bewirtschaftung untersucht werden. Innerhalb der heterogenen Fälle von Betrieben waren so homogene Teilmengen zu identifizieren. Dabei sollten die Fälle so in möglichst ähnliche Gruppen (Berg- bzw. Nicht-Bergbetriebe) aufgeteilt werden, dass die Unterschiede zwischen den Gruppen möglichst groß waren.

Die unterschiedlichen Gruppengrößen von Berg- und Nicht-Bergbetrieben waren im Vorfeld bereits klar, ebenso die unzureichende Differenzierungsmöglichkeit von Ausprägungen der beiden Gruppen angesichts der kleinen Untersuchungseinheit. Dennoch wurde davon ausgegangen, dass die Varianz der Angaben so weit ausreichte, um Tendenzen und Größenordnungen abzubilden, die anschließend mithilfe der Ergebnisse der Bestandsaufnahme zur Diversifizierung in den landwirtschaftlichen Betrieben Bayerns untermauert werden konnten (Weinberger-Miller, 2013a).

Zur Differenzierung der Gruppen erfolgten sechs Arbeitsschritte:

- In einem ersten Schritt wurden die ermittelten betrieblichen Daten einer Typisierung unterzogen, um sie den Strukturen bei der Buchführungsstatistik in der Landwirtschaft zuzuordnen.
- Anschließend wurden aus der Stichprobe die charakteristischen Merkmale von Bergbetrieben sondiert, um diese von Nicht-Bergbetrieben abzugrenzen.
- Nachdem alle Betriebe mindestens eine Einkommenskombination bewirtschaften, wurden für die beiden Betriebsgruppen Berglandwirtschaft und Nicht-Berglandwirtschaft die Einkommenskombinationen nach Art, Intensität und Umfang analysiert.
- Da im Haushalt die Entscheidungen über die Funktionsbereiche in der Innen- und Außenwirtschaft getroffen werden, führte eine Haushaltsanalyse zur Typisierung der Haushalte nach dem Familienzyklus (Familienzusammensetzung nach weiblichen und männlichen Personen unterschiedlichen Alters, Berufsausbildung und Funktionen), der Haushaltsgröße und der Qualifikation der mitarbeitenden Personen.
- Unterschiede zwischen Berglandwirtschafts- und Nicht-Berglandwirtschaftsbetrieben bei einer außerbetrieblichen Erwerbstätigkeit (abhängige Beschäftigungsverhältnisse) von Betriebsleitern, Partnern und ggf. dem Hofnachfolger wurden herausgefiltert.
- Die Übernahme von über die Pflege der Kulturlandschaft hinausgehenden gemeinwohlorientierten Aufgaben als entgeltliche oder auch unentgeltliche Beschäftigungen für verschiedene Nutzergruppen wurde in Berg- und Nicht-Bergbetrieben verglichen.

Verschiedene metrische Variablen wie landwirtschaftliche Nutzfläche, Arbeitskräfte, Tierbestand und Flächennutzung sollten die Landwirtschaft charakterisieren und nominale Variablen die Lage der Betriebe kennzeichnen. Bereits beim Vorsortieren der Betriebe wurde ersichtlich, dass ein einzelner Ackerbaugemischtbetrieb mit sehr großer Fläche das Ergebnis der Typisierung stark beeinflussen würde. Nachdem dies das Erkennen von Ähnlichkeiten bzw. Zusammenhängen mit den übrigen Betrieben erschweren dürfte, wurde dieser Ausreißer bei der Typisierung des Merkmals „Betriebsgröße“ außer Acht gelassen, ohne auf statistische Verfahren zur Bestimmung des Ausreißers zurückzugreifen. Es wurde nämlich deutlich, dass dieser Wert einen Schwellenwert zur Ähnlichkeit deutlich überschritt. Letztlich wurden auf diese Weise möglichst homogene Gruppen von Berg- und Nicht-Bergbetrieben unterschieden.

3.1.3 Ergebnisse

3.1.3.1 Landwirtschaftliche Urproduktion in der Berg- und Nicht-Berglandwirtschaft

In Tab. 3.1 werden die landwirtschaftlich genutzten Flächen (LF) und die Tierbestände der untersuchten Betriebe aufgeführt. In den interviewten Betrieben wurden durchschnittlich 49 ha LF je Betrieb, einschließlich des Ackerbaubetriebs mit 243 ha LF bewirtschaftet. Ohne diesen Betrieb betrug die durchschnittlich bewirtschaftete Fläche je Betrieb 37 ha. Die bewirtschafteten Flächen verteilten sich zu 45 % auf Ackerland und zu 55 % auf Grünland.

Tab. 3.1: Landwirtschaftlich genutzte Flächen (LF) und Tierbestände in den Betrieben

Betrieb Nr.	Landwirtschaftl. Fläche (ha LF)	Ackerfläche (ha LF)	Grünland (ha LF)	Viehbesatzdichte GVE/ha LF	Großvieheinheiten (GVE)
1	90,0	70,0	20,0	1,07	92,66
2	34,0	34,0		1,60	81,20
3	46,2	16,6	29,6	1,90	87,98
4	28,2	15,7	12,5	1,52	43,00
5	36,7	15,7	21,0	1,75	65,60
6	42,0	35,0	7,0	1,74	70,58
7	42,5	7,6	34,9	2,51	108,13
8	36,0	26,0	10,0	1,51	55,50
9	(242,9)*	(242,6)*	0,3	-	-
10	60,0	9,0	51,0	1,17	70,36
11	35,6	26,7	8,9	1,20	42,70
12	19,3	7,8	11,5	1,60	30,77
13	24,3	15,1	8,9	2,43	58,46
14	90,0	-	90,0	0,50	44,40
15	15,0	-	15,0	1,22	14,50
16	39,0	-	39,0	0,50	19,30
17	6,5	-	6,5	0,92	6,00
18	11,5	0,1	11,4	1,06	12,17
19	21,0	15,0	6,0	1,41	29,14
20	11,5	-	11,5	1,00	22,38
21	55,7	-	55,7	0,86	48,15
22	86,1	9,1	77,0	1,03	89,20

* Ausreißer

Zusätzlich zu diesen Flächen wurden von 19 Betrieben noch durchschnittlich 17 ha Forstfläche bewirtschaftet, wobei die Forstfläche von 1 bis 170 ha streute. Die von fünf Betrieben bewirtschafteten Almflächen hatten eine durchschnittliche Fläche von 34 ha je Betrieb, diese streute von 5 ha bis zu 72 ha.

Die Betriebe hatten einen Viehbesatz von 1,31 Großvieheinheiten (GVE) pro Hektar landwirtschaftlicher Nutzfläche, wobei diese zwischen 0,50 GVE/ha in einem ziegenhaltenden Betrieb mit 44 GVE und 2,51 GVE/ha in einem spezialisierten Milchviehbetrieb mit 108 GVE streute (Tab. 3.1). Die Streuungen ergeben sich vorwiegend aus der Art und dem Umfang der Tierhaltung (Milchvieh, Ziegen, Geflügel, Pferdehaltung). Aber auch der Umfang der landwirtschaftlich nutzbaren Flächen und zudem der Standort sind Faktoren, die darauf Einfluss nehmen können.

3.1.3.2 Typisierung der landwirtschaftlichen Betriebe in der Berg- und Nicht-Berglandwirtschaft

Aus der Untersuchungseinheit wurden im zweiten Schritt anhand der Höhenlage und der Steigung von Flächen die Bergbetriebe definiert. In den Gruppen wurden den Betrieben die betriebswirtschaftliche Ausrichtung und der Standortoutput zugeordnet.

Von den 22 untersuchten Betrieben ließen sich sieben Bergbetriebe von 15 Nicht-Bergbetrieben abgrenzen. Die betriebswirtschaftliche Ausrichtung (BWA) in Tab. 3.2 beschreibt die Produktionsstruktur der Betriebe, d. h. deren Produktionsschwerpunkte. Diese ergibt sich aus der Relation des Standardoutputs der einzelnen Produktionszweige in Bezug auf den gesamten Standardoutput. Der Standardoutput wird beschrieben als der durchschnittliche Geldwert in Euro der landwirtschaftlichen Erzeugung zu Ab-Hof-Preisen. Waldgrundstücke werden in der BWA-Berechnung nicht berücksichtigt, aber in der Einkommenskombination wird 1 ha Forstfläche mit 250 Euro bewertet.

Tab. 3.2: Typisierung von Nicht-Berg- und Bergbetrieben

Betrieb Nr.	EU-BWA	Betriebswirtschaftliche Ausrichtung (BWA)	Zahl der Milchkühe	Standardoutput in 1.000 €
Nicht-Bergbetriebe				
1	450	spezialisierter Milchviehbetrieb	143	187,27
2	450	spezialisierter Milchviehbetrieb	47	158,50
3	450	spezialisierter Milchviehbetrieb	54	181,45
4	450	spezialisierter Milchviehbetrieb	31	87,50
5	450	spezialisierter Milchviehbetrieb	55	13734
6	460	spezialisierte Rinderaufzucht und -mast	-	13170
7	450	spezialisierter Milchviehbetrieb	70	187,63
8	450	spezialisierter Milchviehbetrieb	30	157,99
9	166	Ackerbaugemischtbetrieb	-	851,65
10	450	spezialisierter Milchviehbetrieb	64	143,41
11	450	spezialisierter Milchviehbetrieb	25	91,96
12	450	spezialisierter Milchviehbetrieb	23	58,03
13	450	spezialisierter Milchviehbetrieb	80	195,43
18	470	Rindviehbetrieb, Milchvieh, Aufzucht, Mast komb.	4	16,39
19	450	spezialisierter Milchviehbetrieb	24	51,57
Bergbetriebe				
14	4700	Rindviehbetrieb, Milch, Aufzucht, Mast	12	70,18
15	4840	Betrieb mit verschiedenem Weidevieh	2	20,31
16	450	spezialisierter Milchviehbetrieb	19	28,99
17	4850	spezialisierte Pferdezucht	-	14,97
20	450	spezialisierter Milchviehbetrieb	10	25,58
21	450	spezialisierter Milchviehbetrieb	28	76,59
22	450	spezialisierter Milchviehbetrieb	45	135,53

Die interviewten Betriebe gliedern sich in fünf betriebswirtschaftliche Ausrichtungen: 73 % hatten den Produktionsschwerpunkt Milchvieh bei einem Bestand von durchschnittlich 40 Tieren je Betrieb. Getrennt nach Standort befanden sich unter den Bergbetrieben 57 % Milchviehbetriebe, unter den Nicht-Bergbetrieben sogar 80 %. Die Herden der Nicht-Bergbetriebe (zwölf Milchviehbetriebe) umfassten durchschnittlich 54 Milchkühe je Betrieb und die der fünf Bergbetriebe durchschnittlich 23 Milchkühe. Verschiedentlich tauchten Mastrinder auf, gelegentlich eine kleine Geflügelhaltung und in drei Betrieben einige Pferde. Vier Betriebe hielten zusätzlich zum Milchvieh Ziegen und einer Hirsche.

Der durchschnittliche Standardoutput der Nicht-Bergbetriebe lag bei 175.850 Euro und nach Ausgrenzung des großen Ackerbaugemischtbetriebs mit einem Standardoutput von 851.650 Euro bei 127.440 Euro. Die Milchviehbetriebe erzielten durchschnittlich 132.000 Euro. Die Rindviehbetriebe mit Milcherzeugung, Aufzucht und Mast lagen erheblich unter dem Durchschnitt.

Die im Vergleich zu den Nicht-Bergbetrieben deutlich kleiner strukturierten Bergbetriebe unterschieden sich bezüglich ihres Standardoutputs wesentlich. Die Bergbetriebe erzielten mit im Mittel 53.150 Euro einen um mehr als die Hälfte geringeren Standardoutput als Nicht-Bergbetriebe; bei den Milchviehbetrieben lag er mit 66.670 Euro etwas über dem Durchschnitt aller Bergbetriebe. Die Betriebe mit Weidevieh bzw. spezialisierter Pferdezucht lagen weit unter dem Durchschnitt, der Betrieb mit kombinierter Rindviehhaltung etwas darüber.

3.1.3.3 Einkommenskombinationen

Aus den aktuellen Informationen des Forschungsvorhabens „Diversifizierung in der Landwirtschaft“ (Weinberger-Miller, 2013a) ließ sich ableiten, welche Bedeutung eine Diversifizierung in der Landwirtschaft für die Betriebe, den ländlichen Raum und allgemein wirt-

schaftlich und gesellschaftlich hat. Diese Informationen konnten eine Bewertung der Bedeutung von Einkommenskombinationen in Betrieben der Berglandwirtschaft unterstützen.

3.1.3.3.1 Art der Einkommenskombinationen

Der Bestandsaufnahme zufolge kommen nur wenige Einkommenskombinationen in mehr als 10 % aller Betriebe Bayerns mit Einkommenskombinationen vor (Weinberger-Miller, 2013a), sodass eine Repräsentativität der Daten grundsätzlich infrage gestellt ist. Verallgemeinernde Aussagen waren trotz unterstützender Informationen aus der Diversifizierungsstudie deshalb in dieser Studie nur in unzureichendem Maße möglich. Letztlich wurden für die Beantwortung der Frage nach der Bedeutung der Einkommenssicherung in Bergbetrieben durch Diversifizierung nicht einzelne Einkommenskombinationen fokussiert, sondern die Segmente der Einkommenskombinationen im Gesamtportfolio betrachtet.

Bei der Bündelung von Einkommenskombinationen in Gruppen nach ihrer Verwandtschaft verbesserte sich zwar die Repräsentativität der Aussage, einzelne charakteristische Merkmale wie der durchschnittliche Arbeitszeitaufwand für die Bewirtschaftung, die Einstufung als Nebenbetrieb der Landwirtschaft oder als Gewerbebetrieb relativierten sich jedoch. In Tab. 3.3 sind die ermittelten Einkommenskombinationen der Betriebe nach Segmenten aufgeführt.

Tab. 3.3: Einkommenskombinationen und deren Häufigkeit in den untersuchten Nicht-Berg- und Bergbetrieben

Art der Einkommenskombination	Nicht-Bergbetriebe (Anzahl)	Bergbetriebe (Anzahl)
Direktvermarktung	15	7
Urlaub auf dem Bauernhof	3	2
Gastronomie	2	1
Pensionspferdehaltung	0	1
Hauswirtschaftliche Dienstleistungen	14	6
Biogas	1	0
Forstwirtschaft	4	1
Lohnunternehmen	9	2

Nach der Art der Einkommenskombinationen gegliedert, bewirtschafteten alle untersuchten Nicht-Bergbetriebe, aber auch alle Bergbetriebe eine Direktvermarktung. Hauswirtschaftliche Dienstleistungen aller Art boten 93 % der Nicht-Bergbetriebe an und 86 % der Bergbetriebe. 60 % der Nicht-Bergbetriebe fungierten als Lohnunternehmen; bei den Bergbetrieben waren es nur 29 %. Bei den Nicht-Bergbetrieben war die Forstwirtschaft mit 27 % der Betriebe im Vergleich zu 14 % der Bergbetriebe gut vertreten. Dass bei den zufällig ausgewählten Untersuchungsbetrieben die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof nur zu 20 % in Nicht-Bergbetrieben und zu 29 % in Bergbetrieben (Platz fünf) vorkam, mag an den im Tourismus sehr stark ausgeprägten regionalen Disparitäten liegen (siehe Abschnitt 2.2).

Die Einschätzung der Einkommenssituation und damit auch des Erwerbscharakters der Bergbauernbetriebe gestaltete sich schwierig, weil Aufwand und Ertrag der verschiedensten Kombinationen an Erwerbsalternativen mithilfe einzelner betrieblicher Aufwandsdaten (ohne Buchführung) schwer zu quantifizieren waren. Grundsätzlich dürften außerbetriebliche Erwerbstätigkeiten einzelner Haushaltspersonen in abhängiger oder unabhängiger Beschäftigung das Gesamteinkommen mit sicheren Einkommensbeiträgen verbessern. Ergänzende Erwerbsmöglichkeiten in Verbindung mit der Landwirtschaft wie die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof könnten dennoch fallweise das Haupteinkommen liefern.

3.1.3.3.2 Verteilung der Einkommenskombinationen nach der Betriebsform

Die Behauptung, wonach Haupterwerbsbetriebe eher als Nebenerwerbsbetriebe diversifizieren, bestätigte die Diversifizierungsstudie (signifikanter Unterschied bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von unter 5 %). Denn von den Haupterwerbsbetrieben bewirtschafteten in ganz Bayern 70,5 % eine Einkommenskombination, von den Nebenerwerbsbetrieben waren es nur 53,0 % (Weinberger-Miller, 2013a).

Von den 22 untersuchten Betrieben wurden 17 (77 %) im Haupterwerb und fünf (22 %) im Nebenerwerb bewirtschaftet. Haupterwerbsbetriebe bewirtschafteten mit durchschnittlich 2,4 Einkommenskombinationen geringfügig mehr davon als Nebenerwerbsbetriebe (2,2 Einkommenskombinationen). In Tab. 3.4 ist die Zahl der Einkommenskombinationen nach der Betriebsform aufgeführt.

Tab. 3.4: Anzahl der Einkommenskombinationen (EKK) und Betriebsformen der Nicht-Berg- und Bergbetrieben

Nicht-Bergbetriebe			Bergbetriebe		
Nr.	Zahl der EKK	Betriebsform	Nr.	Zahl der EKK	Betriebsform
1	3	Nebenerwerb	14	2	Nebenerwerb
2	2	Haupterwerb	15	1	Haupterwerb
3	3	Haupterwerb	16	1	Haupterwerb
4	2	Haupterwerb	17	1	Nebenerwerb
5	2	Haupterwerb	20	2	Haupterwerb
6	3	Haupterwerb	21	1	Haupterwerb
7	3	Haupterwerb	22	3	Nebenerwerb
8	2	Haupterwerb			
9	1	Haupterwerb			
10	3	Haupterwerb			
11	3	Haupterwerb			
12	2	Haupterwerb			
13	3	Haupterwerb			
18	4	Nebenerwerb			
19	2	Haupterwerb			

Von den 15 Nicht-Bergbetrieben waren 87 % Haupterwerbsbetriebe und nur 13 % Nebenerwerbsbetriebe. Eine Aussage zu den Diversifizierungstendenzen von Haupterwerbs- im Vergleich zu Nebenerwerbsbetrieben war nicht möglich. Die 13 Haupterwerbsbetriebe bewirtschafteten durchschnittlich 2,4 Einkommenskombinationen und bei den zwei Nebenerwerbsbetrieben waren es 3,5 Einkommenskombinationen.

Im Einzelnen war festzustellen, dass in einem Nicht-Bergbetrieb im Nebenerwerb mit Rindviehhaltung, kombinierter Milcherzeugung und Aufzucht bei 11 ha landwirtschaftlicher Nutzfläche vier Einkommenskombinationen bewirtschaftet wurden. Die sieben Betriebe mit gleichzeitig drei Einkommenskombinationen waren mit einer Ausnahme Haupterwerbsbetriebe. Unter diesen befanden sich fünf Milchviehbetriebe und ein Ackerbaubetrieb und einmal handelt es sich um eine spezialisierte Rinderaufzucht. Eine Einkommenskombination gab es im großen Ackerbaugemischtbetrieb mit 243 ha landwirtschaftlicher Nutzfläche und die restlichen sechs Betriebe bewirtschafteten jeweils zwei Einkommenskombinationen gleichzeitig.

In Bergbetrieben wurden von sieben Betrieben vier als Haupterwerbsbetriebe (57 %) geführt. Diese bewirtschafteten im Durchschnitt 2,5 Einkommenskombinationen. Bei den drei Nebenerwerbsbetrieben (43 %) waren es im Durchschnitt 1,3 Einkommenskombinationen. Im Einzelnen tauchte im spezialisierten Pferdezuchtbetrieb mit 7 ha landwirtschaftlicher Nutzfläche

eine Einkommenskombination auf. Einmal in einem Haupterwerbsbetrieb gab es drei und in einem weiteren Haupterwerbsbetrieb zwei Einkommenskombinationen. Weitere zwei Einkommenskombinationen kamen in einem Nebenerwerbsbetrieb vor.

3.1.3.3.3 Verteilung der Einkommenskombinationen nach Betriebsgröße

Dass Wachsen oder Weichen die Devise für kleinere Betriebe ist, ließ sich der Diversifizierungsstudie nach für Haupterwerbsbetriebe absolut nicht bestätigen, denn der Anteil der diversifizierenden Betriebe stieg mit der Betriebsgröße an. So war insgesamt die Diversifizierungstendenz in kleineren Betrieben geringer als in größeren. Mit einem Signifikanzniveau von unter 5 % traf dies für alle Betriebe der Diversifizierungsstudie zu (Weinberger-Miller, 2013a).

Tab. 3.5 und Abb. 3.2 stellen die Anzahl der Einkommenskombination der hier untersuchten Betriebe in Beziehung zur Betriebsgröße. Bei den Nicht-Bergbetrieben bewirtschafteten solche mit drei Einkommenskombinationen im Durchschnitt 48 ha landwirtschaftliche Nutzfläche, wobei der Ausreißerbetrieb mit 243 ha ausgeschlossen wurde. Betriebe mit zwei Einkommenskombinationen verfügten dagegen über durchschnittlich 28 ha landwirtschaftliche Nutzfläche.

Tab. 3.5: Einkommenskombinationen (EKK) in Berg- und Nicht-Berggebieten nach der Betriebsgröße

Nr.	Betriebsgröße (ha)	Zahl d. EKK	Betriebswirtschaftliche Ausrichtung	Betriebsform
Nicht-Bergbetriebe				
18	11	4	Rindviehbetrieb, Milch, Aufzucht, Mast	Nebenerwerb
1	86	3	spezialisierte Milchviehbetrieb	Haupterwerb
10	60	3	spezialisierte Milchviehbetrieb	Haupterwerb
3	46	3	spezialisierte Milchviehbetrieb	Haupterwerb
7	43	3	spezialisierte Milchviehbetrieb	Haupterwerb
6	41	3	spezialisierte Milchviehbetrieb	Haupterwerb
11	36	3	spezialisierte Milchviehbetrieb	Haupterwerb
13	24	3	spezialisierte Milchviehbetrieb	Haupterwerb
2	51	2	spezialisierte Milchviehbetrieb	Haupterwerb
8	37	2	spezialisierte Milchviehbetrieb	Haupterwerb
5	37	2	spezialisierte Milchviehbetrieb	Haupterwerb
4	28	2	spezialisierte Milchviehbetrieb	Haupterwerb
19	21	2	spezialisierte Milchviehbetrieb	Haupterwerb
12	19	2	spezialisierte Milchviehbetrieb	Haupterwerb
9	243	1	Ackerbaugemischtbetrieb	Haupterwerb
Bergbetriebe				
17	7	4	spezialisierte Pferdezucht	Haupterwerb
22	86	3	spezialisierte Milchviehbetrieb	Haupterwerb
14	89	2	Rindviehbetrieb, Milch, Aufzucht, Mast	Haupterwerb
20	11	2	spezialisierte Milchviehbetrieb	Nebenerwerb
21	56	1	spezialisierte Milchviehbetrieb	Haupterwerb
15	12	1	verschiedenes Weidevieh	Nebenerwerb
16	39	1	spezialisierte Milchviehbetrieb	Nebenerwerb

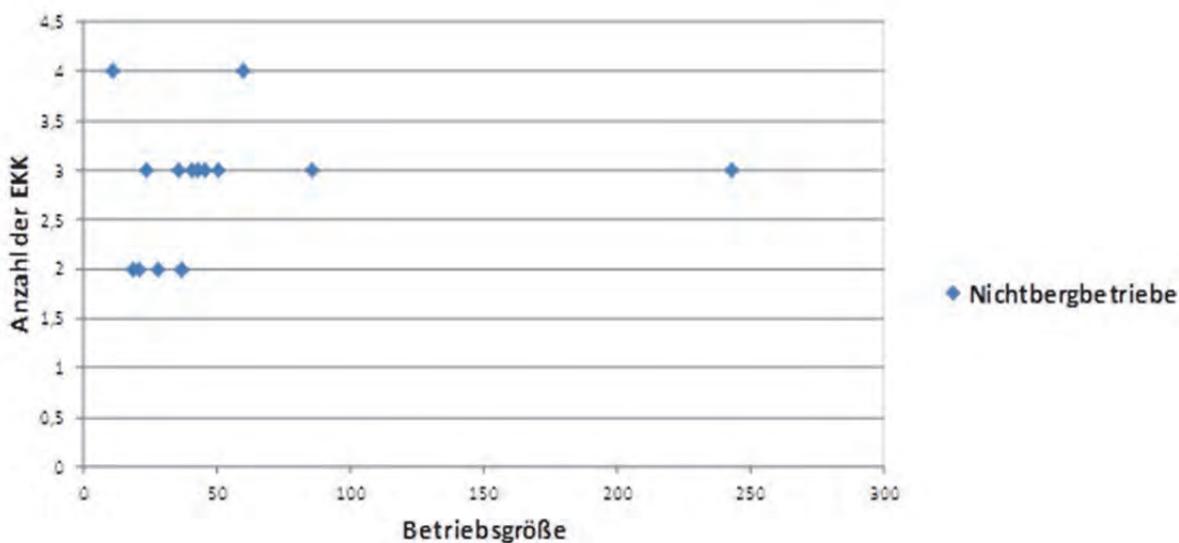


Abb. 3.2: Zusammenhang zwischen der Anzahl der Einkommenskombinationen (EKK) und der Betriebsgröße in Nicht-Bergbetrieben

Ein Bergbetrieb mit 86 ha landwirtschaftlicher Nutzfläche bewirtschaftete drei Einkommenskombinationen (Abb. 3.3). Zwei Einkommenskombination gab es in drei Bergbetrieben mit durchschnittlich 52 ha, wobei sich die Betriebsgrößen mit 89 ha bzw. 56 ha in zwei Haupterwerbsbetrieben und 11 ha in einem Nebenerwerbsbetrieb mit Rinderhaltung, kombiniert mit Milcherzeugung und Aufzucht, weit spreizten.

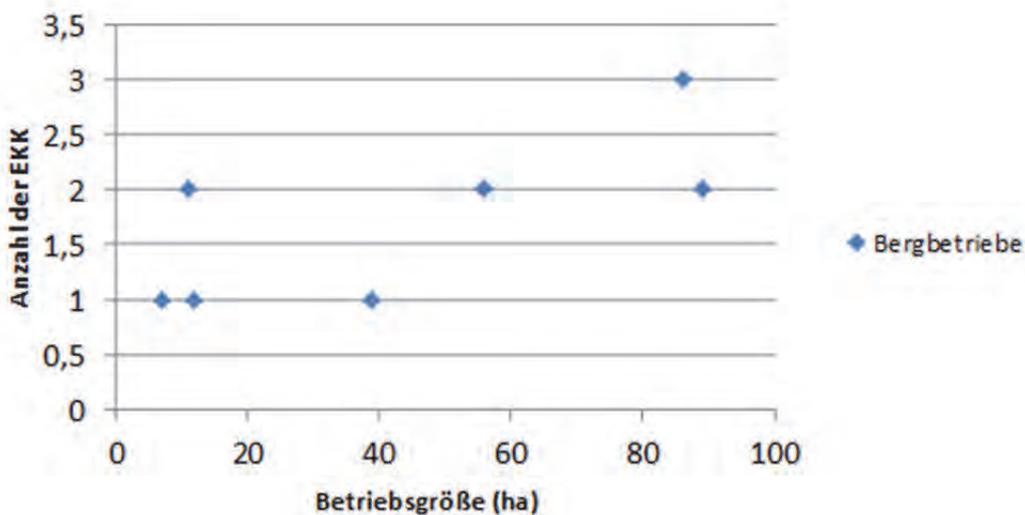


Abb. 3.3: Zusammenhang zwischen der Anzahl der Einkommenskombinationen (EKK) und der Betriebsgröße in Bergbetrieben

Eine Einkommenskombination gab es ebenfalls in drei Bergbetrieben: einem Nebenerwerbsbetrieb mit Weidevieh (12 ha landwirtschaftliche Nutzfläche), einem weiteren Nebenerwerbsbetrieb mit Milchvieh (39 ha) und einem Haupterwerbsbetrieb mit spezialisierter Pferdezucht (7 ha). Der Durchschnitt lag hier bei 19 ha landwirtschaftlicher Nutzfläche.

3.1.3.4 Produktionsschwerpunkte in der Landwirtschaft

In landwirtschaftlichen Betrieben kann mehr als ein landwirtschaftlicher Produktionsschwerpunkt bewirtschaftet werden. Einkommenskombinationen lassen sich diesen unterschiedlich gut zuordnen. Eine Zuordnung von Einkommenskombinationen zu Produktionsschwerpunkten der Landwirtschaft wird dabei als informativer angesehen als die Zuordnung von Einkommenskombinationen zu Betrieben. Denn bei dieser Vorgehensweise stehen Art und Häufigkeit von Kombinationen im Vordergrund, ohne eine vergleichende qualitative Bewertung der verschiedenen Kombinationen mit landwirtschaftlichen Produktionsschwerpunkten durchzuführen. Es wird lediglich die Art und Häufigkeit der praktizierten Kombination(en) ermittelt.

In der Diversifizierungsstudie von Weinberger-Miller (2013a) zeigte sich, dass es grundsätzlich Kombinationen gibt, die häufig auftreten, z. B. Hofläden in Betrieben mit dem Produktionsschwerpunkt Schweinemast. Bei dieser qualitativ ausgerichteten Untersuchung wurde wegen der geringen Aussagekraft durch die kleine Gruppe der Bergbetriebe keine Zuordnung von Einkommenskombinationen zu Produktionsschwerpunkten vorgenommen.

3.1.3.5 Qualifikation des Betriebsleiterpaars

Die Qualifikation der Betriebsleiter und ihrer Partnerinnen spielt für die Bewirtschaftung von Einkommenskombinationen eine wichtige Rolle, weil der betriebliche Erfolg hohe Fach-, Sozial- und Führungskompetenzen erfordert. Von den befragten Betriebsleiterpaaren wurden verschiedene Berufe genannt, sowohl solche in landwirtschaftlichen und landwirtschaftsnahen als auch solche in hauswirtschaftlichen und hauswirtschaftsnahen Berufen. Doch gerade bei den Partnerinnen waren landwirtschafts- bzw. hauswirtschaftsfremde Berufe wie Krankenschwester, Physiotherapeut, Bank-, Bürokauffrau, Hotelfachfrau usw. relativ stark vertreten.

In den Nicht-Bergbetrieben haben die Betriebsleiter in zwölf Fällen (80 %) eine Qualifikation in der Landwirtschaft. In einem Fall handelt es sich um einen Agraringenieur. Siebenmal ist der Betriebsleiter gelernter Landwirt und in vier Fällen hat er sich zum Landwirtschaftsmeister qualifiziert. Bei den Partnerinnen kommt in 10 von 15 Fällen eine hauswirtschaftliche bzw. landwirtschaftliche Qualifikation vor. In Kombination mit der Qualifikation des Betriebsleiters gibt es bei den Nicht-Bergbetrieben achtmal die Kombination Landwirtschaft/Hauswirtschaft bzw. Landwirtschaft/Landwirtschaft, davon dreimal die Meisterausbildung sowohl in der Landwirtschaft als auch in der Hauswirtschaft. Einmal ist ein Agraringenieur Partner einer Hauswirtschaftsmeisterin, dreimal eine Hauswirtschaftsmeisterin Partnerin eines Landwirts und einmal ein Landwirt Partner einer Landwirtin.

Bei den Bergbetrieben haben fünf Partnerinnen der Betriebsleiter eine hauswirtschaftliche Ausbildung (zwei nicht) und nur in zwei Fällen ist bei einem Betriebsleiterpaar eine landwirtschaftliche mit einer hauswirtschaftlichen Qualifikation gekoppelt. Es ist davon auszugehen, dass nur dann, wenn der Betrieb Perspektiven hat, eine Ausbildung zum Meister bzw. zur Meisterin erfolgt.

Im Zusammenhang mit der Bewirtschaftung landwirtschaftlicher Betriebe mit Einkommenskombinationen ist aus der Diversifizierungsstudie bekannt, dass Ausbildungsbetriebe im Vergleich zu Nicht-Ausbildungsbetrieben, d. h. Betriebsleiterinnen mit Meisterausbildung, signifikant stärker diversifizieren. Bei Letzteren handelt es sich in der Regel um Haupterwerbsbetriebe, die verstärkt Einkommenskombinationen bewirtschaften (Weinberger-Miller, 2013a).

Wenn Bäuerinnen mit spezifischen hauswirtschaftlichen Qualifikationen fallweise selbst entgeltliche Dienstleistungen im haushaltsnahen Bereich ausführen, weitgehend eigenständig

schon länger existierende hofnahe Nebenbetriebe bewirtschaften oder einen Erwerbszweig neu einrichten, festigt dies ihre Bindung an den landwirtschaftlichen Betrieb und an den Wohnort. Zudem erschließen sie sich damit neue Kontakte und ihr Selbstbewusstsein wird gestärkt, weil sie einen für die Familie wichtigen Teil des Einkommens und damit oftmals den Erhalt des Gesamtbetriebs sichern. In peripheren Gebieten halten sie die Einkommenskombinationen für besonders wichtig (Weinberger-Miller, 2010b).

3.1.3.6 Außerbetriebliche Erwerbstätigkeiten

Eine außerbetriebliche Tätigkeit des Landwirts oder der Bäuerin hat in Nebenerwerbsbetrieben meist wegen des regelmäßigen Einkommensbeitrags eine große Bedeutung. Nach der Untersuchung „Bäuerlicher Familienbetrieb, Situation und Perspektiven“ (Weinberger-Miller, 2010b) handelt es sich bei den außerbetrieblich berufstätigen Frauen meist um Bäuerinnen, die in landwirtschaftliche Betriebe eingehiratet haben. Sie haben vielfach einen Beruf im landwirtschafts- bzw. haushaltsfremden Bereich erlernt und sind zum Zeitpunkt der repräsentativen Befragung im Jahr 2009 auch nach der Einheirat einer Erwerbstätigkeit in abhängiger oder selbständiger Tätigkeit nachgegangen (42 % der Bäuerinnen).

Den Aussagen der betroffenen Bäuerinnen zufolge setzen die Aufgaben im landwirtschaftlichen Betrieb ihrer Erwerbstätigkeit außerhalb von Haushalt und Betrieb nur bedingt Grenzen. Bei einer verständnisvollen Partnerschaft, die eine flexible Organisation auf der Grundlage einer durchdachten Technisierung oder Vergabe von Teilfunktionen erlaubt, lässt sich beim überwiegenden Teil der befragten Frauen die Erwerbstätigkeit gut bewältigen. Allerdings fällt es bei Engpasssituationen nicht leicht, eine geeignete Vertretung für die Haushaltsführung zu finden (Weinberger-Miller, 2010b).

Von den 22 befragten Betriebsleitern waren 32 % außerbetrieblich erwerbstätig (Tab. 3.6). Davon waren 45 % in Vollzeit und 55 % in Teilzeit tätig. Von den 18 Partnerinnen der Betriebsleiter waren mehr als die Hälfte (61 %) außerbetrieblich erwerbstätig, und zwar 18 % in Vollzeit und 82 % in Teilzeit. Teilzeitbeschäftigungen sind häufiger bei den Partnerinnen der Betriebsleiter als bei den Betriebsleitern zu finden. Bei der Vollzeitbeschäftigung dominieren die Betriebsleiter.

Tab. 3.6: *Außerbetriebliche Erwerbstätigkeit von Bäuerinnen und Landwirten, gegliedert in Voll- und Teilzeitbeschäftigte*

Personen	Anzahl	Außerbetrieblich Tätige		Außerbetrieblich Vollzeit		Außerbetrieblich Teilzeit	
		Anzahl	Anteil (%)	Anzahl	Anteil (%)	Anzahl	Anteil (%)
Betriebsleiter	22	7	32	3	45	4	55
Partnerinnen	18	11	61	2	18	9	82

In der vorliegenden Untersuchung übten Bäuerinnen und Landwirte die in Tab. 3.7 aufgeführten außerbetrieblichen Tätigkeiten in einem Erwerbsberuf bzw. in Form eines Ehrenamts aus. Unabhängig vom Standort der Betriebe waren sowohl Bäuerinnen als auch Landwirte zusätzlich zur Landwirtschaft und zur Bewirtschaftung von Einkommenskombinationen außerbetrieblich erwerbstätig. Allerdings waren in Nicht-Bergbetrieben eher die Bäuerinnen außerbetrieblich erwerbstätig, während in den meisten Bergbetrieben der Betriebsleiter einer solchen Erwerbstätigkeit nachging.

Tab. 3.7: Außerbetriebliche Tätigkeiten von Bäuerinnen und Landwirten in einem Erwerbsberuf

Betrieb Nr.	Standort des Betriebs	Tätigkeit	Organisation	Umfang und Verdienst
Bäuerinnen				
1	Nicht-Bergbetrieb	Ausbildung Auslandspraktikanten	Praktikanten	Vollzeit
3	Nicht-Bergbetrieb	Kurse als Kräuterpädagogin	Privatkunden	Einzelstunden
4	Nicht-Bergbetrieb	Referentin Ernährung und Hauswirtschaft, Garten- und Kräuterbäuerin	BBV*, Verbraucherservice	Einzelstunden, 30 €/h
5	Nicht-Bergbetrieb	Blumenschmuck, Kunsth Handwerk, Klosterarbeit, Friseurkurse	Kirche, Privatkunden	nach Anlass, 1,5 h/Woche, 10 bzw. 20 €/h
6	Nicht-Bergbetrieb	Verkostungen	Privatkunden	nach Anlass, 19 €/h
8	Nicht-Bergbetrieb	Referentin (Ernährungsfachfrau), Koch-, Nachhilfelehrerin	Verbraucherservice, AELF**, Diakonie	nach Anlass
10	Nicht-Bergbetrieb	Beratung und Coaching	Privatkunden	nach Anlass
11	Nicht-Bergbetrieb	Ausbildung Praktikanten, Prüfungsausschuss Meisterinnen	Praktikanten	Vollzeit
14	Bergbetrieb	Betrieb von Skilift	Privatkunden	saisonal
16	Bergbetrieb	Dorfhelferin	Betriebe im Umfeld	Teilzeit
18	Nicht-Bergbetrieb	Bikes-Verleih	Urlauber	nach Anlass
Landwirte				
2	Nicht-Bergbetrieb	Mechatroniker	Bergbahnbetrieb	Teilzeit, 20 h/Woche, 12,50 €/h
5	Nicht-Bergbetrieb	Musikveranstaltungen	Privatkunden	nach Anlass 20 h/Woche
14	Bergbetrieb	Betriebsshelfer	Betriebe im Umfeld	nach Anlass
16	Bergbetrieb	Betriebsshelfer	Betriebe im Umfeld	nach Anlass
17	Bergbetrieb	Kundendienst Landmaschinen, Landschaftspflege	Landwirte, Gemeinde	Vollzeit
18	Nicht-Bergbetrieb	Tierarztpraxis	Landwirte, Privatkunden	nach Anlass
20	Bergbetrieb	Kundendienst Landmaschinen, Landschaftspflege	Landwirte, Gemeinde	nach Anlass Vollzeit

* Bayerischer Bauernverband; ** Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten

Teilweise handelte es sich bei den außerbetrieblichen Tätigkeiten um einen Beitrag von wenigen Arbeitsstunden, aber es konnte auch eine Teilzeitbeschäftigung sein. Verständlicherweise sind Meisterinnen stärker in der Ausbildung tätig. Sie bildeten vorwiegend Praktikanten aus (u. a. aus dem Ausland), gaben aber auch Auszubildenden in der Hauswirtschaft Nachhilfeunterricht (am Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, in der Diakonie).

3.1.3.7 Haushalte und Versorgung

Nach Weinberger-Miller (2013b) sind in landwirtschaftlichen Haushalten in Bayern durchschnittlich 4,7 Personen zu versorgen. In den hier untersuchten Haushalten lebten im Durchschnitt 4,5 Personen, einschließlich Kindern und Altenteilern. Die erwachsenen Haushaltsmitglieder leisten jeweils einen Beitrag zum Erwerbseinkommen und/oder bei der Versorgung der Haushaltsmitglieder (unentgeltlich), beanspruchen dafür jedoch Versorgungsleistungen. In den meisten untersuchten Betrieben mit mehr als 50 ha landwirtschaftlicher Nutzfläche waren mehr als die Hälfte der Arbeitskräfte Familienmitglieder.

Bei den Betriebsleitern handelte es sich stets um die Betriebsinhaber. In den 22 untersuchten Betrieben waren vier davon weiblichen Geschlechts mit durchschnittlich 41 Jahren. Die männlichen Betriebsleiter waren mit 82 % (18 Personen) deutlich in der Überzahl. Deren Durchschnittsalter lag bei 49 Jahren.

Haushalte durchlaufen einen Familienzyklus, ausgehend von der Gründung eines Haushalts über die Progressionsphase (Geburt von Kindern) hinweg zur Stabilisierungsphase mit Schulkindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die dann meist aus dem Haushalt ausscheiden. Die Betriebsleiter werden zu Altenteilern, wenn die Betriebsleitung von der Nachfolgeneration übernommen wird. In Tab. 3.8 sind die untersuchten Haushalte von Nicht-Berg- und Bergbetrieben einem Haushaltstyp zugeordnet.

Tab. 3.8: Zuordnung der Haushalte von Nicht-Berg- und Bergbetrieben zu Haushaltstypen

Haushaltstyp	Nicht-Bergbetrieb	Bergbetrieb
Mit Kindern unter 6 Jahre	0	1
Mit Kindern von 6 bis 18 Jahren	0	0
Mit Kindern von 0 bis 18 Jahren	0	0
Mit Erwachsenen	8	4
Mit Altenteilern	7	2
Ohne Altenteiler	0	0
Mit Pflegebedürftigen	0	0
Ohne Pflegebedürftige	alle	alle

Bei den 15 Nicht-Bergbetrieben gab es keine Haushalte mit nicht erwachsenen Kindern, in den Bergbetrieben gab es einen Betrieb diesen Haushaltstyps. Der größte Anteil rekrutierte sich aus Haushalten mit Erwachsenen. Bei den Nicht-Bergbetrieben waren es 53 %, bei den Bergbetrieben 57 %. Haushalte mit Altenteilern nahmen bei den Nicht-Bergbetrieben einen Anteil von 47 % und bei den Bergbetrieben von nur 29 % ein.

Aufzeichnungen von Meisteranwärterinnen in landwirtschaftlichen Haushalten Bayerns zufolge wurde in den Jahren 2009/10 in 59 % der Haushalte ein Altenteiler mit versorgt; beim Rest der Haushalte befand sich kein Altenteiler im Haushalt (Weinberger-Miller et al., 2012). In 62,5 % der Haushalte waren Kinder zu versorgen. Der kleinere Anteil der Haushalte bestand nur aus erwachsenen Haushaltsmitgliedern. Die Verteilung der Haushaltstypen in den hier untersuchten Betrieben wich stark von diesen Ergebnissen ab.

Je nach Familienzusammensetzung variiert auch die Haushaltsgröße. Gemäß der Studie lebten in den Jahren 2009/10 in 48 % der Haushalte bis zu vier Personen. 36 % waren Fünf- bis Sechspersonenhaushalte und in den verbleibenden Haushalten wurden mehr als sechs Personen versorgt (Weinberger-Miller et al., 2012).

In Tab. 3.9 sind die Haushalte der hier untersuchten Betriebe nach ihrer Größe aufgeführt. Bezüglich der Haushaltsgröße differierten Nicht-Berg- und Bergbetriebe deutlich. In 40 % der Haushalte von Nicht-Bergbetrieben lebten bis zu vier Personen, in genauso vielen Haushalten fünf bis sechs Personen und beim Rest der Haushalte (20 %) waren es mehr als sechs Personen. In den Haushalten der Bergbetriebe lebten in 72 % der Fälle fünf bis sechs Personen und in jeweils 14 % der Haushalte bis zu vier Personen bzw. mehr als sechs Personen.

Tab. 3.9: Zuordnung der Haushalte von Nicht-Berg- und Bergbetrieben nach der Haushaltsgröße

Haushaltsgröße (Anzahl der Personen)	Nicht-Bergbetriebe (Anzahl)	Bergbetriebe (Anzahl)
2	0	1
3	2	0
4	4	0
5	3	5
6	3	0
7	3	0
8	0	1

Wird unterstellt, dass eine Einkommenskombination eher zu finden ist, wenn mehr Personen im Haushalt leben, dann trifft diese These der Diversifizierungsstudie von Weinberger-Miller (2013a) zufolge mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von unter 5 % zu. Sowohl in Nebenerwerbsbetrieben als auch in Haupterwerbsbetrieben konnte die Behauptung bestätigt werden. Die Aussagekraft ist allerdings bei den Haupterwerbsbetrieben höher als bei den Nebenerwerbsbetrieben. Aufgrund der kleinen Grundgesamtheit der befragten Berg- und Nicht-Bergbetriebe konnte hier keine Aussage getroffen werden.

Der Diversifizierungsstudie nach wird in den Betrieben mit Einkommenskombinationen, in denen in den nächsten zehn Jahren ein Generationswechsel ansteht, die Hofaufgabe weniger diskutiert als in Betrieben ohne Einkommenskombinationen. Dabei hat sich gezeigt, dass die Bereitschaft, eine Einkommenskombination aufzunehmen, bei jungen Betriebsleitern hoch ist und mit zunehmendem Alter abnimmt (Weinberger-Miller, 2013a). Demnach dürften größere Haushalte der Berglandwirtschaft gute Perspektiven für eine Hofnachfolge haben.

3.1.3.8 Leistungen für das Gemeinwohl

Im Rahmen der Befragung von 5.000 Absolventinnen der Teilzeitschule an den Ämtern für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (Weinberger-Miller, 2010b), die in landwirtschaftliche Betriebe eingeheiratet hatten, konnten 47 % zum Zeitpunkt der Befragung die notwendigen Zeitressourcen bereitstellen, um vorwiegend aus persönlichem Interesse ein Ehrenamt auszuüben. Diese Aufgaben für das Gemeinwohl dienten ihnen grundsätzlich zum „einheimisch werden“, denn sie hatten so vergleichsweise engere Kontakte als ohne Ausübung eines Ehrenamts.

Die von den Bäuerinnen der 22 untersuchten Betriebe übernommenen Leistungen für das Gemeinwohl sind in Tab. 3.10 zusammengefasst. Es zeigte sich im Hinblick auf die Übernahme gemeinwohlorientierter Aufgaben, dass hierbei Bäuerinnen in Nicht-Bergbetrieben stärker vertreten waren. Sie engagierten sich nicht nur bei Prüfungsausschüssen, sondern waren auch im Gemeinderat vertreten, setzten sich für Dorfläden oder Kindergärten bzw. -krippen ein und vertraten damit ihre Interessen in vielen wichtigen Gremien.

Tab. 3.10: Gemeinwohlorientierte Tätigkeiten der Bäuerinnen in Nicht-Berg- und Bergbetrieben

Betrieb Nr.	Aufgabe	Organisation*	Rolle
Nicht-Bergbetriebe			
1	Berufsvertretung Ortsentwicklung	BBV Gemeinde	Ortsbäuerin Gemeinderätin
2	Vorsitz Frauen Schriftführung Wahlhilfe	VLF Kreisverband Jagdgenossenschaft Gemeinde	Frauenvorsitzende Schriftführerin Beisitzer
3	Berufsvertretung Vorsitz	BBV VLF	Ortsbäuerin Frauenvorsitzende
4	Entwicklung Entwicklung Aus- und Weiterbildung Meisterausbildung Meisterausbildung	Gemeinde Frauenbund Staatl. Berufsschule Fortbildungszentrum VLM	Gemeinderätin (2 h/Woche) Kassenprüferin (12 h/Jahr) Ausbilderin (8 h/Woche) Ausschussmitglied (40 h/Jahr) Bezirksvorsitz (57 h/Jahr)
5	Berufsvertretung Dekoration Förderung	Prüfungsausschuss Pfarrgemeinde Jugend 2000	Prüferin (8,5 h/Woche) Blumenschmuck Mitarbeit
6	Singen im Chor Gemeinderätin	Kirchenchor Pfarrgemeinde	Mitglied Pfarrgemeinderätin
7	Singen im Chor Gemeindevertretung Singen in Oper	Kirchenchor Gemeinde Operchor	Mitglied Gemeinderätin (4. Periode) Chormitglied
8	Berufsvertretung Meisterprüfung	BBV Prüfungsausschuss Meister	Mitglied Ausschussmitglied
9	Berufsvertretung Vertretung Vertretung Erzeuger	BBV Maschinenring Erzeugerring	Ortsbäuerin Mitglied Mitglied
10	Gemeindevertretung Vertretung Vertretung Meister	Gemeinderat VLF VLM	Bezirksvorsitzende Stellvertretender Landesvorstand Bezirksvorsitzende
11	Vertretung Vertretung Anbieter Abschlussprüfung Meisterprüfung Singen	Maschinenring VLF Anbietergemeinschaft Prüfungsausschuss Hauswirtschaft Prüfungsausschuss Meister Kirchen-, Landfrauenchor	Vorstandschaf Vorsitzende 2. Vorsitzende Vorsitzende Vorsitzende Mitglied
12	Vertretung Meister	Prüfungsausschuss	Ausbilder, Mitglied
13	Vertretung Meister Gemeindevertretung Vertretung Kirche	Prüfungsausschuss Gemeinderat Kirche	Ausbilder, Mitglied Mitglied Kirchenpfleger
Bergbetriebe			
14	Berufsvertretung Gemeindevertretung Schulungen auf Almen	BBV Gemeinderat selbständig	Stellvertretende Kreisbäuerin Mitglied Referentin
16	Familienhilfe	Dorfhelfer	Dorfhelferin

* BBV = Bayerischer Bauernverband, VLF = Verband landwirtschaftlicher Fachschulabsolventen, VLM = Verband landwirtschaftlicher Meister

Bäuerinnen waren verstärkt in der Gemeinde bzw. Kirchengemeinde, in landwirtschaftlichen Organisationen wie den Berufsvertretungen (BBV, VLF, VLM) und in Bildungs- und Prüfungsausschüssen vertreten und engagierten sich vielfach kombiniert in mehreren Organisationen gleichzeitig. Sie wirkten also unter Umständen in der Berufsvertretung, gleichzeitig in der Gemeinde und in der Kirche mit.

Die gemeinwohlorientierten Tätigkeiten der Landwirte zeigt Tab. 3.11. Sie verteilen sich schwerpunktmäßig auf Berufsverbände, die Feuerwehr und den Trachtenverein. In Bergbetrieben war die Ermittlung gemeinwohlorientierter Tätigkeiten der Landwirte noch nicht vorgesehen.

Tab. 3.11: Gemeinwohlorientierte Tätigkeiten der Landwirte in Nicht-Bergbetrieben

Betrieb Nr.	Tätigkeit	Organisation	Rolle
1	Brandschutz	Gemeindefeuerwehr	Feuerwehrmitglied
2	Gemeindevertretung	Gemeinde	Gemeinderat (8 h/Woche)
3	Berufsvertretung	BBV*	Vereinsvorsitzender
5	Mitwirkung Singen	Trachtenverein Kirchenchor	Jugendleiter (1 h/Woche) Chorsänger (3 h/Woche)
6	Vertretung Pfarrgemeinde Berufsvertretung Mitwirkung Mitwirkung Jäger	Pfarrgemeinde BBV Feuerwehr Musikverein Jagdgenossenschaft	Mitglied Ortsobmann Mitglied Mitglied Vorstandsmitglied
7	Berufsvertretung Vertretung Jäger Mitwirkung	BBV Maschinenring Jagdgenossenschaft Trachtenverein	2. Obmann 2. Obmann Beisitzer Mitglied
13	Pflegeaufgaben	Pfarrgemeinde	Kirchenpfleger (3 h/Wo.)

* BBV = Bayerischer Bauernverband

Bei der Betrachtung des Betriebsleiterpaars fällt auf, dass vereinzelt Paare in denselben Organisationen vertreten sind. Beispielsweise treten sie paarweise in der Pfarrgemeinde oder in der Ortsgemeinde auf.

3.1.3.9 Disparitäten

Bergbetriebe in den Alpen weisen untereinander mehr oder weniger große Strukturunterschiede auf. Disparitäten treten aber auch unter Betrieben verschiedener Berggebiete auf. Ein Vergleich von drei milchviehhaltenden Betrieben zeigt die in Tab. 3.12 aufgeführten Strukturunterschiede. Die Betriebe A und B befinden sich im alpinen Bereich und Betrieb C im Grenzgebiet zu Tschechien in Oberfranken.

Tab. 3.12: Betriebsstrukturen bei Betrieben in verschiedenen Bergregionen

Betrieb	Betriebsform*	Tierhaltung (GVE/ha)**	Landwirtschaftl. genutzte Fläche (ha LF)	Ackerland (ha)	Grünland (ha)	Zahl der Schläge
A	HE + UadB	1,03	86,3	9,1	77,2	17
B	NE + AH	0,50	39,0	-	39,0	6
C	NE + AH + UadB + Gastronomie + Direktvermarktung	1,06	11,5	0,1	11,4	8

* HE = Haupterwerb, NE = Nebenerwerb, AH = außerhäusliche Erwerbstätigkeit, UadB = Urlaub auf dem Bauernhof; ** GVE = Großvieheinheit

Auffällig ist bei den Vergleichsbetrieben neben den unterschiedlichen Betriebsgrößen vor allem die Unterteilung der landwirtschaftlichen Nutzflächen in Acker- und Grünland. Während die alpinen Betriebe – auch klimabedingt – größtenteils Grünland bewirtschaften, betreibt der oberfränkische Bergbetrieb fast ausschließlich Ackerbau. Für die Bewirtschaftung der einzelnen mehr oder weniger großen Schläge mit unterschiedlicher Hangneigung sind auch unterschiedlich große Entfernungen ab Hofstelle (von 0,3 bis 6,5 km einfach) zurückzulegen (Tab. 3.13).

Tab. 3.13: Flächenverteilung in Abhängigkeit von der Hangneigung und Entfernungen von der Hofstelle in Betrieben in verschiedenen Bergregionen

Betrieb	Betriebsform	Entfernungen der Flächen von der Hofstelle (km)	Ant. Fläche	Höhenlage	Hangneigung
			(%)	(m ü. NN)	(%)
A	Haupterwerb	0,8 bis 3,7	50	475-487	leichtes Gefälle
			13	470	fast eben
			37	625-665	bis >50 %
B	Nebenerwerb	5,7 bis 6,5	79	1090-1295	bis 60 %
			21	590-683	15-60 %
C	Nebenerwerb	0,3 bis 0,7 bzw. 3,7*	23	577-595	3-18 %
			68	550-570	bis 10 %
			9	603-615	8-10 %
				495-503	13-16 %

* Teilstück von 1 ha

Die Situation der Vergleichsbetriebe lässt sich wie folgt beschreiben:

Betrieb A in einem bekannten Fremdenverkehrsort im alpinen Gebiet hält 45 Milchkühe mit Nachzucht. Zu den Grünlandflächen gehört eine große Alm mit 42 ha Weidefläche. Zusätzlich werden, u. a. traditionell bedingt, schon lange existierende, qualitativ hochwertige Unterkünfte für Urlaub auf dem Bauernhof bewirtschaftet.

In Bezug auf die Haushaltszusammensetzung handelt es sich um den typischen Haushalt einer jungen Hofnachfolgenergeneration mit drei kleinen Kindern (Progressionsphase), wobei das Betriebsleiterpaar jeweils eine gute Fachqualifikation hat. Die Altenteiler bewirtschaften ihren eigenen großzügigen Haushalt und helfen im Betrieb mit. Der Betrieb erscheint unter diesen Bedingungen wachstumsfähig.

Betrieb B mit Lage in einem kleinen Ort am Berghang hält nur neun Milchkühe mit Nachzucht und ein Pferd. Die Betriebsleiter im Rentenalter führen den landwirtschaftlichen Betrieb mit hohem Beharrungsvermögen bei großen Erschwernissen im Stall (Anbindehaltung), vor allem beim Melken. Die Heuwerbung findet an Steilhängen vorwiegend in Handarbeit statt, wobei zunehmend weniger Helfer aus der Verwandtschaft zur Verfügung stehen. Die meisten Flächen fallen in eine relativ steile Hanglage und 21 % des Grünlands sogar in den Bereich der verstärkten Hangneigung (Tab. 3.13).

Der Hofnachfolger geht in Vollzeit einer abhängigen Beschäftigung außer Haus nach und seine Frau ist als Dorfhelferin tätig (50 %). Das Betriebsleiterehepaar bewohnt eine eigene Wohnung im gemeinsamen, sehr beengten Wohnhaus mit dem Hofnachfolgerpaar und einem bereits erwachsenen Sohn in einem eigenen Zimmer, abgetrennt von der Wohnung des Hofnachfolgerpaars. Das Hofnachfolgerpaar drängt auf die Einführung von Arbeitserleichterungen, vor allem bei der Bewirtschaftung des Milchviehstalls. Da nur geringe Aussichten auf eine umgehende Umsetzung einer verbesserten Betriebsorganisation bestehen, sind auch die Perspektiven für die längerfristige Weiterbewirtschaftung ungünstig.

Im Betrieb C gibt es 19 Damhirsche, zehn Legehennen, vier Kühe, zwei männliche Rinder, zwei Kälber und 13 Mastschweine. Es sind wenige Flächen an Steillagen zu bewirtschaften. Die Betriebsleiterin führt eine Waldgaststätte, bietet zwei Ferienwohnungen an und betreibt eine Direktvermarktung der eigenerzeugten Wildprodukte. Der Betriebsleiter ist als Tierarzt tätig und bewirtschaftet die Landwirtschaft.

Im Haushalt der Betriebsleiter leben zwei Schulkinder. Die Altenteilerin ist für das Kochen in der Gastronomie zuständig. Das Betriebsleiterpaar managt die vielseitigen Geschäftsfelder in Richtung Optimierung der Aufgaben, doch zeigt sich in dieser Region eine starke Abwande-

rung. Dies führt zu hohen Bevölkerungsrückgängen und macht sich auch in der Kundenfrequenz bemerkbar. Erschwerend wirkt sich aus, dass die Kinder täglich einen Schulweg von mindestens 25 km in einfacher Entfernung zurücklegen müssen und aufgrund der ständigen Überlastung ihrer Eltern „kein Interesse“ an der Weiterführung des Betriebs haben. Der Betriebsleiter ist jedoch Landwirt aus Leidenschaft und möchte den Betrieb so lange wie möglich weiterführen.

3.1.4 Bewertung der Ergebnisse

Die Strukturanalyse der 22 untersuchten Betriebe zeigt den maßgeblichen Einfluss des betrieblichen Schwerpunktes in der landwirtschaftlichen Urproduktion und deren Umfang auf das Betriebsergebnis und weitergehend auf die Inanspruchnahme zusätzlicher Erwerbsquellen.

Bei den untersuchten Betrieben dominieren die Milchviehbetriebe. Differenziert nach Nicht-Bergbetrieben und Bergbetrieben unterscheiden sie sich hinsichtlich der Betriebsgröße, der Anzahl der Milchkühe und daraus resultierend dem Gewinn.

Wenn Bergbetriebe zur nachhaltigen Einkommenssicherung zusätzliche Einkommensquellen erschließen, haben häufig außerbetriebliche, nichtselbständige Tätigkeiten Vorrang vor dem Einstieg in neue Geschäftsfelder in Verbindung mit der Urproduktion, weil auf diese Weise in der Regel relativ sichere Einkommensbeiträge generiert werden. Richtungsweisend ist dafür die qualifizierte berufliche Bildung des Betriebsleiterpaares. Traditions- bzw. familiär bedingt nehmen männliche Betriebsleiter häufiger eine Vollzeitbeschäftigung auf als die Bäuerinnen. Für die Vereinbarkeit von außerbetrieblicher Erwerbstätigkeit mit betrieblichen und hauswirtschaftlichen Aufgaben ist die Arbeitsteilung einvernehmlich zu organisieren. Dabei sind spezifische Arbeitsspitzen in den verschiedenen Aufgabenbereichen zur nachhaltigen Aufrechterhaltung der Multifunktionalität besonders zu berücksichtigen.

Extern sind geeignete Arbeitsplätze im Nahbereich für die Mitbewirtschaftung des landwirtschaftlichen Betriebs ein entscheidendes Argument. Vielfach kann mit modernen Kommunikationsmitteln eine hilfreiche Brücke von Arbeitsplatz zu Arbeitsplatz geschlagen werden. Aber auch die Selbsthilfeeinrichtungen sind bewährte Alternativen zur spontanen oder auch periodischen Übernahme betrieblicher Aufgaben.

Vorausschauend erlernen männliche Hofnachfolger bereits einen zur Landwirtschaft passenden außerlandwirtschaftlichen Erstberuf, damit sie in angemessener Gehaltsstufe Einkommen erwirtschaften können.

Töchter von Bergbetrieben, die von der Hofnachfolge nicht betroffen sind, haben mehr Freiraum bei der Berufswahl und können sich dementsprechend auch eine anspruchsvolle Bildung abseits peripherer Standorte aneignen. Eröffnen sich für sie gute Perspektiven, kehren sie zur Ausübung ihres erlernten Berufs eher nicht mehr in die Heimat zurück. Bei einer engen Verbundenheit zur Region bzw. zur Familie und guten beruflichen Perspektiven im Nahbereich verbessern sich die Chancen ihres langfristigen Verbleibs in der Region.

Betriebe mit Einkommenskombinationen in den Bereichen Tourismus, Gastronomie oder Direktvermarktung profitieren erfahrungsgemäß von der Profession ihrer Kinder aus ihrer Tätigkeit in gewerblichen Unternehmen. Wie verschiedene Beispiele zeigen, werden fallweise auch Teilzeitbeschäftigungen in gewerblichen Unternehmen mit betrieblichem Engagement verknüpft und tragen dazu bei, dass die Betriebe in den Einkommenskombinationen wachsen.

Der Einstieg in neue Geschäftsfelder ist in kleinen Bergbetrieben stets unter Nutzung vorhandener Potentiale in den Betrieben vorzunehmen. Eine vertikale Anbindung an die landwirt-

schaftliche Produktion ergibt sich in Milchviehbetrieben in Form der Weiterverarbeitung und Direktvermarktung von Milchprodukten. Auch die Nutzung leerstehender Bausubstanz für touristische oder gastronomische Angebote als laterale Form der Diversifizierung bietet sich als Alternative an.

Werden über Einkommenskombinationen offene Märkte mit qualitativ hochwertigen Produkten oder Dienstleistungen fachkompetent bedient, ergibt sich in der Regel eine zunehmende Nachfrage zufriedener Kunden. Sind bei Erweiterungsabsichten die Kapazitätsgrenzen einer horizontalen Diversifizierung bereits erreicht, können in sich ergänzenden Geschäftsfeldern Kunden mit weiteren Dienstleistungen bedient oder neue Kunden mit neuen Produkten oder Dienstleistungen geworben werden. Damit lassen sich auch in Bergbetrieben mit zwei oder drei verschiedenen Einkommenskombinationen angemessene Einkommensbeiträge erwirtschaften. Allerdings setzen dabei die familieneigenen Arbeitskapazitäten enge Grenzen, so dass der Einsatz von Fremdarbeitskräften für die langfristige Bewirtschaftung meist unumgänglich ist. Für ein ausgefeiltes Schnittstellenmanagement sind hohe Managementqualifikationen gefordert. Denn bei der gleichzeitigen Bewirtschaftung von Landwirtschaft, Einkommenskombinationen und außerbetrieblicher Erwerbstätigkeit ergeben sich jeweils unterschiedlich lange Unternehmenszyklen in den einzelnen Geschäftsbereichen. Zudem ist stets der Familienzyklus bei der Betriebsführung zu berücksichtigen.

Bäuerinnen und Landwirte sind bekannt für ihr Engagement bei Ehrenämtern. Die vorliegende Strukturanalyse zeigt sehr deutlich, dass vielfach Betriebsleiterpaare gleichzeitig ihre Interessen in einschlägigen Gremien vertreten. Über ihre Interessensvertretung können sie erfahrungsgemäß weitreichende Entscheidungen für die Landwirtschaft und gleichzeitig für die Daseinsvorsorge beeinflussen mit entsprechenden Konsequenzen für die individuelle Lebensqualität und die Zukunftsfähigkeit ihres Lebensraumes.

Für Berglandwirte ist der Einsatz für die Pflege und Erhaltung ihrer Kulturlandschaft selbstverständlich. Die persönliche Interessensvertretung bei Entscheidungsträgern tritt bei den untersuchten Betrieben jedoch nur sehr schwach zutage. Für die Weiterentwicklung ihres Lebensraumes zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsverhältnisse ist die persönliche Vertretung von Interessen jedoch unumgänglich, auch eine aktive Beteiligung an Entwicklungsprozessen ist besonders wichtig.

Generell sind aus der Strukturanalyse keine Verallgemeinerungen abzuleiten. Aber die Methodik der Vorgehensweise in diesem Beitrag sollte auf eine größere Untersuchungseinheit übertragen werden mit dem Ziel:

- Zusammenhänge von Standort und Betriebsstrukturen sowohl qualitativ wie auch quantitativ herzustellen und abzusichern,
- Zusammenhänge zwischen Betriebsgröße, -struktur und Einkommensbeschaffung aus verschiedenen Quellen zu analysieren,
- Haushaltsstrukturen im Hinblick auf das Potential für die Entwicklung weiterer Geschäftsbereiche zu bewerten,
- aus der Qualifikation der Betriebsleiter Konsequenzen für Aus- und Weiterbildung abzuleiten.

Im Kontext dieses Vorhabens sollte letztlich die Strukturanalyse das Forschungsthema für die Bearbeitung der nachfolgenden Unterthemen soweit öffnen, dass ausgewählte Fragestellungen aus der Strukturanalyse vertiefend behandelt werden.

3.2 Einkommenskombinationen, Mehrfachbeschäftigungen und Betriebsnachfolge in der Berglandwirtschaft (Babel und Fahning)

Der Beitrag wurde im Rahmen des Forschungsvorhabens als Teilprojekt von der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) bei der Agrarsozialen Gesellschaft e. V. (ASG) in Auftrag gegeben (Babel und Fahning, 2013).

3.2.1 Einleitung

„Im Zusammenhang mit der Berglandwirtschaft rückt die Diversifizierung verstärkt in die Öffentlichkeit, weil sie neben der reinen Produktionsfunktion für den Tourismus und generell für den gesamten Bergraum (Biodiversität, Gefahrenabwehr) als unverzichtbar eingestuft wird. Die spezifische arbeitswirtschaftliche und die Lebenssituation der Familienbetriebe in Berggebieten ist insbesondere in Richtung Mehrfachbeschäftigung zu analysieren, um Potenziale zur Sicherung der künftigen Bewirtschaftung abzuleiten. Beim Angebot spezifischer Qualifizierungsmaßnahmen für Berglandwirte ist eine verstärkte, unter anderem länderübergreifende Zusammenarbeit zur Nutzung von Erfahrungswissen anzustreben“ (Weinberger-Miller, 2013a, S. 322). Diese Aussage des Forschungsvorhabens „Einkommenssicherung und -entwicklung durch Diversifizierung in der Landwirtschaft“ war Ausgangspunkt des vorliegenden Forschungsvorhabens.

In Berggebieten ist die Aufgabe von unrentabel gewordenen Höfen bedeutend kritischer zu bewerten als in landwirtschaftlichen Gunstregionen, da schwer zu bewirtschaftende Flächen seltener von anderen Betrieben übernommen werden und ungenutzt bleiben. Sowohl die Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe als auch das Ausmaß der Flächenbewirtschaftung nehmen ab. Dies hat negative Folgen für die Biodiversität, das Landschaftsbild und die Lebensqualität im ländlichen Raum. Auch nicht landwirtschaftliche Wirtschaftssegmente, vor allem der Tourismus, können durch eine Aufgabe der Bewirtschaftung in Mitleidenschaft gezogen werden (Groier, 2004; Seiser, 2009; Streifeneder, 2009).

Ein wichtiger Faktor bei der Sicherstellung der Bewirtschaftung von landwirtschaftlichen Flächen in Berggebieten ist die Betriebsnachfolge. Nur wenn die Hofnachfolge gesichert ist, können die multifunktionalen landwirtschaftlichen Betriebe in Berggebieten langfristig erhalten werden. Dies lässt sich auf folgende Gründe zurückführen:

- Durch eine gelungene Hofnachfolge kann der Betrieb und damit die Flächenbewirtschaftung langfristig erhalten werden, denn in der Regel besteht keine hohe Nachfrage nach landwirtschaftlichen Flächen in Berggebieten, die eine Flächenbewirtschaftung durch andere Betriebe gewährleisten würde.
- In Bayern haben die meisten Betriebsleiter ein Alter zwischen 45 und 55 Jahren. Das Durchschnittsalter der Betriebsleiter liegt bei fast 50 Jahren (LfL, 2013).
- In Betrieben mit Einkommenskombinationen ist die Hofnachfolge sicherer als in solchen ohne Einkommenskombination (Weinberger-Miller, 2013a). Einkommenskombinationen tragen zur Stabilisierung von Betrieben bei.
- Einige Aufgaben im Rahmen einer multifunktionalen Landwirtschaft werden von Betriebsleitern mit Hofnachfolger als wichtiger eingeschätzt. Damit besteht auch in der Zukunft eine größere Bereitschaft zur Bereitstellung dieser Leistungen als bei fehlender Hofnachfolge (Vogel et al., 2007).
- Betriebsleiter mit gesicherter Hofnachfolge investieren eher als solche mit unklarer Zukunft (Larcher und Vogel, 2008).

- Die Wahrscheinlichkeit einer Betriebsaufgabe sinkt mit einer steigenden Anzahl von Kindern, wie Hofer (2002) in der Schweiz feststellte. Dies ist ein Hinweis, dass schon das Vorhandensein mehrerer potenzieller Betriebsnachfolger motiviert, einen landwirtschaftlichen Betrieb weiterzuführen.
- Eine weitere Untersuchung in der Schweiz zeigte, dass bei potenziellen Nachfolgern das Interesse an der landwirtschaftlichen Tätigkeit Voraussetzung für die Bereitschaft zur Betriebsnachfolge ist, aber auch der Wunsch nach Fortführung der Familientradition bei der Übernahme eine Rolle spielt. Wirtschaftlich lässt sich dies jedoch oft nur mit außerlandwirtschaftlichem Nebenerwerb realisieren (Rossier und Wyss, 2006b).

3.2.2 Projektbeschreibung und Zielsetzung

Inwieweit die für die Berglandwirtschaft typischen Nebenerwerbs- und kleineren Haupterwerbsbetriebe durch Mehrfachbeschäftigungen und Einkommenskombinationen stabilisiert werden und welche Faktoren die Hofnachfolge in der Berglandwirtschaft beeinflussen, sollte untersucht werden. Hieraus ergaben sich insbesondere folgende Fragestellungen:

- Ist die Tatsache, dass bei diversifizierenden Betrieben die Hofnachfolge häufiger gesichert ist (Weinberger-Miller, 2013a), auf den von Vogel et al. (2007) beschriebenen Nachfolgeeffekt zurückzuführen? Hat also auch die Mitsprache der nachfolgenden Generation zur Diversifizierung beigetragen?
- Welche Rolle spielen außerlandwirtschaftliche Tätigkeiten in Haupt- und Nebenerwerbsbetrieben für die Eltern- und Nachfolgeneration (Mehrfachbeschäftigungen, auch Saisontätigkeiten wie z. B. als Skilehrer)?
- Wie könnten die wirtschaftlichen Bedingungen für Junglandwirte in Berggebieten verbessert werden, um die Betriebsnachfolge zu unterstützen (auch bei Nebenerwerbsbetrieben)?
- Welche Qualifizierungsmaßnahmen sind dazu geeignet, die Hofnachfolge zu unterstützen?

Larcher und Vogel (2008) stellten fest, dass die Faktoren Hofnachfolge und Investitionserfordernis für die Betriebsentwicklung entscheidende Punkte darstellen. Sie schlossen daraus, dass die Agrarpolitik hier ansetzen muss, wenn sie auf eine Sicherung der bäuerlichen Familienbetriebe abzielen will.

Zur Untersuchung der Relevanz der Hofnachfolge in der Berglandwirtschaft für die Sicherstellung der Flächenbewirtschaftung war im ersten Schritt Literatur zusammenzustellen. Nach der Ermittlung des Forschungsstands sollten fünf bis zehn qualitative Interviews mit Betriebsleitern im Alter von über 50 Jahren und möglichst mit dem potenziellen Nachfolger in diversifizierenden Betrieben durchgeführt werden, mit dem Ziel:

- Informationen zur Hofnachfolgesituation in diversifizierenden Betrieben zu sammeln,
- die Rolle außerlandwirtschaftlicher Tätigkeiten bei der Eltern- und Nachfolgeneration (Mehrfachbeschäftigungen) zu ermitteln,
- die Relevanz der wirtschaftlichen Bedingungen der Betriebe in Berggebieten für die Akzeptanz der Betriebsnachfolge (auch bei Nebenerwerbsbetrieben) zu ermitteln und
- Maßnahmen zur Unterstützung der Hofnachfolge in Berggebieten vorzuschlagen.

Die Auswertung der Interviews sollte zu Empfehlungen für Beratung und Politik verhelfen.

3.2.3 **Kenntnisstand zu Veränderungen der Agrarstruktur im Alpenraum**

3.2.3.1 Agrarstruktur im Alpenraum

Der Agrarstrukturwandel in den verschiedenen Alpenteilräumen verlief in der Vergangenheit unterschiedlich. Im Zeitraum von 1950 bis 2000 waren die Aufgaberaten bei Betrieben im österreichischen Alpenkonventionsgebiet am geringsten, von 1980 bis 2000 reduzierte sich die Anzahl der Betriebe um etwa 12 %, wohingegen sich die Anzahl der Betriebe im deutschen Alpenkonventionsgebiet um etwa 24 % verringerte (Frankreich -47 %, Italien -44 %). Die Alpenkonvention, formal „Übereinkommen zum Schutz der Alpen“, ist ein völkerrechtlicher Vertrag über den umfassenden Schutz und die nachhaltige Entwicklung der Alpen. Die Kriterien für die Gebietsabgrenzung weichen in den einzelnen Alpenstaaten je nach Intention und Zweck, politischer Ebene, politischen Entscheidungsträgern und Umsetzungszielen (z. B. Bergbauerngebiet, Erschwerniszone, klassifiziertes Berggebiet etc.) sowie angewandten Kriterien (naturräumliche bzw. physisch-morphologische, biogeografische, ökologische, wirtschaftlich-politische, sozioökonomische, administrative etc.) deutlich voneinander ab. Der deutsche Konventionsraum nimmt eine Sonderstellung ein, da hier nur etwa 39 % als benachteiligtes Gebiet eingestuft sind (Streifeneder, 2009).

Sowohl in Österreich als auch in Deutschland sank die Anzahl der Betriebe im Alpenkonventionsgebiet in geringerem Ausmaß als im nationalen Durchschnitt (Deutschland, alte Bundesländer -44,5 %, Österreich -31 %). Im deutschen Alpenkonventionsgebiet verminderte sich jedoch, im Gegensatz zum nationalen Durchschnitt, die landwirtschaftliche Fläche stärker als die Zahl der Betriebe (Streifeneder, 2009). Werden die Hofaufgaberaten der im deutschen Alpenkonventionsraum als benachteiligtes Berggebiet eingestuften Regionen mit jenen verglichen, die nicht als solche eingestuft wurden, ist festzustellen, dass die Berggebiete 1980 bis 2000 mit 18 % besonders geringe Hofaufgaberaten hatten (Streifeneder, 2009).

In Frankreich reduzierten sich die Betriebsanzahl und die landwirtschaftliche Fläche im Alpenraum stark. Streifeneder (2009) spricht hier von dynamischem Wandel, während er die hohen Hofaufgaberaten bei stabiler landwirtschaftlicher Nutzfläche in der Schweiz als unkorrelierten Strukturwandel bezeichnet. In allen Alpenräumen, bis auf die österreichischen und schweizerischen Gebiete, hat die Intensität des Strukturwandels bis zum Ende des Jahrtausends stetig, in den 1990er-Jahren überproportional, zugenommen. Die beobachteten Unterschiede führt Streifeneder (2009) auf Rahmenbedingungen wie einen besonderen soziokulturellen Hintergrund, eine spezielle Förderung sowie Zu- und Nebenerwerbsmöglichkeiten im Tourismus zurück.

3.2.3.2 Agrarstruktur im Untersuchungsgebiet

Das Untersuchungsgebiet der vorliegenden Studie, der Landkreis Garmisch-Partenkirchen, liegt vollständig im bayerischen Alpenkonventionsgebiet, das mit den weiteren Landkreisen Bad Tölz-Wolfratshausen, Berchtesgadener Land, Miesbach, Rosenheim, Traunstein und der kreisfreien Stadt Rosenheim in Oberbayern sowie den Landkreisen Oberallgäu, Ostallgäu und den kreisfreien Städten Kaufbeuren und Kempten (Allgäu) recht weit gefasst ist (Abb. 3.4).

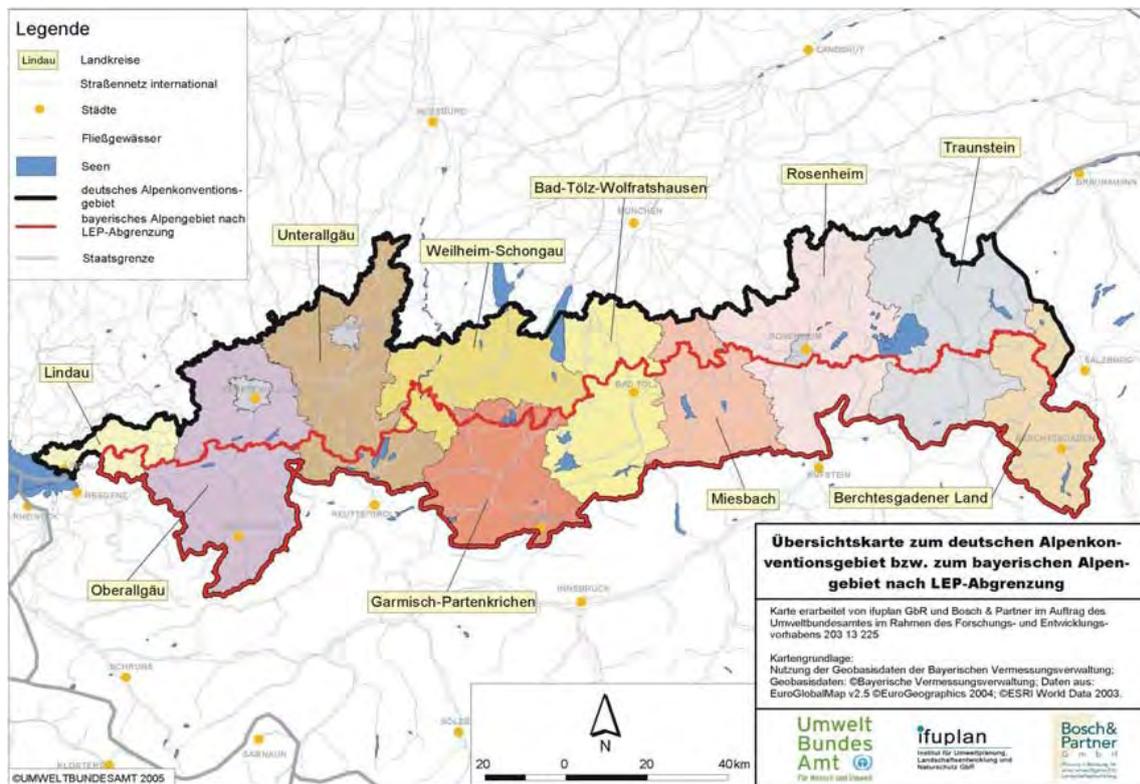


Abb. 3.4: Übersichtskarte zum deutschen Alpenkonventionsgebiet bzw. zum bayerischen Alpengebiet nach LEP-Abgrenzung

Der Kreis Garmisch-Partenkirchen liegt aber auch fast vollständig im bayerischen Alpengebiet nach LEP-Abgrenzung, wobei LEP für Landesentwicklungsprogramm Bayern steht. Nahezu im gesamten Kreisgebiet (Abb. 3.5) erfolgt eine Förderung als benachteiligtes Berggebiet. Daher ist eine weitgehende Übereinstimmung der statistischen Angaben zur Landwirtschaft im Landkreis mit den entsprechenden Daten zur Berglandwirtschaft im Kreisgebiet gewährleistet. Dies ist in keinem anderen Landkreis in so hohem Maße der Fall.

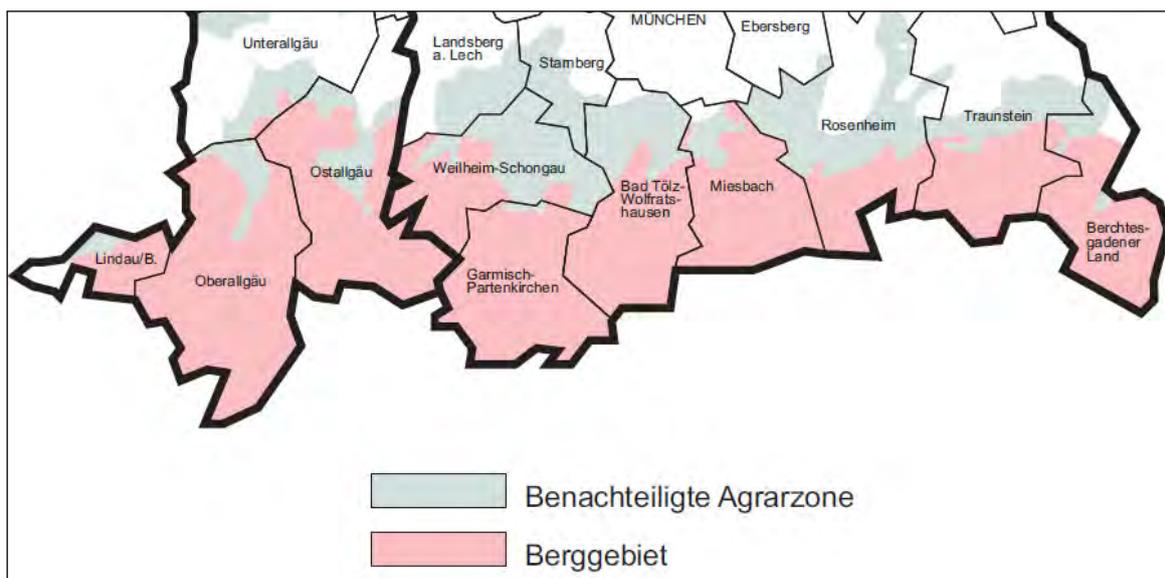


Abb. 3.5: Benachteiligte Zonen und Berggebiet in Bayern gemäß LEP-Abgrenzung (nach Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, 2013)

Die schon von Streifeneder (2009) gefundene geringere Ausstiegsneigung der Landwirte in den bayerischen Berggebieten setzte sich auch nach 2000 fort. Die Agrarstrukturerhebungen für den Landkreis Garmisch-Partenkirchen von 1999 bis 2007 ergaben einen Rückgang der Betriebe um 12 %, während im gleichen Zeitraum im gesamten Regierungsbezirk Oberbayern die Zahl der Betriebe um 17 % und in ganz Bayern um 21 % zurückging (Tab. 3.14).

Tab. 3.14: *Veränderung der Agrarstruktur zwischen 1999 und 2007 (allgemeine Agrarstrukturerhebung; eigene Berechnung nach Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2013)*

	Betriebe insgesamt			Veränderung 1999 bis 2007 (Einzelunternehmen)	
	1999	2007	Veränderung 1999 bis 2007	Haupterwerb	Nebenerwerb
Bayern	154.189	121.659	-21 %	-17 %	-25 %
Oberbayern	36.689	30.629	-17 %	-17 %	-17 %
Landkreis Garmisch-Partenkirchen	986	864	-12 %	-6 %	-15 %

Die landwirtschaftliche Fläche reduzierte sich nicht im gleichen Maße wie die Anzahl der Betriebe und die Tendenz ist insgesamt einheitlicher: Die Verluste betragen von 1999 bis 2007 im Landkreis Garmisch-Partenkirchen 4 %, in Bayern und im Regierungsbezirk Oberbayern 2 % (eigene Berechnung nach Daten der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder, 2013).

In den Agrarstatistiken 1999 und 2010 (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2000, 2011) wurden die Erfassungsgrenzen für landwirtschaftliche Betriebe geändert: 1999 auf mindestens 2 ha und 2010 auf mindestens 5 ha, abgesehen von definierten Ausnahmen. Weil damit der Umfang der landwirtschaftlichen Fläche aufgrund der unterschiedlichen Berechnungsgrundlage nur begrenzt vergleichbar ist, wurden zur Beurteilung der aktuellen Entwicklung der Agrarstruktur und der Flächenbewirtschaftung die Daten aller Antragsteller aus der InVeKoS-Datenbank herangezogen (Tab. 3.15 bis Tab. 3.17).

Die Differenzen zwischen den Angaben über die Anzahl der Betriebe laut InVeKoS und der Anzahl der Betriebe in den Landwirtschaftszählungen bzw. Agrarstrukturerhebungen sind im Landkreis Garmisch-Partenkirchen wegen der hohen Anzahl der Kleinstbetriebe, die in den Agrarstrukturerhebungen und Landwirtschaftszählungen nicht erfasst werden, erheblich. 2010 wurden in der Landwirtschaftszählung 659 Betriebe und 15.135 ha landwirtschaftliche Fläche erfasst. Gemäß der Daten des Integrierten Verwaltungs- und Kontrollsystems (InVeKoS; StMI, o. J.) gab es 2010 im Landkreis Garmisch-Partenkirchen jedoch 50 % mehr Bewirtschafter von landwirtschaftlichen Flächen und auch die landwirtschaftliche Fläche selbst war mit über 18.000 ha um 20 % größer als in der Landwirtschaftszählung erfasst (Tab. 3.15).

Tab. 3.15: Landkreis Garmisch-Partenkirchen – Betriebe und Flächen (InVeKos, Antragsteller 2010; LfL, 2013)

	Betriebe – Größenklassen nach landwirtschaftlicher Fläche								
	alle	unter 2 ha	2–5 ha	5–10 ha	10–20 ha	20–30 ha	30–40 ha	40–50 ha	50 ha u. mehr
Anzahl Betriebe	990	188	156	160	207	101	79	45	54
Landwirtschaftliche Fläche (ha)	18.003	188	562	1.142	3.198	2.506	2.750	2.034	5.622

Es zeigt sich, dass im Landkreis Garmisch-Partenkirchen weiterhin ein Trend in Richtung Nebenerwerbslandwirtschaft besteht (Tab. 3.16) und überproportional viele Grünlandflächen (Tab. 3.17) verloren gehen. Der Grünlandanteil an der landwirtschaftlichen Fläche betrug jedoch infolge der natürlichen Standortbedingungen, die den Ackerbau ausschließen, auch 2012 noch über 99 %. Die Entwicklung der Grünlandbewirtschaftung wird in Abschnitt 3.2.7.8.1 näher betrachtet.

Tab. 3.16: Veränderungen der Betriebsstruktur von 2005 bis 2012 (InVeKos, Antragsteller 2010; LfL, 2013a)

	Betriebe insgesamt		Veränderung 2005 bis 2012 in %		
	2005	2012	Betriebe insgesamt	Haupterwerb	Nebenerwerb
Bayern	133.197	113.162	-15 %	-19 %	-12 %
Oberbayern	32.743	28.783	-12 %	-18 %	-7 %
Landkreis Garmisch-Partenkirchen	1.049	977	-7 %	-21 %	-2 %

Tab. 3.17: Veränderung des Dauergrünlands von 2005 bis 2012 (InVeKos, Antragsteller 2010; LfL, 2013a)

	Veränderungen 2005 bis 2012
Bayern	-5 %
Oberbayern	-6 %
Landkreis Garmisch-Partenkirchen	-7 %

3.2.3.3 Exogene Haupteinflussgrößen des Strukturwandels

Zu den exogenen Haupteinflussgrößen des Strukturwandels zählt der regionale Arbeitsmarkt (Abb. 3.6). Andere sind Produktionspreis und Faktorkostenniveau, Direktzahlungen, landwirtschaftliche Strukturmaßnahmen, gesetzliche Regelungen und das soziale Umfeld (Streifeneder, 2009).

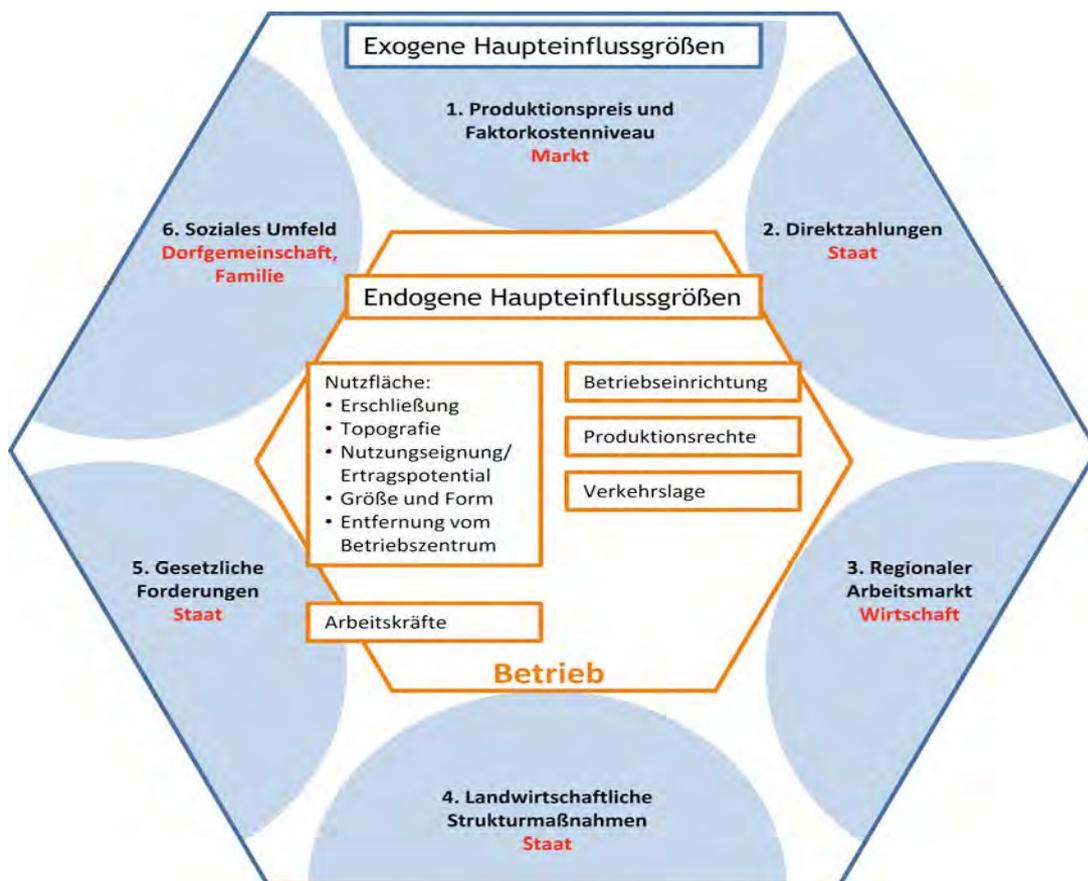


Abb. 3.6: Haupteinflussgrößen des Strukturwandels (Streifeneder, 2009, S. 85, nach Stöcklin et al., 2007)

Ein hohes Lohnniveau, relativ zum erzielbaren Einkommen aus der Landwirtschaft, kann sowohl zum Ausstieg aus der Landwirtschaft führen als auch die Betriebe stabilisieren. Letzteres konnte für den Mittelteil der deutschen Alpen mit ihrer Nähe zum Ballungsraum München (Wessely und Güthler, 2004) als auch für Südtirol und Österreich gezeigt werden. Andererseits kann jedoch die Nähe zu wirtschaftlichen und kulturellen Zentren eine starke Sogwirkung auf potenzielle Hofnachfolger bzw. Partner ausüben (Streifeneder, 2009).

Streifeneder (2009) fand bei seiner Untersuchung über das Alpenkonventionsgebiet die allgemeine Auffassung, wonach eine hohe Arbeitslosenrate den Ausstieg aus der Landwirtschaft hemmt und eine niedrige diesen befördert, nur teilweise bestätigt. Im deutschen Alpenkonventionsgebiet sei die geringe Hofabgaberrate zwischen 1990 und 2001 auch auf gute Erwerbsmöglichkeiten außerhalb der Landwirtschaft zurückzuführen (Streifeneder, 2009).

Wird das gesamte Alpenkonventionsgebiet betrachtet, finden sich bei den ökonomischen Einflussgrößen kaum Korrelationen mit der Ausstiegswahrscheinlichkeit der Betriebe. Statistisch fällt allein der positive Einfluss des Tourismus auf den Erhalt der Betriebe auf (Streifeneder, 2009). Schlüsselfaktoren für die Ausstiegswahrscheinlichkeit sind neben den soziokulturellen Rahmenbedingungen häufig innerbetriebliche und familiäre Aspekte, Wertemuster und Traditionen, die schwer messbar sind und trotz wenig rentabler Landwirtschaft der Betriebsaufgabe entgegenstehen (Groier, 2004; Rossier und Wyss, 2006a, 2006b; Streifeneder, 2009).

3.2.3.4 Endogene Haupteinflussgrößen des Strukturwandels

Neben den betriebswirtschaftlichen Aspekten sind das Alter des Betriebsleiters, die Zahl der Kinder und deren Ausbildung – und damit die mögliche Betriebsnachfolge – entscheidend für die Weiterführung des Betriebs. Die meisten Betriebsaufgaben finden bei Rentenbeginn des Betriebsleiters statt. Damit ist die zukünftige Entwicklung der Landwirtschaft maßgeblich vom Durchschnittsalter der Betriebsleiter und vom Vorhandensein eines Hofnachfolgers abhängig (Weiss, 2006; Streifeneder, 2009).

Hofnachfolge

Die Bereitschaft, den Betrieb von den Eltern zu übernehmen, ist heute geringer als in der Vergangenheit. Die hohe Arbeitsbelastung und bessere Einkommensmöglichkeiten außerhalb der Landwirtschaft führen zu einer entsprechenden Berufswahl und der Aufgabe unrentabler Betriebe. Zunehmend spielen jedoch personenbezogene und weniger betriebsbezogene Gründe eine Rolle. Hierzu gehört die frühe Einbindung des potenziellen Hofnachfolgers in betriebliche Abläufe und Entscheidungen (Groier, 2004; Rossier, 2005; Streifeneder 2009). Diese erfolgt bei Töchtern signifikant weniger (Rossier und Wyss, 2006a).

Sozioökonomische Betriebstypen

Nebenerwerb kann, muss aber nicht ein erster Schritt in Richtung Aufgabe der landwirtschaftlichen Tätigkeit sein. Empirische Ergebnisse aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zeigen – regional unterschiedlich – positive und negative Korrelationen zwischen dem Anteil der Nebenerwerbsbetriebe und der Ausstiegsneigung. Nebenerwerb kann für kleine Betriebe mit beschränktem Wachstumspotenzial eine Chance für den Verbleib in der landwirtschaftlichen Produktion sein (Weiss, 2006). Auswertungen der Ausstiegsrate zwischen 1991 und 1999 in Deutschland auf Kreisebene ergaben eine geringere Ausstiegsneigung in Kreisen mit einem hohen Anteil an Nebenerwerbsbetrieben (Glauben et al., 2003).

Dies entspricht den Ergebnissen der von Streifeneder (2009) für das Alpenkonventionsgebiet durchgeführten multiplen Regressionsanalyse der endogenen und exogenen Einflussgrößen auf die Hofaufgaberrate. Als größter Einflussfaktor wurde der Anteil der Nebenerwerbsbetriebe identifiziert. Gebiete mit einem hohen Anteil an Nebenerwerbsbetrieben hatten im Betrachtungszeitraum die geringste Aufgaberrate. Hierdurch wird die besondere Bedeutung der außerlandwirtschaftlichen Tätigkeiten deutlich. (Streifeneder, 2009). Üblicherweise wird jedoch der Nebenerwerb als Einstieg in den Ausstieg betrachtet, wie auch Weinberger-Miller (2013a) in Bezug auf Bayern festgestellt hat.

Touristische Angebote, wie Urlaub auf dem Bauernhof, Gastronomie usw., können die Hofaufgaberrate senken. Dieser Zusammenhang ist laut Streifeneder (2009) im Alpenkonventionsgebiet allerdings nur in touristisch attraktiven Regionen signifikant, in denen Urlaub auf dem Bauernhof von mindestens 5 % der Betriebe angeboten wird. Dies war im deutschen Alpenkonventionsgebiet im Jahr 2000 mit etwa 4 % nicht der Fall. Trotzdem war hier die Aufgaberrate unterdurchschnittlich hoch (Streifeneder, 2009). Jedoch handelt es sich beim deutschen Alpenkonventionsraum nur zu 39 % um benachteiligtes Berggebiet (siehe Abschnitt 3.2.3.1), das zudem, am Alpenrand gelegen, touristisch besonders attraktiv ist.

Daten mit der Gebietsabgrenzung Berggebiet, die den Anteil der landwirtschaftlichen Betriebe mit Urlaub auf dem Bauernhof zeigen, stehen nicht zur Verfügung. Es ist jedoch davon auszugehen, dass ihr Anteil im Berggebiet aufgrund dessen touristischer Attraktivität bedeutend höher ist als im gesamten bayerischen Alpenkonventionsraum.

3.2.4 Kenntnisstand zur Nachfolgefrage

Die Entwicklungsperspektiven von landwirtschaftlichen Betrieben hängen in hohem Maße von der Klärung der Hofnachfolge ab. Bei Unsicherheit kommt es zu einer Konservierung des Bestehenden und zur Vermeidung von Investitionen, die über das Berufsleben der aktuell den Betrieb leitenden Generation hinausgehen (Larcher und Vogel, 2008). Es kann jedoch auch sein, dass keine Investitionen mehr getätigt werden, weil der nächsten Generation nicht vorgegriffen und dem künftigen Nachfolger alle Entscheidungen offengehalten werden sollen (Seiser, 2009). Hierdurch wird deutlich, dass mit der Einbindung eines potenziellen Nachfolgers, zunächst in die Betriebsabläufe (Rossier, 2005) und später auch in betriebliche Entscheidungen, nicht nur die Wahrscheinlichkeit steigt, dass ein Nachfolger gefunden werden kann, sondern dies auch dabei hilft, eine Stagnation in der Betriebsausrichtung oder einen Investitionsstau zu vermeiden.

Bei vorhandener Hofnachfolge unterscheiden Vogel et al. (2007) den Nachfolgereffekt und den Nachfolgeeffekt: „(i) Der Nachfolger-Effekt ist dann gegeben, wenn noch während der Betriebsleitung durch die Elterngeneration eine bereits festgelegte Hofnachfolgerin oder ein bereits festgelegter Hofnachfolger ihre oder seine Vorstellungen einbringen kann und so entsprechende Änderungen in Einstellungen, Handlungsbereitschaften oder im Verhalten am Betrieb erfolgen, und (ii) ein Nachfolgeeffekt liegt vor, wenn sich entsprechende Änderungen in Einstellungen, Haushaltsstrategien und betrieblichem Verhalten nach der Hofübergabe ergeben“ (Vogel et al., 2007, S. 3).

3.2.4.1 Multifunktionalität

Die Befragung von 168 Bergbauern in Südtirol, die zum Befragungszeitpunkt 50 Jahre und älter waren, ergab einen Nachfolgereffekt bezüglich verschiedener Aufgaben im Rahmen einer multifunktionalen Landwirtschaft. Mit steigender Sicherheit der Betriebsnachfolge schätzten die Befragten auch viele Funktionen einer multifunktionalen Landwirtschaft als wichtiger ein.

Noch bedeutsamer ist jedoch, dass mit der Sicherung der Betriebsnachfolge auch die Bereitschaft der Bergbauern stieg, die als besonders wichtig eingeschätzten Aufgaben in Zukunft zu erfüllen, sofern sie honoriert würden. In der Reihenfolge der Wichtigkeit waren dies: Erhaltung und Pflege der Landschaft, Pflege der traditionellen Kultur, Beteiligung am Gewässerschutz, Abwehr von Naturgefahren sowie Bau und Erhaltung von Wegen, Dienste im Auftrag der Gemeinde und Bewahrung alter Sorten und Tierrassen. Auch die Bereitschaft zu unbezahlten Tätigkeiten stieg in verschiedenen Bereichen (Vogel et al., 2007).

3.2.4.2 Einkommenskombinationen und Mehrfachbeschäftigung

Weinberger-Miller (2013a) stellte fest, dass die Bereitschaft zur Diversifizierung bei jungen Betriebsleitern hoch ist und mit zunehmendem Alter abnimmt. Mit der Anzahl der Haushaltsmitglieder steigt der Diversifizierungsgrad (Weinberger-Miller, 2013a). Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass Betriebsleiterpaare mit mehreren Kindern eher weitere Tätigkeitsfelder eröffnen als andere. Zudem sinkt mit der Anzahl der Kinder die Wahrscheinlichkeit einer Betriebsaufgabe, wie Hofer (2002) in der Schweiz feststellte.

Erfolgreiche Einkommenskombinationen verbessern die Chancen der Weiterführung des Unternehmens durch einen Hofnachfolger. Bei Betrieben mit Biogasanlage oder Lohnunternehmen ist die Hofnachfolge besonders häufig gesichert. Auch planen Betriebe mit Einkommenskombinationen öfter größere Investitionen innerhalb der nächsten fünf Jahre als andere (Weinberger-Miller, 2013a). Betriebe, bei denen die Betriebsnachfolge gesichert ist, investie-

ren zwar mehr als andere (Larcher und Vogler, 2008), jedoch nicht unbedingt in Einkommenskombinationen (Weinberger-Miller, 2013a).

Besonders für kleine Betriebe in Berggebieten spielt bei der Nachfolgefrage die Mehrfachbeschäftigung eine große Rolle. Die Übernahme des Betriebs ist für die Nachfolger oft nur durch außerlandwirtschaftliche Einkommensmöglichkeiten zu realisieren (Rossier und Wyss, 2006a).

3.2.4.3 Statistische Daten zur Hofnachfolge in Bayern

In Bayern waren 2011 die meisten Betriebsleiter zwischen 45 und 55 Jahre alt. Das Durchschnittsalter lag bei fast 50 Jahren (Zenger, 2013). Im Vergleich zu anderen Bundesländern ist die Nachfolgesituation in Bayern als relativ günstig anzusehen. 37 % der Betriebsinhaber von landwirtschaftlichen Einzelunternehmen gaben bei der Landwirtschaftszählung 2010 an, dass ihre Hofnachfolge gesichert sei (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2011). In Oberbayern war in 44 % der Einzelunternehmen ein Hofnachfolger vorhanden und im Landkreis Garmisch-Partenkirchen bei 46 % der Betriebe (Abb. 3.7).

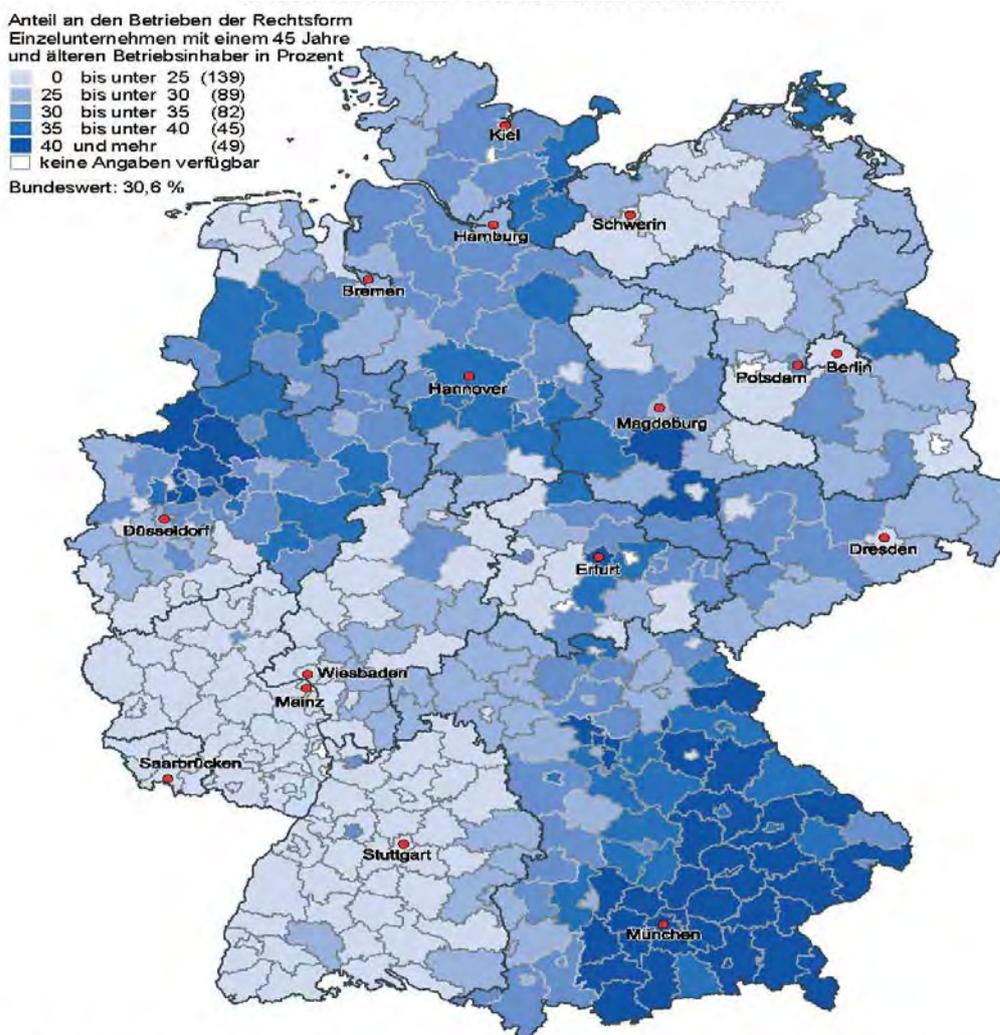


Abb. 3.7: Anteil der Betriebe mit gesicherter Hofnachfolge (= Betriebe, der Rechtsform Einzelunternehmen mit einem 45-jährigen oder älteren Betriebsleiter) in den kreisfreien Städten und Landkreisen gemäß Landwirtschaftszählung 2010 (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2011, S. 17)

Sowohl die Details der statistischen Daten als auch die Ergebnisse der Befragung im Rahmen des vorliegenden Forschungsvorhabens weisen jedoch darauf hin, dass das Mindestalter der Betriebsleiter von 45 Jahren für die Beantwortung der Nachfolgefrage (wie in der Landwirtschaftszählung praktiziert) zu niedrig ist. Die potenziellen Betriebsnachfolger sind in der Regel noch zu jung, als dass die Hofnachfolge geklärt sein kann. Insbesondere bei Nebenerwerbsbetrieben klärt sich die Nachfolgefrage oft spät, auch weil die potenziellen Betriebsnachfolger in der Regel keine landwirtschaftliche Ausbildung absolvieren (siehe Abschnitt 3.2.7.8.3).

3.2.5 Qualitative Befragung

Mithilfe von leitfadengestützten Interviews mit Betriebsleitern und ihren potenziellen Nachfolgern wurden die exogenen und endogenen Einflussfaktoren (vgl. Abschnitt 3.2.3.3 und 3.2.3.4) auf die Hofnachfolge in diversifizierenden Betrieben im deutschen Alpenraum ermittelt bzw. überprüft. Während der Gespräche wurde darauf Wert gelegt, eine ungezwungene Atmosphäre herzustellen und auf die individuelle Situation der Gesprächspartner einzugehen. Daher wurden offensichtlich nicht zutreffende Fragen übersprungen und Abschweifungen seitens der Interviewten zugelassen.

Schwerpunkte der Interviews waren:

- die wirtschaftliche Situation des Betriebs und der Betriebsleiterfamilie,
- Arbeitsbelastung und Lebensstandard,
- außerbetriebliche Erwerbsperspektiven des Betriebsleiters bzw. des potenziellen Hofnachfolgers,
- der zeitliche Verlauf der Aufnahme der verschiedenen Tätigkeiten des Betriebsleiters und der Investitionen in den Betrieb,
- Bedeutung der verschiedenen Maßnahmen der Agrarförderung für den Betrieb und die Hofnachfolge, Kritik und Verbesserungsvorschläge,
- Einstellungen und Tätigkeiten im Zusammenhang mit Aufgaben einer multifunktionalen Landwirtschaft.

Die potenziellen Hofnachfolger wurden schwerpunktmäßig zu Motiven und Einschätzungen befragt, die im Zusammenhang mit der Hofnachfolge stehen.

3.2.5.1 Auswahl der Betriebe

Die Auswahl der Betriebe erfolgte in Abstimmung mit der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL). Für die Befragung im Landkreis Garmisch-Partenkirchen konnten zwei Haupterwerbsbetriebe und drei Nebenerwerbsbetriebe im Berggebiet gefunden werden. Alle bewirtschafteten Dauergrünland, das mindestens 800 m über NN liegt, und hatten verschiedene Einkommensquellen, z. B. aus landwirtschaftlichen Nebenbetrieben oder außerlandwirtschaftlichen Tätigkeiten (Mehrfachbeschäftigungen). Die Betriebsleiter wurden zwischen 1951 und 1960 geboren und hatten mindestens drei Kinder. Bei zwei Betrieben war die Nachfolge gesichert, bei zwei Betrieben war sie wahrscheinlich gesichert und bei einem Betrieb noch unsicher.

Es konnte kein Betrieb für die Befragung gewonnen werden, bei dem die bereits erwachsenen Kinder die Betriebsnachfolge schon explizit abgelehnt hatten. Dies erklärt sich einerseits aus der grundsätzlichen Schwierigkeit, zwei Generationen eines Betriebs für eine Befragung zu gewinnen. Denn einerseits waren bei Nebenerwerbsbetrieben die (potenziellen) Betriebsnach-

folger Vollzeit außerhalb des elterlichen Betriebs tätig und andererseits wurde offensichtlich nur in Familien mit einem guten Zusammenhalt und einer guten familiären Atmosphäre die Interviewanfrage an die Kinder weitergeleitet. Es kann davon ausgegangen werden, dass angefragte Betriebe mit (größeren) innerfamiliären Konflikten von vornherein die Teilnahme an der Untersuchung ablehnten.

3.2.5.2 Betriebsgröße, betriebswirtschaftliche Ausrichtung und Betriebsleitung

Die Betriebe verfügten über eine landwirtschaftliche Fläche zwischen 13 und 80 ha (ausschließlich Dauergrünland). Es handelte sich um drei Milchviehbetriebe, einen Schafhaltungsbetrieb und einen Betrieb mit Pferdezucht und -ausbildung.

In zwei der fünf Betriebe hatten die männlichen Ehepartner eingeheiratet. Weil bei diesen Betrieben offiziell beide Ehepartner als Betriebsleiter angegeben wurden und eine ähnlich hohe betriebliche Arbeitszeit hatten, werden in der vorliegenden Untersuchung beide Partner als Betriebsleiter bezeichnet.

3.2.5.3 Einkommenskombinationen

Alle landwirtschaftlichen Betriebe verfügten über mehrere Betriebszweige bzw. Einkommenskombinationen. Diese waren in unterschiedlichem Maße für das Betriebseinkommen relevant:

- Sehr wichtig waren zweimal die Forstwirtschaft (je etwa 50 ha), zweimal Ferien auf dem Bauernhof und einmal Winterdienst.
- Wichtig aufgrund von Synergieeffekten waren dreimal Lohnarbeiten für die Kommune (Landschaftspflege, Mahd von Straßenbegleitgrün u. Ä.) und einmal Kutschfahrten.
- Eher unwichtig war für einen Betrieb die Direktvermarktung.
- Nur selten durchgeführt wurden Lohnarbeiten für andere landwirtschaftliche Betriebe von vier Betrieben.
- Relevant für das persönliche Einkommen des Hofnachfolgers waren in einem Fall Lohnarbeiten über den Maschinenring.
- Haupteinnahmequelle in den Nebenerwerbsbetrieben waren Anstellungen im Handwerk (einmal) und in der Banken- und Versicherungsbranche (einmal) sowie eine selbstständige Tätigkeit im Hotel- und Gaststättengewerbe.

3.2.5.4 Gesprächspartner

Es wurden in fünf Betrieben die Betriebsleiter im Alter von 53 bis 62 Jahren (viermal männlich, einmal weiblich) und je ein potenzieller Hofnachfolger im Alter von 24 bis 32 Jahren (dreimal männlich, zweimal weiblich) von jedem Betrieb befragt. Insgesamt gab es in den Betrieben 18 Kinder (17 über 18 Jahre), also 18 potenzielle Hofnachfolger.

In vier Betrieben war ein mitarbeitender Partner bzw. Mitbetriebsleiter vorhanden; in drei Betrieben stand dieser auch für Fragen zur Verfügung. Mit Ausnahme des Betriebs, bei dem die Hofnachfolge noch ungeklärt war – hier waren beide Eltern anwesend – wurden die Interviews mit den potenziellen Hofnachfolgern ganz oder überwiegend in Abwesenheit der Eltern geführt.

Die Interviews dauerten 30 bis 90 Minuten und wurden zum großen Teil mitgeschnitten. Über nicht mitgeschnittene Gesprächsteile wurde nach den Interviews ein Gedächtnisprotokoll angefertigt.

3.2.5.5 Haupttätigkeit der befragten potenziellen Hofnachfolger

Von den befragten potenziellen Hofnachfolgern waren hauptberuflich einer im elterlichen landwirtschaftlichen Betrieb, zwei im Handwerk und zwei im Hotel- und Gaststättengewerbe beschäftigt. Alle halfen im elterlichen landwirtschaftlichen Betrieb mit.

3.2.5.6 Ergebnisse

Die Ergebnisse der qualitativen Befragung wurden, soweit möglich, in einen Kontext mit vorhandenen statistischen Daten und den Ergebnissen früheren Forschungsarbeiten gesetzt. Um eine bessere Anonymisierung zu erreichen, werden die befragten erwachsenen Söhne und Töchter der Betriebsleiterpaare in den Auswertungen meist als Kind bezeichnet.

3.2.6 Betriebsbezogene Bestimmungsgründe für die Hofnachfolge

Auf den Betrieb bezogene Bestimmungsgründe für die Hofnachfolge sind u. a. der sozioökonomische Betriebstyp, die Größe des Betriebs, der Grad der Diversifizierung und die wirtschaftliche Situation des landwirtschaftlichen Betriebs. Ihr Einfluss auf das Vorhandensein eines Hofnachfolgers scheint jedoch regional unterschiedlich zu sein und tritt in Berggebieten teilweise hinter individuellen und soziokulturellen Faktoren zurück.

3.2.6.1 Sozioökonomischer Betriebstyp

Die Interviews mit den Hofnachfolgern ergaben, dass bei Haupterwerbsbetrieben die Betriebsnachfolge

- häufiger gesichert ist,
- früher geklärt ist und dass
- potenzielle Hofnachfolger häufiger eine landwirtschaftliche Ausbildung absolvieren als Hofnachfolger in Nebenerwerbsbetrieben.

Dies deckt sich mit den Ergebnissen der Landwirtschaftszählung 2010 (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2011). In Bayern gaben 41 % der Inhaber von Haupterwerbsbetrieben im Alter von 45 und mehr Jahren an, dass ein Betriebsnachfolger vorhanden sei. Dies war nur bei 31 % der Nebenerwerbsbetriebe der Fall. Bis zum Alter von 64 Jahren steigt die Wahrscheinlichkeit, dass ein Hofnachfolger vorhanden ist (Abb. 3.8).

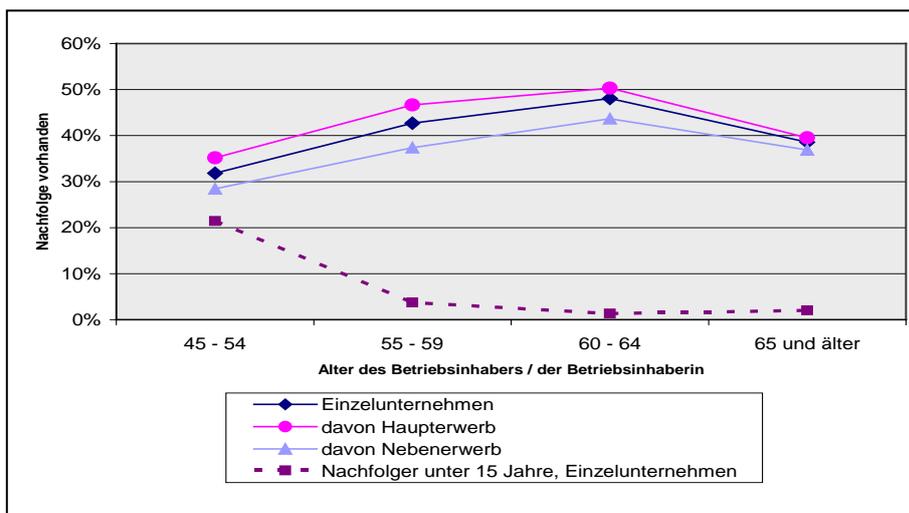


Abb. 3.8: Anteil der Betriebe mit gesicherter Betriebsnachfolge in Bayern 2010 (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2011)

Allerdings dürfte der prozentuale Anteil der gesicherten Hofnachfolge bei Einzelunternehmen tatsächlich geringer sein, als durch die Landwirtschaftszählung 2010 (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2013) ermittelt wurde (37 % in Bayern, 44 % in Oberbayern und 46 % im Landkreis Garmisch-Partenkirchen). Es kann jedoch von einem hohen Unsicherheitsgrad ausgegangen werden, weil

- im Rahmen der Landwirtschaftszählung auch Personen unter 18 Jahren als sichere Nachfolger angegeben werden konnten und 12 % der in Bayern angegebenen Hofnachfolger maximal 14 Jahre alt waren,
- in manchen Regionen der Anteil von Nebenerwerbsbetrieben sehr hoch ist.

Die Anzahl der Nebenerwerbsbetriebe nach Kennzahlen der Landwirtschaftszählung 2010, die auch die Grundlage für die Ermittlung der Hofnachfolge bildete, lag im Landkreis Garmisch-Partenkirchen bedeutend niedriger als die Anzahl der Nebenerwerbsbetriebe nach InVeKoS (Tab. 3.18), wobei hier auch die Erfassungsgrenzen eine Rolle spielten (siehe Abschnitt 3.2.3.2). Nach InVeKoS-Datenbestand für das Jahr 2012 waren im Landkreis Garmisch-Partenkirchen bereits 79 % der Antragsteller Nebenerwerbslandwirte (Oberbayern: 55 %, Bayern: 61 %).

Tab. 3.18: Vergleich der Antragsteller gemäß InVeKoS-Datenbank und Landwirtschaftszählung 2010 (LfL, 2013a, Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2013)

	InVeKoS 2010 (alle Antragsteller)		Landwirtschaftszählung 2010	
	Landwirtschaftliche Betriebe	Anteil Nebenerwerb (%)	Landwirtschaftliche Betriebe (alle Rechtsf.)	Anteil Nebenerwerb (%)
Bayern	117.176	59	97.873	46
Oberbayern	29.604	53	25.246	42
LK Garmisch-Partenkirchen	990	77	659	54

Sowohl bei der Betriebssuche als auch in den Interviews wurde deutlich, dass bei Nebenerwerbsbetrieben die Entscheidung, ob und von welchem der Kinder der Betrieb weitergeführt wird, häufig erst sehr spät erfolgt. Über eine außerfamiliäre Hofnachfolge wurde vor dem Übergang ins Rentenalter in der Regel nicht nachgedacht. Eine der für ein Interview angefragten Betriebsleiterinnen (unter 60 Jahre) eines Nebenerwerbsbetriebs lehnte beispielsweise die Teilnahme an der Untersuchung mit der Begründung ab, dass es zu früh sei, eines ihrer zwischen Mitte 20 und Mitte 30 Jahre alten Kinder mit der Nachfolgefrage zu konfrontieren.

Obwohl es sich bei den Betriebsleiterfamilien in der Befragung höchstwahrscheinlich um Familien mit überdurchschnittlich guter familiärer Atmosphäre handelte, ergaben sich bei der Befragung der Nebenerwerbsbetriebe, anders als bei Haupterwerbsbetrieben, teilweise unterschiedliche Einschätzungen der Elterngeneration (55 bis 61 Jahre) und der interviewten Kinder (27 bis 32 Jahre) hinsichtlich der Frage, von welchem der Kinder der landwirtschaftliche Betrieb fortgeführt werden wird. Nur bei einem Nebenerwerbsbetrieb bestand diesbezüglich Konsens. Allerdings strebte das befragte Kind zunächst eine gemeinsame Betriebsführung mit dem Vater an und hatte bis zum Interviewtermin nicht über eine Nachfolge nachgedacht. Zur Begründung wurde die Vitalität des Vaters genannt, die bislang am Nachdenken über eine Betriebsnachfolge gehindert habe.

Die befragten Kinder der zwei anderen Nebenerwerbsbetriebe berichteten von Absprachen unter den Geschwistern oder von vagen Überlegungen, den Hof später gemeinsam weiterzuführen. Wirklich konkrete Vorstellungen hatten nur die Kinder des Nebenerwerbsbetriebs, der voraussichtlich innerhalb der nächsten fünf Jahre übergeben wird: Der zweitälteste Sohn wird den Betrieb offiziell übernehmen, der älteste Sohn wird in der Landwirtschaft helfen, soweit dies nötig ist, und die Schwester wird sich um die Ferienzimmer kümmern.

Zusammenfassend konnte festgestellt werden, dass sich bei Nebenerwerbsbetrieben oftmals sowohl die Elterngeneration als auch die Generation der Kinder erst dann ernsthaft mit der Hofnachfolgefrage auseinandersetzt, wenn der Betriebsleiter älter als 60 Jahre ist. Dies galt häufig auch, wenn die Kinder Interesse an der Landwirtschaft hatten und grundsätzlich bereit waren, die Tradition fortzuführen. Dies ist in Berggebieten häufig der Fall und führt zu einer relativ hohen Nachfolgerate in Berggebieten (Rossier und Wyss 2006a, Streifeneder, 2009).

3.2.6.2 Betriebsgröße

Die Betriebsgröße hat statistisch einen deutlicheren Einfluss auf die Betriebsnachfolge als der sozioökonomische Betriebstyp. Die Analyse der statistischen Daten über die Hofnachfolge in Bayern aus der Landwirtschaftszählung 2010 ergab bis zu einer Betriebsgröße von 500 ha einen engen Zusammenhang zwischen der Größe der Betriebe und dem Vorhandensein eines Hofnachfolgers (Abb. 3.9). In Bayern verfügten jedoch nur zwölf Betriebe über eine landwirtschaftliche Fläche von über 500 ha.

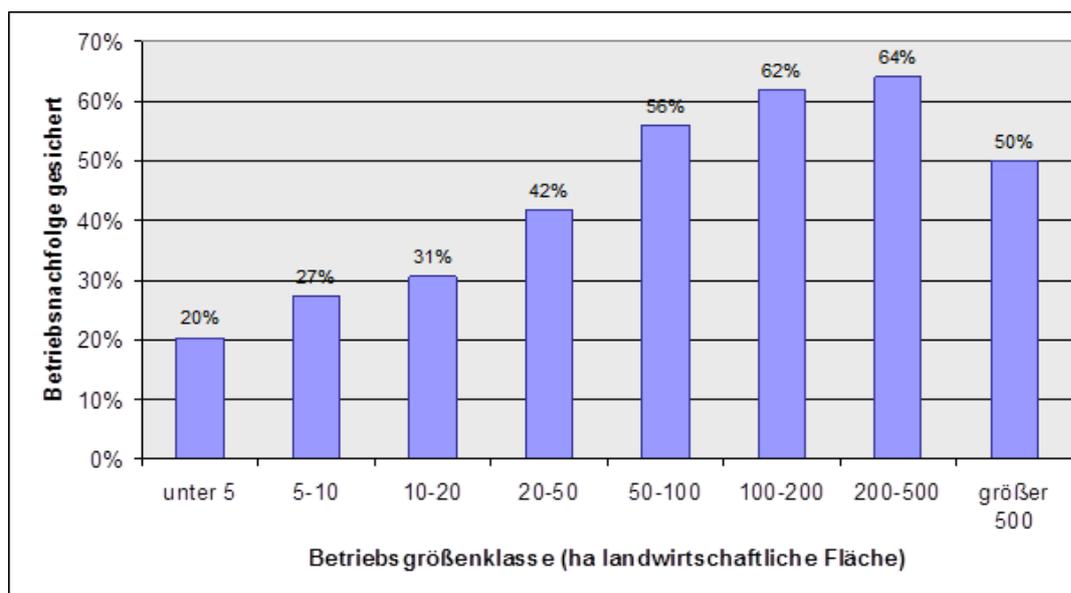


Abb. 3.9: Betriebsnachfolge in Bayern nach Betriebsgrößenklassen im Jahr 2010 (nach Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2011)

Auch im Rahmen einer umfangreichen Befragung in der Schweiz (im Rahmen des Farm Transfer Data Network) konnte ein enger Zusammenhang zwischen einer steigenden Betriebsgröße und der Übernahmewahrscheinlichkeit gefunden werden (Rossier, 2005). Als weitere Determinanten, die einen signifikanten Einfluss auf die Hofnachfolge hatten, konnten die Anzahl der Söhne – nicht der Kinder – und die Lage (steigende Übernahmewahrscheinlichkeit: Tal, Hügel, Berg) der Betriebe gefunden werden. Rossier (2005) führt Letzteres auf mangelnde Alternativen und die größere Verbundenheit der Bergbauern mit der Landwirtschaft zurück.

Die Befragung im Landkreis Garmisch-Partenkirchen ergab ebenfalls ein hohes Maß an Traditionsverbundenheit und Pflichtgefühl bei der Mehrzahl der Hofnachfolger. Besonders bei den Nebenerwerbsbetrieben schien dies bei der Entscheidung für eine Hofnachfolge eine größere Rolle zu spielen als die Größe der Betriebe (siehe Abschnitt 3.2.7.4).

3.2.6.3 Einkommenskombinationen und wirtschaftliche Situation der Betriebe

Es lagen keine betriebswirtschaftlichen Daten wie Buchführungsergebnisse für die befragten Betriebe vor. Mithilfe der vorliegenden InVeKoS-Daten und der Interviews sowie aufgrund des persönlichen Eindrucks während der Betriebsbesuche konnte die Einkommenssituation der Betriebe jedoch abgeschätzt werden.

3.2.6.3.1 *Haupterwerbsbetriebe*

Einzig im größten der befragten Betriebe – einem Haupterwerbsbetrieb mit circa 80 ha Dauergrünland und über 50 Milchkühen – schien, auch durch die Einkünfte aus der Bewirtschaftung von circa 50 ha eigenem Wald, das Betriebseinkommen für den Erhalt des landwirtschaftlichen Betriebs in der jetzigen und der nachfolgenden Generation voll ausreichend zu sein. Ein Hinweis auf die relativ gute wirtschaftliche Situation war, dass der Betriebsnachfolger Vollzeit im Betrieb mitarbeitet. Der Zuverdienst durch die Direktvermarktung von geringen Mengen Käse auf dem eigenen Hof trug hier nur in minimalem Maße zum Familieneinkommen bei und die Lohnarbeiten (Maschinenring) des Betriebsnachfolgers dienten hauptsächlich dessen persönlichem Einkommen.

Auch im zweiten Haupterwerbsbetrieb spielten die Einkünfte aus der Forstwirtschaft eine wesentliche Rolle (ebenfalls circa 50 ha Wald). Das Einkommen aus Land- und Forstwirtschaft war jedoch offensichtlich nicht ausreichend. Etwa die Hälfte des Familieneinkommens der Betriebsleitergeneration stammte aus den Einkommenskombinationen Winterdienst und Urlaub auf dem Bauernhof. Der Betriebsnachfolger ging in Vollzeit einer außerbetrieblichen Tätigkeit nach und absolvierte zum Zeitpunkt der Befragung eine Fortbildung zum Handwerksmeister.

Die wirtschaftliche Bedeutung von Erwerbs- und Einkommenskombinationen für die landwirtschaftlichen Betriebe ist nur begrenzt aus den Agrarstatistiken ablesbar. Gerade die bedeutendsten Einkommensquellen fallen häufig aus der Statistik heraus, weil sie als rechtlich selbstständige Gewerbebetriebe eingestuft werden.

Dies ist beim zweitgrößten Betrieb in der Befragung der Fall. Die Einkünfte aus der Vermietung von Ferienwohnungen (über 20 Betten) trugen etwa zu 30 % zum Betriebseinkommen bei und stellten das Haupttätigkeitsfeld der Betriebsleiterin dar, die sich mehrfach im Bereich Urlaub auf dem Bauernhof weitergebildet hatte und den Feriengästen auch Dienstleistungen im Freizeitbereich anbot. Die Website des Betriebs war professionell gepflegt und es bestand eine Kooperation mit anderen Anbietern im selben Segment.

In gleichem Maße wie die Feriengäste trug der vom Betriebsleiter ausgeführte Winterdienst für die Kommune zum Betriebseinkommen bei. In geringem Maße wurden auch noch weitere Tätigkeiten, wie z. B. das Mähen von Straßenböschungen, im Auftrag der Kommune durchgeführt. Der Anteil der landwirtschaftlichen Urproduktion (Milcherzeugung) betrug bei diesem Betrieb noch maximal 30 %.

3.2.6.3.2 *Nebenerwerbsbetriebe*

Die für die Nebenerwerbsbetriebe bedeutenden Einkommenskombinationen waren Urlaub auf dem Bauernhof, Landschaftspflege und Kutschfahrten. Lohnarbeiten für andere landwirtschaftliche Unternehmen spielten kaum eine Rolle. Dies wurde damit begründet, dass jeder Betrieb aufgrund schneller Wetterwechsel und verstreut liegender Flächen eigene Maschinen vorhalten müsse.

Auch bei den Nebenerwerbsbetrieben trugen die Einkommenskombinationen in unterschiedlichem Maße zum Betriebseinkommen bei. Beispielsweise hatten bei einem Betrieb die Einkünfte durch Ferienzimmer (sechs Betten) einen Anteil von etwa 50 %.

Oft konnten die Betriebsleiter den Einkommensanteil bestimmter Nebenbetriebe nicht quantifizieren, weil der Nutzen häufig auf Synergieeffekten beruhte. So betrieb eine Familie Landschaftspflege, indem sie einige Hektar Streuwiesen im öffentlichen Auftrag mähte, allerdings nur in dem Umfang, wie Einstreu für die eigenen Tiere benötigt wurde. Ein anderer Betrieb beweidete kommunale Flächen zur Landschaftspflege, wenn sie günstig zu den eigenen Betriebsflächen lagen.

Der Pferdezuchtbetrieb bot für Feriengäste Kutschfahrten an, die der Ausbildung der eigenen Jungpferde dienten. Hierdurch „bezahlen“ die Touristen die Ausbildung der Pferde und die Kutschpferde erzielten beim Verkauf höhere Preise, weil sie ruhig und straßensicher sind. Dadurch war der Absatz besser gesichert als bei konkurrierenden Pferdezüchtern.

3.2.6.3.3 *Bedeutung der Forstwirtschaft*

Die Betriebsleiter der beiden Haupterwerbsbetriebe gaben in der Befragung an, dass die Einkünfte aus ihrem jeweils etwa 50 ha großen Waldbesitz mit 20 bis 25 % des Betriebseinkommens wichtig sind. Sie betonten die stabilisierende Wirkung der Forstwirtschaft auf ihre Betriebe. Je nach Holz- oder Milchpreis könnten sie ihre Arbeitskraft unterschiedlich einsetzen. Die stabilisierende Wirkung der Forstwirtschaft auf landwirtschaftliche Betriebe konnte Weiss (2006) für die 1990er-Jahre in Österreich zeigen. Wesentlich war jedoch der Anteil am Betriebseinkommen und an der aufzuwendenden Arbeitsleistung. Stiegen diese über bestimmte Grenzwerte (abhängig von der Größe des landwirtschaftlichen Betriebs), wurde der Ausstieg aus der Landwirtschaft eher befördert (Weiss, 2006).

Die Auswertung der Landwirtschaftszählung 2010 auf Kreisebene ergab, dass die häufigste Einkommenskombination (nach agrarstatistischer Definition) im Landkreis Garmisch-Partenkirchen die Forstwirtschaft ist (Abb. 3.10). Nach Weinberger-Miller (2013a) gehört die Forstwirtschaft jedoch zur Urproduktion und ist daher keine Einkommenskombination, sondern ein Betriebszweig. Erst die Verarbeitung von Holz, wie die Herstellung von Brennholz, ist in diesem Sinn eine Einkommenskombination.

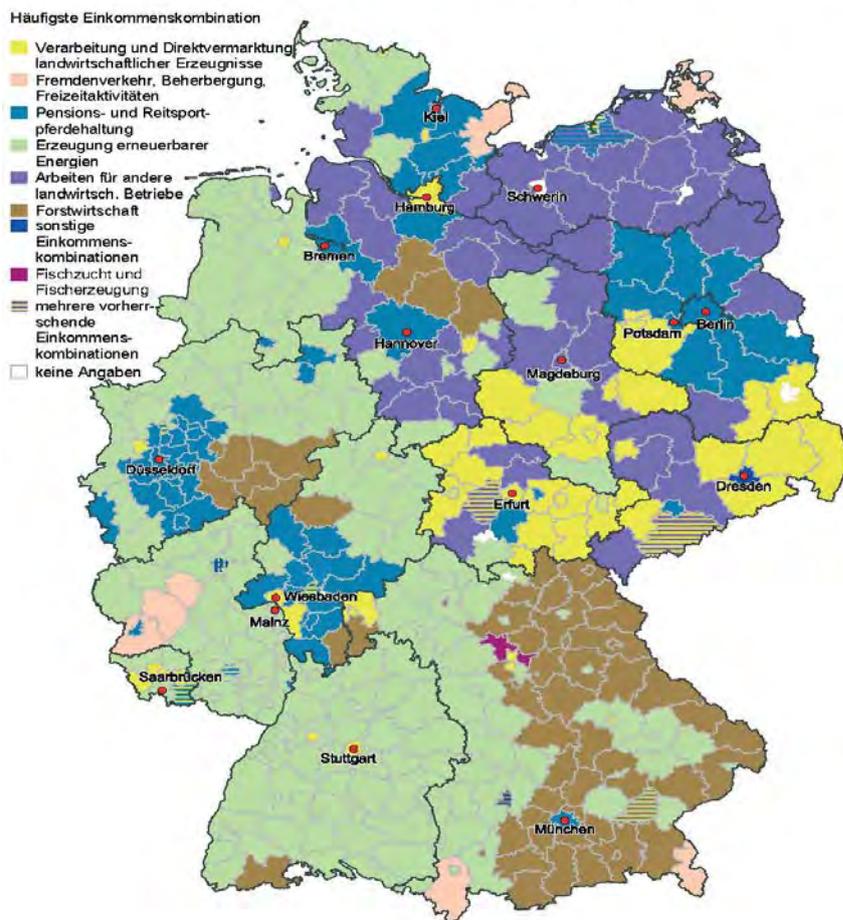


Abb. 3.10: Häufigste Einkommenskombination in landwirtschaftlichen Betrieben 2010 in den kreisfreien Städten und Landkreisen (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2011)

3.2.6.3.4 Mehrfachbeschäftigungen

Beim befragten Betriebsleiterpaar eines Haupterwerbsbetriebs lagen steuerrechtlich Mehrfachbeschäftigungen vor, weil die Erwerbsskombinationen des Betriebs wegen ihres Umfangs als Gewerbe galten. Wegen ihres engen Bezugs zur Landwirtschaft wurden sie bereits in Abschnitt 3.2.6.3.1 beschrieben. Im zweiten Haupterwerbsbetrieb gab es in der Betriebsleitergeneration keine Mehrfachbeschäftigung.

Bei den Nebenerwerbsbetrieben arbeitete in zwei Fällen jeweils eine Person der Betriebsleitergeneration in einem Angestelltenverhältnis, einer Vollzeit und einer Teilzeit (75 %). Beide Partner arbeiteten zusätzlich im landwirtschaftlichen Betrieb. Ein weiterer Betriebsleiter war außerhalb der Landwirtschaft selbstständig und hatte keinen Partner.

Das Einkommen der Betriebsleitergeneration aus den außerbetrieblichen Beschäftigungen lag bei zwei von drei Nebenerwerbsbetrieben wesentlich höher als das Einkommen aus der Landwirtschaft inklusive aller Nebenbetriebe (Einkommenskombinationen). Mindestens bei einem Betrieb beteiligten sich auch die erwachsenen Kinder an der Finanzierung von notwendigen Betriebsinvestitionen, weil das Einkommen des Betriebsleiterpaars hierfür nicht in jedem Fall ausreichend war.

Abgesehen von demjenigen, der eine Ausbildung zum Landwirt hatte und im elterlichen Betrieb tätig war, arbeiteten die befragten Hofnachfolger in einem Angestelltenverhältnis. Nach der Hofübergabe wird der Umfang ihrer außerbetrieblichen Tätigkeiten hauptsächlich von finanziellen Erwägungen abhängig sein (siehe Abschnitt 3.2.7.8.2).

3.2.6.4 Ökonomische Sicht der Hofnachfolger

Die potenziellen Hofnachfolger der Haupt- und Nebenerwerbsbetriebe in der Befragung hatten eine mehr oder weniger genaue Vorstellung von der wirtschaftlichen Situation des Betriebs, waren jedoch überwiegend nicht in die Buchführung involviert oder anderweitig über die finanzielle Situation und die Kennzahlen der betriebswirtschaftlichen Auswertung informiert. Einzig der Hofnachfolger, der als Erster den Betrieb übernehmen wird (etwa in drei Jahren), hatte anscheinend einen guten Überblick. Insgesamt bewerteten die potenziellen Hofnachfolger die wirtschaftliche Situation der elterlichen Betriebe etwas schlechter als die befragten Eltern. Dieses Ergebnis entspricht repräsentativen Ergebnissen aus der Schweiz (Rossier und Wyss, 2006a).

Die Einkünfte aus der Land- und Forstwirtschaft wurden nur von einem der potenziellen Hofnachfolger als befriedigend bezeichnet. Jedoch wies auch dieser auf einen zu geringen Stundenlohn hin. Alle anderen machten deutlich, dass schon heute zusätzliche Einnahmequellen notwendig seien, um den elterlichen Betrieb zu erhalten. Dies werde ihrer Einschätzung nach auch in Zukunft so sein. Hierbei waren sowohl Einkommenskombinationen als auch Mehrfachbeschäftigungen gemeint.

Einer der Hofnachfolger eines Nebenerwerbsbetriebs wies im Interview darauf hin, dass „man ja nicht weiß, ob die Rente der Eltern ausreichend ist“. Wenn diese finanziell unterstützt werden müssten, dann sei auch mehr Lohnarbeit erforderlich und die Tierhaltung müsse vielleicht doch aufgegeben werden, weil sie sehr zeitintensiv sei.

3.2.6.5 Ausbildungsweg des Hofnachfolgers

Der Anteil der Hofnachfolger, die eine landwirtschaftliche Ausbildung haben, steigt mit der Größe des Betriebs (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2011). Eine Ausnahme bilden die Betriebe unter 5 ha. Hierbei handelt es sich häufig um Gartenbaubetriebe im Haupterwerb mit einer durchschnittlichen Betriebsgröße von 4,7 ha in Bayern, deren Betriebsnachfolger zu 82 % eine landwirtschaftliche Ausbildung haben oder anstreben. Der Gartenbau dürfte auch in den Betriebsklassen bis 20 ha einen (abnehmenden) Einfluss auf den Anteil der Hofnachfolger mit landwirtschaftlicher Ausbildung haben. Erst ab einer Betriebsgröße von 50 ha landwirtschaftlicher Fläche verfügt eine große Mehrheit der Hofnachfolger (81 %) über eine landwirtschaftliche Ausbildung (Abb. 3.11).

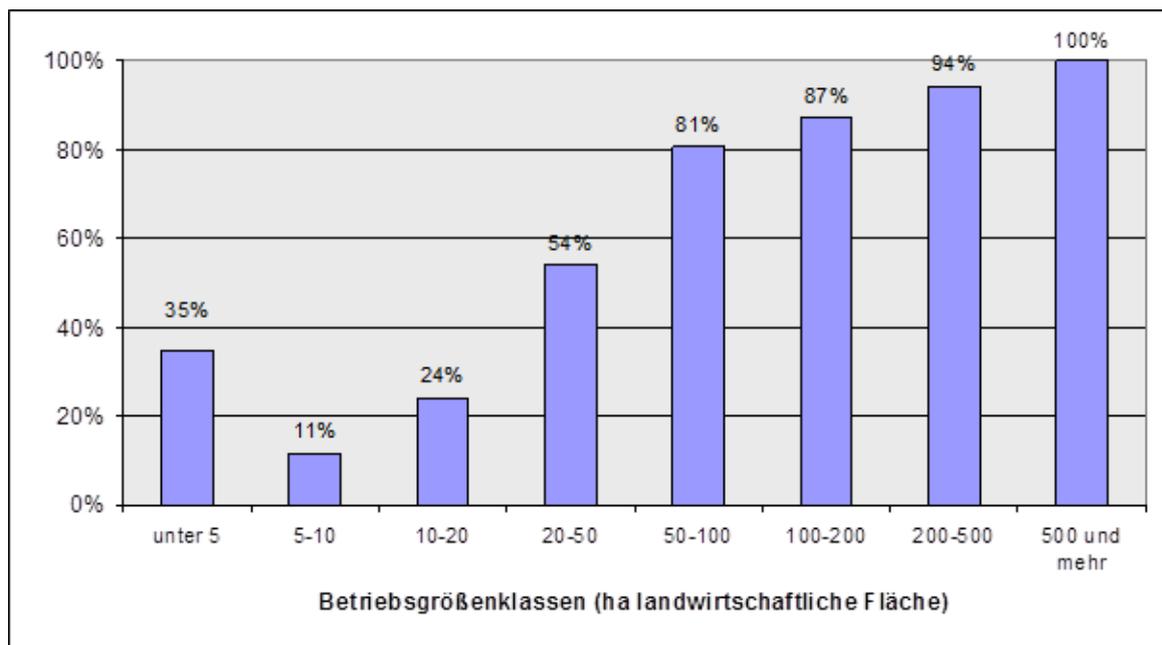


Abb. 3.11: Anteil der Hofnachfolger mit landwirtschaftlicher Ausbildung in Bayern in Abhängigkeit von der Betriebsgröße (nach Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2011)

Auch Rossier (2005) fand in der Schweiz einen positiven Zusammenhang zwischen der Betriebsgröße und der landwirtschaftlichen Ausbildung des Hofnachfolgers. Eine ähnliche Studie in Österreich konnte zeigen, dass die – durchschnittlich größeren – Haupterwerbsbetriebe häufiger einen Nachfolger mit landwirtschaftlicher Ausbildung haben (Vogel, 2006).

Die Befragungsergebnisse im Landkreis Garmisch-Partenkirchen standen im Einklang mit den statistischen Befunden. Einzig der Betriebsnachfolger eines Haupterwerbsbetriebs mit 80 ha landwirtschaftlicher Fläche hatte eine landwirtschaftliche Ausbildung. Hier war die Betriebsnachfolge schon frühzeitig geklärt: Der älteste Sohn sollte und wollte den Hof übernehmen.

Auch im kleineren der befragten Haupterwerbsbetriebe (27 ha) war schon lange klar, dass aufgrund der Neigung zur Landwirtschaft der zweitälteste Sohn den Hof übernehmen wird. Der Nachfolger hatte jedoch auch weitere Interessen und deshalb einen Handwerksberuf erlernt. Zur Zeit der Befragung absolvierte er die Ausbildung zum Meister. Vor der Übernahme möchte er noch Landwirtschaftskurse besuchen. Es erschien durchaus denkbar, dass er den Betrieb in Zukunft im Nebenerwerb führen wird. Hierzu bestanden jedoch noch keine konkreten Überlegungen, da bis zur Übergabe noch mehr als zehn Jahre vergehen werden.

Die potenziellen Betriebsnachfolger der Nebenerwerbsbetriebe in der Befragung hatten keine landwirtschaftliche Ausbildung. Dies fand auch die volle Zustimmung der Eltern. „Vom Hof kann man nicht leben und mit einer landwirtschaftlichen Ausbildung bin ich woanders nur Hilfsarbeiter“, sagte ein Hofnachfolger mit großem Interesse an der Landwirtschaft im Interview. Die Bildung und Ausbildung der Nachfolgeneration wird in Abschnitt 3.2.7.3 explizit erläutert.

3.2.6.6 Investitionsentscheidungen und Hofnachfolge

Innerhalb der letzten zehn Jahre investierten die beiden im Landkreis Garmisch-Partenkirchen befragten Haupterwerbsbetriebe und ein Nebenerwerbsbetrieb in größerem Umfang. In einem Haupterwerbsbetrieb wurde auf Initiative des Hofnachfolgers ein neuer Milchviehstall gebaut

und in den Maschinenpark investiert. Die Hofübergabe war hier zeitlich absehbar. Der Betriebsleiter des zweiten Haupterwerbsbetriebs investierte umfangreich in den Maschinenpark, der sowohl in der Landwirtschaft als auch für den gewerblichen Winterdienst eingesetzt wird. Diese Investitionen erfolgten unabhängig von der, erst in mehr als zehn Jahren zu erwartenden, Hofnachfolge. Der Stall- und Wohnungsbau eines Nebenerwerbsbetriebs erfolgte ebenfalls ohne Einbeziehung des potenziellen Hofnachfolgers, jedoch mit der Intention des Betriebsleiters, durch diese Investition eine Grundlage für den künftigen Lebensunterhalt eines seiner Kinder zu schaffen.

Die größeren Investitionen erfolgten also hauptsächlich im Bereich Landwirtschaft und trugen nur in einem Betrieb zur Diversifizierung bei. Für die folgenden Jahre wurden in den befragten Betrieben weder größere Investitionen noch Veränderungen der Betriebsausrichtung geplant. Lediglich Ersatzinvestitionen waren vorgesehen oder, in einem Fall, eine Investition zur Arbeitserleichterung.

Alle Betriebsleiter von Nebenerwerbsbetrieben betonten, dass sie den landwirtschaftlichen Betrieb schuldenfrei an ihre Kinder weitergeben möchten. Da das Einkommen aus den Nebenerwerbsbetrieben nur relativ gering war, müssten schon Investitionen von wenigen Tausend Euro aus dem außerbetrieblichen Einkommen finanziert werden oder, weil keine Kredite mehr aufgenommen werden sollen, unterbleiben.

Besonders die Betriebsleiter der Nebenerwerbsbetriebe betonten den hohen Investitionsbedarf für den Maschinenpark. Jeder Betrieb müsse aufgrund rascher Wetterwechsel und verstreut liegender Flächen alle für die Bewirtschaftung der Flächen notwendigen Maschinen selbst vorhalten. Beklagt wurde, dass die Anschaffung mancher, für die Bewirtschaftung der Hangflächen notwendigen Geräte, genannt wurden mehrfach Balkenmäher, nicht staatlich gefördert werde, weil der Kaufpreis das Mindestinvestitionsvolumen von 5.000 Euro unterschreite (Bayerisches Bergbauernprogramm – Teil C: Investitionsförderung im Talbetrieb). Dabei seien auch Investitionen in dieser Höhe für die Betriebe erheblich.

3.2.7 Regionalwirtschaftliche, kulturelle, familiäre und persönliche Bestimmungsgründe für die Hofnachfolge

Die Hofnachfolge wurde von einem ganzen Bündel von Faktoren beeinflusst. Wirtschaftliche Voraussetzungen wie das Einkommenspotenzial des Betriebs und der außerlandwirtschaftliche Arbeitsmarkt spielten ebenso eine Rolle wie persönliche Interessen und Familientraditionen. Oft ließ sich ein Faktor nicht vom anderen trennen.

3.2.7.1 Wirtschaft und Arbeitsmarkt

Der Tourismus spielt im Landkreis Garmisch-Partenkirchen eine überdurchschnittlich große Rolle. 2010 erwirtschaftete der Bereich Handel, Verkehr und Gastgewerbe 22 % der Bruttowertschöpfung des Landkreises (Oberbayern: 21 %, Bayern: 18 %). Die Bedeutung des Tourismus ist in den drei Gemeinden, in denen die befragten landwirtschaftlichen Betriebe ansässig sind, noch höher als durchschnittlich im Landkreis Garmisch-Partenkirchen. 2012 waren – bei einer Bevölkerung von insgesamt 12.000 Einwohnern – mehr als 1,2 Mio. Gästeübernachtungen zu verzeichnen. Etwa 425.000 davon fielen auf Betriebe mit unter neun Betten, meist in Privatzimmern oder im Rahmen von Urlaub auf dem Bauernhof.

Auch auf dem Arbeitsmarkt wird die Dominanz des Tourismussektors deutlich. In den drei Kommunen mit insgesamt 2.500 sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen waren 52 % im Bereich Handel, Verkehr und Gastgewerbe angesiedelt (Landkreis Garmisch-Partenkirchen: 33 %, Oberbayern: 23 %, Bayern: 22 %) und nur 15 % im produzierenden Gewerbe in-

klusive Verarbeitung und Baugewerbe (Landkreis Garmisch-Partenkirchen: 18 %, Oberbayern: 26 %, Bayern: 34 %).

Der Anteil der Auspendler der ansässigen sozialversicherten Bevölkerung der Gemeinden beträgt etwa ein Drittel (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2013). Auch die befragten männlichen Hofnachfolger mit handwerklicher Ausbildung arbeiteten außerhalb ihres Wohnorts, aber im Landkreis Garmisch-Partenkirchen (Pendelentfernung bis 50 km).

3.2.7.2 Wertschätzung multifunktionaler Berglandwirtschaft

Fast alle im Landkreis Garmisch-Partenkirchen befragten Personen stellten den Zusammenhang zwischen ihrer landwirtschaftlichen Tätigkeit und der Landschaftspflege her und wiesen auf die besondere Bedeutung der Berglandwirtschaft für den Tourismus und damit auch für die gesamte Wirtschaft hin. Völlig unterschiedlich fiel bei den Gesprächspartnern zweier benachbarter Gemeinden jedoch die Beurteilung darüber aus, ob dies in ihrer Gemeinde anerkannt wird. Im Folgenden werden die Aussagen von fünf Betriebsleitern teilweise wörtlich, teilweise inhaltlich, aber unter weitgehendem Erhalt des Sprachstils, dargestellt.

- *Die Landschaft ist die Basis für den Tourismus. Landwirtschaft ist hier immer Landschaftspflege. Die ist ganz wichtig. Die gesamte Wirtschaft der Region beruht auf dem Tourismus. Bei sehr vielen existiert die Landwirtschaft nur noch, weil sie Einkünfte aus dem Tourismus haben.*
- *Im ganzen Landkreis spielt der Tourismus eine besonders große Rolle, für jeden Wirtschaftsbereich. Ohne den Tourismus wären auch die Arbeitsplätze im Handel und im Handwerk (Bau von Ferienwohnungen) nicht da. Ohne Tourismus gäbe die Kommune den Landwirten auch kein Geld für die Pflege von Flächen bzw. für den Naturschutz. Und andererseits: Ohne die Landwirtschaft gäbe es keinen Tourismus und das gilt nicht nur für Urlaub auf dem Bauernhof. Mittlerweile sehen das die Tourismusverantwortlichen auch, z. B. der Bürgermeister und der Leiter des zuständigen Fremdenverkehrsamts.*
- *Sie [Anmerkung: die für den Tourismus Verantwortlichen] verstehen nicht, dass die Landwirtschaft absolut wichtig ist, um die Landschaft zu pflegen. Die Gäste kommen doch wegen der Landschaft. Vor Jahren gab es eine gute Förderung für die Abholzung und die Freihaltung von Flächen durch Beweidung. Das wurde auch gemacht. Dann musste die Gemeinde 10 % dazugeben [Anmerkung: hätte 10 % der Kosten selbst tragen müssen]. Und das ganze Geld wäre der Region zugute gekommen. Das haben sie aber nicht gemacht. Ein Gemeindeangestellter hat gesagt, das sei sowieso ein Schmarrn [Anmerkung: die Maßnahmen zur Freihaltung seien Unsinn]. Der ganze Berg ist bewaldet, früher war er das nicht [zeigt Fotos]! Sie meinen, wenn sie Luxushotels bauen, dann reicht das.*
- *Landschaftspflege! Darum geht's doch! Aber im Ort wird die Arbeit der Bauern nicht gewürdigt, auch das ehrenamtliche Engagement der Bäuerinnen nicht [Anmerkung: zählt einige Projekte auf]. Im Urlaubsprospekt des Orts stehen wir nicht mehr als Anbieter von Urlaub auf dem Bauernhof, sondern nur als Privatvermieter. Sonst wäre das ein [Anmerkung: unzulässiger] Vorteil für die Bauern, haben die vom Tourismus gesagt! Bei der Preisvergabe [Anmerkung: im Zusammenhang mit einem Regionalprojekt, zu dem die Landschaftspflege gehörte] haben sie die Bauern, die die Buckelwiesen pflegen, nicht eingeladen. Das ist in X anders, viel besser als in Y!*

Die Aussagen beleuchten nicht nur die wirtschaftlichen Zusammenhänge in der Region und das unterschiedliche Ansehen, das Bauern und Bäuerinnen in den jeweiligen Gemeinden (beides Tourismushochburgen!) haben. In den Interviews wurde deutlich, dass für die derzeitige

Betriebsleitergeneration sowohl die finanzielle als auch die soziale Anerkennung ihrer Leistungen eine wichtige Rolle spielte. Es ist anzunehmen, dass gerade diejenigen, die sich als Bauern wenig anerkannt fühlten, dies auch ihren Kindern vermitteln. Hierdurch dürfte bei diesen die Bereitschaft sinken, den Hof später zu übernehmen.

Über die Erwartung der Touristen, Weidetiere auf den Almen und die im Herbst stattfindenden Almabtriebe zu sehen, wurde in den Interviews nur am Rande gesprochen. Die Almabtriebe stellen einen besonderen Anlass für die Brauchtumpflege und eine Touristenattraktion dar und werden daher entsprechend beworben. Der Berglandwirtschaft kommt daher nicht nur wegen der Pflege der Landschaft, sondern auch wegen der Tierhaltung eine besondere Bedeutung für den Tourismus zu. Umso bedauerlicher sei es, wie ein Betriebsleiter in der Befragung (Halter einer für die Alpen typischen und vom Aussterben bedrohten Haustierrasse) beklagte, dass die Gastronomie die regional erzeugten Fleischprodukte nicht bevorzugt kauft und auch nicht als besondere Spezialität vermarktet.

Durch die hohe Verbundenheit der Bergbauern mit ihrer Region war auch ihre Bereitschaft groß, sich ehrenamtlich zu engagieren. Für die befragten Hofnachfolger hatte das Engagement bei der freiwilligen Feuerwehr einen besonders hohen Stellenwert.

3.2.7.3 *Bildung und Berufswahl der Nachfolgeneration*

Die interviewten Personen der Nachfolgeneration hatten alle nach ihrem Schulabschluss (qualifizierter Hauptschulabschluss bei den Männern, Realschulabschluss bei den Frauen) eine Ausbildung absolviert (Handwerk, Landwirtschaft, Hotelfach). Trotz hoher Arbeitsbelastung (ob in der Landwirtschaft oder im Hotel- und Gaststättengewerbe) waren sie sehr daran interessiert, sich weiterzubilden und absolvierten eine Qualifizierung zum Meister bzw. eine Fortbildung im betriebswirtschaftlichen Bereich oder hatten diese bereits abgeschlossen. Der hohe Anteil der im Hotel- und Gaststättengewerbe ausgebildeten bzw. tätigen Personen war auf die dominierende wirtschaftliche Stellung des Bereichs Tourismus in den Heimorten der Befragten zurückzuführen (siehe Abschnitt 3.2.7.1).

Bisher qualifizierten sich die potenziellen Betriebsnachfolger bis auf einen ausgebildeten Landwirt ausschließlich im außerlandwirtschaftlichen Bereich. Die befragten Personen beabsichtigten, meist längerfristig, sich auch landwirtschaftlich weiterzubilden. Die Ziele waren dabei recht unterschiedlich und reichten von Grundseminaren zu Buchführung und ähnlichen Inhalten, die für die Berechtigung auf Förderung benötigt werden, bis zum Ausbildungsgang zum Landwirt für Personen mit außerlandwirtschaftlichem Berufsabschluss.

Bis auf den ältesten Sohn des größten Betriebs in der Befragung unterschieden sich die interviewten Personen in ihrer Berufsausbildung wenig von ihren Geschwistern. Die Nachfolgeneration der befragten Betriebe im Alter von über 18 Jahren (zehn Söhne und sieben Töchter) hatte eine Ausbildung, war in Ausbildung oder arbeitete hauptberuflich in folgenden Wirtschaftsbereichen:

- Tourismus und Hotel- und Gaststättengewerbe: vier Töchter und drei Söhne,
- Handwerk: sechs Söhne,
- Einzelhandel: zwei Töchter,
- Gesundheitswesen: eine Tochter,
- Landwirtschaft: ein Sohn.

Bestimmende Faktoren für die Berufswahl der Nachfolgeneration waren persönliche Interessen, Arbeits- und Ausbildungsplätze in der Region (Tourismusgebiet), die Größe des landwirtschaftlichen Betriebs bzw. die Einkünfte aus der Landwirtschaft, der Rang in der Erbfolge des landwirtschaftlichen Betriebs und das Geschlecht, wobei hier keine Rangfolge festgelegt wurde. Nur der Nachfolger des größten landwirtschaftlichen Betriebs erzählte im Interview, dass seine Brüder auch Interesse an der Landwirtschaft gehabt hätten, er jedoch als ältester Sohn den Vorrang hatte. Wie auch sein Vater, entsprach er dem von Rossier und Wyss (2006a) beschriebenen Nachfolgemuster des direkten Einstiegs mit landwirtschaftlicher Erstausbildung, Weiterbildung (zum Meister) und weiterer beruflicher Tätigkeit auf dem elterlichen Hof.

Alle übrigen heutigen Betriebsleiter und ihre Nachfolger hatten den „Einstieg auf Umwegen“ vollzogen oder werden dies noch tun. Kennzeichnend dafür sind nach Rossier und Wyss (2006a):

- eine nicht landwirtschaftliche Ausbildung,
- eine außerlandwirtschaftliche Tätigkeit vor der Hofübernahme (und eventuell auch danach),
- eventuell eine landwirtschaftliche (Zweit-)Ausbildung vor der Hofübernahme.

In den Interviews mit den potenziellen Hofnachfolgern zeichnete sich ab, dass einige mit hoher Wahrscheinlichkeit den landwirtschaftlichen Betrieb weiterführen werden. Obwohl sich diese Gruppe in ihrer derzeitigen hauptberuflichen Tätigkeit nicht von ihren Geschwistern unterschied, waren Unterschiede in der Sozialisation, bei ihrer Identifikation mit dem landwirtschaftlichen Betrieb und ihren persönlichen Interessen festzustellen (siehe Abschnitt 3.2.7.4).

Eine landwirtschaftliche Zusatzausbildung vor der Hofübernahme wurde von den Befragten als sinnvoll erachtet, die für Berggebiete teilweise zu breite Ausrichtung der Ausbildung jedoch kritisiert. Vor allem wurde darauf hingewiesen, dass sie gegenwärtig keine Zeit hätten, eine landwirtschaftliche Qualifikation zu erwerben.

3.2.7.4 Individueller Weg zur Hofnachfolge

Mann (2007) benennt in „Wie entstehen HofnachfolgerInnen?“ Faktoren, die im Mittelpunkt der Entscheidungsfindung zur Hofnachfolge stehen. Er unterscheidet identitätsbezogene, z. B. Präferenz für Arbeit mit Tieren, und umweltbezogene Faktoren, also solche die außerhalb des Individuums liegen, wie das Einkommenspotenzial des Betriebs. Um deren Bereitschaft, den elterlichen Hof zu übernehmen, zu untersuchen, wertete er eine schriftliche Befragung von über 700 potenziellen Hofnachfolgern aus, die in der Schweiz im Rahmen des Farm Transfer Data Networks durchgeführt wurde. So konnte er die hohe Bedeutung der identitätsbezogenen Faktoren wie Freude an der praktischen oder handwerklichen Arbeit, der Selbstständigkeit, der Arbeit im Freien und der Arbeit mit Tieren zeigen.

Allerdings stellte Mann (2007) deutliche Geschlechtsunterschiede fest. Die Zustimmung zu diesen identitätsbezogenen Faktoren war bei den Frauen durchgängig geringer. Lediglich bei der Frage nach dem Interesse an einer Arbeit mit Tieren ergaben sich ähnliche Zustimmungswerte wie bei den Männern. Ökonomische Faktoren spielten bei den Frauen kaum eine Rolle. Der Autor führt dies darauf zurück, dass die Frage nach der Bereitschaft zur Hofnachfolge für die Frauen fast immer rein hypothetisch war (Mann, 2007).

Als ganz zentral für eine erfolgreiche Betriebsübergabe stellte sich das persönliche Verhältnis zwischen den scheidenden Betriebsleitern und ihren Nachfolgern heraus. Ein allgemein gutes Verhältnis war nicht ausreichend. „Nur wer sich vorstellen kann, mit seinen Eltern zusammenzuarbeiten, wird willens sein, den elterlichen Betrieb zu übernehmen.“ Diese Option stieß bei den befragten Frauen jedoch auf bedeutend stärkere Ablehnung, was auf die ungleiche Sozialisation zurückgeführt wurde und sich auch in Gruppendiskussionen – vor allem der potenziellen Hofnachfolgerinnen – zeigte, die der schriftlichen Befragung folgten (Mann, 2007).

Die Auswertung von sechs Gruppendiskussionen bestätigte die geschlechtsbezogenen Erwartungen der Eltern an ihre Kinder: In der Schweiz und auch in Deutschland wird von einem Sohn eher erwartet, dass er Interesse am Betrieb zeigt. Nur wenn Töchter selbst deutliches Interesse zeigen und keine Brüder vorhanden sind, oder diese nicht gewillt sind zu übernehmen, werden auch Töchter als Nachfolgerinnen in Betracht gezogen (Rossier und Wyss, 2006b). Tietje drückt dies in seiner Dissertation zur Hofnachfolge in Schleswig-Holstein folgendermaßen aus: „Überspitzt formuliert lässt sich sagen, dass das Geschlecht des Hofnachfolgers keine Rolle spielt; Hauptsache es ist männlich“ (Tietje, 2004. S. 216).

Die im Rahmen des Farm Transfer Data Network in Deutschland erhobenen und von Tietje (2004) ausgewerteten Fragebögen waren jedoch ausschließlich an Betriebsleiter gerichtet und gaben daher keine Auskunft über die Vorstellungen ihrer Kinder. Tietje (2004) gibt an, dass die einzige umfassende Befragung Jugendlicher aus Landwirtschaftsfamilien hinsichtlich ihrer Berufsvorstellungen und Berufswahl im Jahr 1981 erfolgte.

Die Befragung von Betriebsleitern und potenziellen Nachfolgern im Landkreis Garmisch-Partenkirchen bestätigte grundsätzlich die Ergebnisse der quantitativen Studien: Als Gründe für eine Hofnachfolge wurden von den männlichen Nachfolgern selbstbestimmte Arbeit, praktische und handwerkliche Arbeit, Arbeit mit Maschinen und Arbeit in der schönen Landschaft genannt: „*Hier braucht man nicht in Urlaub fahren*“ oder einfach „*Landwirtschaft ist ein Traumberuf*“. Die einzige Frau, die als relativ sichere Hofnachfolgerin gelten kann, wird – typischerweise – einen Pferdezucht und -ausbildungsbetrieb übernehmen und gab im Interview ihre Liebe zu Tieren als wichtigsten Grund für die Nachfolge an. Sie betonte auch, wie gerne sie den Betrieb künftig mit ihrem Vater zusammen führen würde. Ihre beiden Brüder (und ihre Schwester) waren nicht an der Landwirtschaft interessiert.

In den Betrieben mit männlicher Hofnachfolge war offensichtlich nicht erwogen worden, dass eine der Töchter die Nachfolge antreten könnte, und in dem Betrieb mit unklarer Nachfolge versuchte der heutige Betriebsleiter, seine Söhne, nicht aber die Tochter, zu einer landwirtschaftlichen Weiterbildung zu bewegen. Er drückte im Interview seine Hoffnung aus, dass sie dann mehr Verständnis für den Betrieb und einen engeren Bezug zur Tierhaltung entwickeln würden.

Wie auch in der Schweizer Studie Farm Transfer Data Networks von Rossier und Wyss, (2006a, 2006b) wurde bei der Befragung der potenziellen Hofnachfolger im Landkreis Garmisch-Partenkirchen die große Bedeutung der (bergbäuerlichen) Tradition und der frühzeitigen Einbindung in die landwirtschaftliche Arbeit deutlich. Alle als sehr wahrscheinlich oder sicher anzusehenden Hofnachfolger waren schon im Kindesalter in die betrieblichen Abläufe eingebunden und hatten (auch) Freude daran. Bei dem Betrieb mit unsicherer Hofnachfolge erfolgte die Integration der Kinder in die Betriebsabläufe erst relativ spät. Bei der Ausweitung der Landwirtschaft, verbunden mit dem Kauf eines im Außenbereich liegenden Hofes, war der älteste Sohn schon 16 Jahre alt. Die Interviews auf diesem Betrieb ließen auf nur wenig kulturell bedingte bzw. emotionale Bindung an die Landwirtschaft bei den potenziellen Hofnachfolgern schließen.

Die Bedeutung der kulturellen Werte (Bergbauertradition) wurde, wie auch bei der Schweizer Untersuchung von Rossier und Wyss (2006b), besonders in den Interviews mit den männlichen Hofnachfolgern deutlich. Der Nachfolger eines Nebenerwerbsbetriebs mit circa 5 ha Eigentum (Buckelwiesen!) sagte im Interview: „*Unsere Wiesen verkaufen? Niemals!*“ Die relativ hohe Nachfolgerate im bayerischen Berggebiet ist also aller Wahrscheinlichkeit nach, wie auch in der Schweiz, hauptsächlich auf kulturell bedingte Wertvorstellungen zurückzuführen, und dies obwohl die Höfe relativ klein sind und weitere Einkommensquellen (Mehrfachbeschäftigungen) notwendig machen (Rossier und Wyss, 2006a).

3.2.7.5 Rolle der Partner und Partnerinnen

Von der Elterngeneration wurde meist betont, dass der Hofnachfolger eine geeignete Partnerin haben müsse, die die landwirtschaftliche Arbeit unterstütze. Bei den Haupterwerbsbetrieben in der Befragung hatten die Hofnachfolger eine Partnerin, die die landwirtschaftliche Tätigkeit voll unterstützt bzw. bereits in die wichtige Erwerbskombination Urlaub auf dem Bauernhof eingeführt war. Dies wurde auch von den betreffenden Hofnachfolgern im Interview als sehr wichtig bezeichnet.

Die Kinder der Bewirtschafter von Nebenerwerbsbetrieben, die entweder keinen Partner hatten (zweimal) oder einen Partner, bei dem unklar war, ob er die landwirtschaftliche Tätigkeit unterstützt, beabsichtigten oder erwogen, die Hofnachfolge unabhängig von einem Partner anzutreten. In diesen Fällen wurde eine gemeinsame Übernahme durch die Geschwister diskutiert oder die Unterstützung durch die Geschwister war schon verabredet. Oder es wurde unabhängig von einem Partner oder den Geschwistern geplant; die betreffende Hofnachfolgerin äußerte auf die Frage, ob die Liebe der Hofnachfolge im Wege stehen könnte, ihr Befremden: „*Jemand, der keine Tiere mag, geht sowieso nicht als Partner!*“

3.2.7.6 Einkommenskombinationen und Arbeitsbelastung

Die Einkommenskombinationen der befragten Betriebe wurden fast alle (bis auf die in geringfügigem Umfang betriebene Direktvermarktung eines Betriebs) vor mehr als zehn Jahren und unabhängig von der Nachfolgefrage begründet. Die Gründung der zum Zeitpunkt der Befragung für zwei Betriebe wirtschaftlich bedeutenden Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof stand im direkten Zusammenhang mit einer Aussiedlung bzw. dem Neubau des Wohn- und Stallgebäudes. Die Einkommenskombinationen wurden jeweils von der Betriebsleiterin geführt. Neben wirtschaftlichen Überlegungen, die in den Interviews genannt wurden, dürften wegen der typischen geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung auch freie Arbeitskapazitäten bei der Entscheidung für diesen Nebenbetrieb eine Rolle gespielt haben.

Anders sah es meist bei den Einkommenskombinationen aus, die mindestens zu 50 % oder ausschließlich von männlichen Familienarbeitskräften ausgeführt wurden. Einkommenskombinationen wie Winterdienst oder Landschaftspflege für die Kommune wurden aufgenommen, um ein ausreichendes Familieneinkommen zu erwirtschaften oder den landwirtschaftlichen Betrieb aufrechterhalten zu können (bei Nebenerwerbsbetrieben). Die Arbeitszeit der Betriebsleitergeneration wurde in den Betrieben als besonders hoch beschrieben, in denen die Einkommenskombinationen wirtschaftlich bedeutend waren.

Die ältere Generation, Männer wie Frauen, bezeichneten ihre Arbeitsbelastung in der Befragung als hoch bis sehr hoch, allerdings nicht als zu hoch. Als typisch konnte folgender Satz gelten: „*Ich kenne es von klein auf nicht anders.*“ Der Umfang der Arbeitsbelastung der Betriebsleitergeneration wurde nicht quantitativ erfasst und manchmal erst in den Interviews mit den Betriebsnachfolgern wirklich deutlich. Bei mindestens zwei Betriebsleitern betrug die Summe der betrieblichen und außerbetrieblichen Arbeitszeit sicher über 60 Stunden wöchentlich.

Die Arbeitszeit der Betriebsleiterinnen (gemeinsame Führung des Betriebs mit dem Ehemann) bzw. der mithelfenden Partnerin eines Betriebsleiters, war bedeutend schwerer abzuschätzen, weil die Arbeitsbelastung durch die Haushaltsführung nicht erfragt wurde. Sie dürfte jedoch auch in der Berglandwirtschaft ähnlich wie im überwiegend flachen Niedersachsen höher veranschlagt werden als bei den Männern oder Partnern (Fahning und Babel, 2009). Eine Belastung der Frauen durch pflegebedürftige Personen im Haushalt lag in keinem der Betriebe vor.

Einige potenzielle Hofnachfolger arbeiteten zum Zeitpunkt der Befragung aufgrund ihrer Angestelltentätigkeit und von Fortbildungen sowie ihrer Mithilfe im Betrieb ähnlich viele Stunden wie ihre Eltern. Ihre Beurteilung der Arbeitsbelastung im und durch den landwirtschaftlichen Betrieb fiel jedoch kritischer aus. Ein (sicherer) Hofnachfolger eines Nebenerwerbsbetriebs deutete an, dass er und sein Bruder den Arbeitsaufwand für die Landwirtschaft etwas (!) verringern wollen, dass dies jedoch aus Rücksicht auf die Mutter – „*man könne ihr die Kühe doch nicht wegnehmen!*“ – nur vorsichtig geschehen könne. Obwohl die Aussicht, keine Freizeit mehr zu haben, dagegen spräche, werde er den Hof aber übernehmen.

Auch die zögerliche Beantwortung der Frage, ob sie bei einer ausreichenden Honorierung von Landschaftspflegemaßnahmen bereit wären, solche Aufgaben in größerem Umfang zu übernehmen, zeigte die hohe Arbeitsbelastung in den Familien. In vier von fünf Betrieben wurde, teilweise sowohl von der Eltern- als auch von der Nachfolgegeneration, darauf hingewiesen, dass die Arbeitskapazitäten hierzu fehlten, obwohl alle Familienmitglieder die Landschaftspflege als wichtige Aufgabe ansahen. Ein weiterer Grund für das Zögern dürften Zweifel darüber sein, ob die Landschaftspflege in Zukunft tatsächlich angemessen honoriert wird (siehe Abschnitt 3.2.7.8.1).

3.2.7.7 Lebensstandard und Zufriedenheit

Alle interviewten Personen der Betriebsleitergeneration drückten in den Interviews ihre Zufriedenheit mit ihrer Einkommenssituation und ihrem Lebensstandard aus, wobei das Einkommen der befragten Nebenerwerbslandwirte von etwas mehr als 50 % bis fast 100 % aus außerbetrieblichen Tätigkeiten stammte und die Konsumansprüche offensichtlich überwiegend niedrig waren. Die Erzählungen einer Betriebsleiterin machten ihr Bestreben deutlich, alle vorhandenen Ressourcen (z. B. Gemüsegarten und Holzrechte) optimal zu nutzen und mit geringen monetären Einkünften auszukommen.

Trotz hoher Arbeitsbelastung äußerte nur ein Betriebsleiter (der wahrscheinlich die längste Arbeitszeit von allen hat) bei der Frage nach der Zufriedenheit mit der Lebenssituation spontan: „*Freizeit könnte natürlich mehr sein.*“

Die zum Zeitpunkt der Befragung wirtschaftenden Betriebsleiter stammten entweder aus der Landwirtschaft und/oder der Gastronomie und wurden häufig schon in ihrer frühesten Jugend zu umfangreichen Arbeiten im Familienbetrieb herangezogen. Nicht in allen Fällen waren die berufliche Laufbahn und die Hofübernahme ganz freiwillig und sehr lange Arbeitszeiten früher wie heute normal. Die Zufriedenheit der Betriebsleitergeneration muss vor diesem Hintergrund betrachtet werden.

3.2.7.8 Zukunft der Berglandwirtschaft

Aus den Angaben, die die Betriebsleiter und ihre potenziellen Nachfolger im Landkreis Garmisch-Partenkirchen in den Interviews machten, lassen sich einige Hauptprobleme für die Zukunft der Berglandwirtschaft ableiten. Zu befürchten ist, dass, mehr noch als in der Vergangenheit, schwer zu bewirtschaftendes Grünland aus der Nutzung fällt, obwohl es aus Gründen des Landschaftsschutzes und der Biodiversität besonders wertvoll ist und zudem zur regionalen Wertschöpfung beiträgt (Tourismus).

3.2.7.8.1 Bewirtschaftung von Buckelwiesen und Steilhängen

Einige Flächen im Berggebiet lassen sich aufgrund ihrer Steilheit, ihrer verstreuten Lage oder der Erfordernis von Handarbeit besonders schwer bewirtschaften. Dazu zählen neben Steilhängen auch Buckelwiesen, eine kleinskalig gewellte Graslandschaft, durchsetzt mit Birken und kleinen Felsen, die während der letzten Eiszeit entstand. Aufgrund der Antworten der Befragten ist anzunehmen, dass die Betriebe mit einem höheren Anteil solcher aufwendig zu bewirtschaftenden Flächen wirtschaftlich schlechter dastehen als andere Betriebe in der Befragung mit leichter zu bewirtschaftendem Grünland.

Unter den Befragten bestand Übereinstimmung darüber, dass die Pflege von Flächen, die per Hand mit dem Balkenmäher oder der Sense gemäht werden müssten (Steilhänge, Buckelwiesen), wegen der „viel zu geringen“ Förderung immer unwirtschaftlich sei. Entsprechend gäbe es für solche Flächen auch keine Nachfrage auf dem Pachtmarkt. Stellvertretend für die anderen wurden folgende Aussagen von zwei Interviewteilnehmern wiedergegeben: *„Die können nur gemäht werden, wenn alle Kinder mitmachen!“* und *„Wenn die ganze Arbeitszeit gerechnet wird, von mir, von meinem Mann und von den Kindern, dann sind wir alle 1-Euro-Jobber ohne Aufstockung“*. Letztere Aussage stammt vom Betriebsleiter eines Betriebs mit einem Anteil von über 50 % solcher Flächen.

Meist handelte es sich bei den besonders schwierigen Flächen um das Eigentum der Familien. Sie wurden aus Tradition und innerer Verbundenheit weiterbewirtschaftet. Allen Befragten war jedoch bewusst, dass sich damit kein Geld verdienen lässt. Trotzdem wollten die eher sicheren Hofnachfolger die Tradition weiterführen.

Zwei Betriebe führten auch im öffentlichen Auftrag Pflegearbeiten – Mahd oder Freihaltung von Flächen durch Beweidung – durch. Auch diese Landschaftspflegeaufgaben wurden als zu schlecht bezahlt bzw. durch die vertraglichen Regelungen als zu kompliziert empfunden. So sei beispielsweise der Aufwand für eine vertragsflächengenaue Einzäunung bei schwierigem Gelände viel zu groß bzw. aus topografischen Gründen gar nicht zu leisten. Die betreffenden Betriebe strebten auch deshalb keine Ausweitung ihrer Einkommenskombination Landschaftspflege an.

Zwei Betriebsleiter waren sich sicher, dass sich bei einer besseren Honorierung der Landschaftspflege (auf betriebseigenen Flächen und als Erwerbskombination) mehr junge Leute für die Berglandwirtschaft, für Landschaftspflegeaufgaben oder für die Schafhaltung im Berggebiet interessieren würden. Ein Schafhalter berichtete zudem von einem Mosaik von aufgegebenen Flächen mit voranschreitender Sukzession an den Berghängen. Für diese Flächen sei keine Pacht zu erzielen und die Eigentümer stimmten nur teilweise einer unentgeltlichen Nutzung durch andere zu, wenn sie die Flächen nicht mehr selbst bewirtschaften wollen oder können.

Im Gegensatz zu den schwierig zu bewirtschaftenden Flächen bestand eine hohe Nachfrage nach leicht zu bewirtschaftendem Grünland, die jedoch nicht befriedigt werden kann. Wie in anderen Regionen auch, führte hier das knappe Gut Boden zu einer Einschränkung der Expansionsmöglichkeiten von Milchviehbetrieben. Die Ausgleichszulage für Berggebiete wurde für diese Flächen als ausreichend angesehen, wenn auch mehrfach darauf hingewiesen wurde, dass aufgrund der kurzen Vegetationsperiode im südlichen Kreisgebiet nur ein bis maximal zwei Grünlandschnitte möglich seien, weiter nördlich im Landkreis Garmisch-Partenkirchen jedoch schon zwei bis drei.

Nicht nur die Höhe der Ausgleichszulage für Berggebiete oder die Förderung über das Bayerische Kulturlandschaftsprogramm (KuLaP) bzw. den Vertragsnaturschutz stellten wichtige

Rahmenbedingungen für die Berglandwirtschaft dar. Weitere Faktoren waren der Milchpreis, der auch in Gunstlagen meist nicht kostendeckend war, und das Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG). Durch die Biogasförderung sind in den letzten Jahren sowohl die Preise für Maissilage als auch für Stroh stark gestiegen, was für Pferdebetriebe und manche Milchviehbetriebe in dieser Grünlandregion zu einer überproportionalen Kostensteigerung führte.

3.2.7.8.2 *Wünsche der Hofnachfolger hinsichtlich der Weiterführung der Betriebe*

Vier der fünf befragten potenziellen Hofnachfolger konnten sich für viele Aspekte der Landwirtschaft begeistern (selbstständige Arbeit, Arbeit in der schönen Landschaft usw.), wenn sie nicht sogar von einem Traumberuf sprachen. Für die Mehrheit waren jedoch die Aussichten, ihr Einkommen ganz oder auch nur überwiegend durch den landwirtschaftlichen Betrieb zu erzielen, gering:

- Nur einer der sicheren Hofnachfolger (Haupterwerb) wird künftig sein Einkommen ausschließlich durch Land- und Forstwirtschaft erwirtschaften können.
- Ein wahrscheinlicher Nachfolger eines Nebenerwerbsbetriebs wünschte sich, den Betrieb (Tierhaltung) im Haupterwerb führen zu können, hielt dies aber für wenig realistisch.
- Ein anderer Nachfolger eines Nebenerwerbsbetriebs würde die landwirtschaftliche Tätigkeit ausweiten, wenn dies rentabel wäre. Gerne würde er Landschaftspflegearbeiten übernehmen, wenn er hierdurch den gleichen Stundenlohn erhalten könnte wie in seinem erlernten Handwerksberuf. Dort würde er dann seine Arbeitszeit reduzieren.
- Der Nachfolger des zweiten Haupterwerbsbetriebs ging nicht davon aus, ausschließlich von der Landwirtschaft leben zu können und möchte künftig (zusätzlich zu bereits bestehenden Einkommenskombinationen) seinen erlernten Handwerksberuf selbstständig auf dem Betrieb ausüben. Da der Hof im Außenbereich lag, ging er jedoch davon aus, dass es nicht zulässig sein werde, zu diesem Zweck neue Gebäude zu errichten oder alte zu erweitern. Eventuell sei nicht einmal die Umnutzung vorhandener Gebäude möglich. Vor dem gleichen Problem stünden weitere ihm bekannte Hofnachfolger von kleineren Haupterwerbsbetrieben, die eine Meisterausbildung hätten und gern auf dem eigenen Hof eine Werkstatt einrichten würden.

3.2.7.8.3 *Hofnachfolge: Ausbildung, Beratung und Förderung*

Alle Betriebsnachfolger mit außerlandwirtschaftlicher Ausbildung, die mit hoher Wahrscheinlichkeit die Höfe übernehmen werden, beabsichtigten, sich vor der Hofübernahme landwirtschaftlich weiterzubilden. Es bestanden jedoch noch keine konkreten Pläne und die befragten Personen hatten bisher kaum Informationen über bestehende Angebote eingeholt. Zwei Betriebsleiter kritisierten Ausbildungsgänge, bei denen zwingend auch Kenntnisse gelehrt würden, die ausschließlich den Ackerbau betreffen, was für die Bewirtschaftung in einer reinen Grünlandregion überflüssig sei. Gemeint ist der Ausbildungsgang Landwirt/in für Personen mit außerlandwirtschaftlichem Berufsabschluss.

Mit einer Ausnahme hatten sich weder die Betriebsleitergeneration noch die potenziellen Hofnachfolger mit der Frage einer Hofnachfolgeberatung beschäftigt. Auf Nachfrage wurde von allen betont, dass ausschließlich eine wirtschaftliche Beratung als notwendig oder geeignet angesehen wird. Alle befragten Personen gingen davon aus, dass genügend derartige Angebote, z. B. seitens des Bauernverbands, vorhanden seien. Eine Beratung, die sich im Zusammenhang mit der Hofnachfolge mit Themenbereichen beschäftigt, die die Familie betreffen, wurde überwiegend abgelehnt.

Mit existierenden oder eventuell fehlenden Fördermöglichkeiten für die Hofübergabe bzw. für Junglandwirte hatten sich die Befragten nicht beschäftigt. Sie äußerten deshalb weder Kritik noch machten sie Verbesserungsvorschläge.

3.2.8 Bewertung der Ergebnisse und Empfehlungen

Die Nachfolgesituation stellt sich in der Berglandwirtschaft zwar positiver dar als in anderen Gebieten, aber es ist davon auszugehen, dass der Anteil der Nebenerwerbsbetriebe in der Berglandwirtschaft weiter steigt. Dies wird voraussichtlich auch dazu führen, dass über die Nachfolge im Durchschnitt aller Betriebe immer später entschieden wird und damit auch die Nachfolger eine längere Bedenkzeit haben. Die Bewirtschaftung von schwer zu bewirtschaftenden Flächen wie Steilhängen und Buckelwiesen ist schon in der Vergangenheit zurückgegangen und erscheint zunehmend gefährdet. Auch wenn die heutige Nachfolgeneration noch zu einem großen Teil bereit ist, diese Flächen aus Traditions- und Pflichtbewusstsein zu bewirtschaften, so ist doch fraglich, ob der Anteil der Kinder, die die Hofnachfolge antreten wollen, in zehn oder mehr Jahren noch genauso hoch sein wird wie heute.

Es bestehen jedoch verschiedene Möglichkeiten, die Rahmenbedingungen für die Berglandwirtschaft zu verbessern:

- Eine zunehmende Rolle wird die Höhe der Honorierung von Landschaftspflegemaßnahmen und der damit im Zusammenhang stehenden Wertschätzung dieser Tätigkeiten spielen. Das Niveau der heutigen Förderung von sehr schwer zu bewirtschaftenden Flächen wie Buckelwiesen und Steilhängen sollte daher überprüft werden.
- Insbesondere sollte untersucht werden, ob es sinnvoll wäre, auch den Erwerb spezifischer Geräte für die Berglandwirtschaft mit einem Investitionsvolumen von unter 5.000 Euro zu fördern. Außerdem sollte geprüft werden, welche Möglichkeiten es gibt, um bei Verträgen über die Beweidung von Flächen im Rahmen des KuLaP den Bedingungen in Berggebieten noch besser gerecht zu werden.
- Verantwortliche in Tourismusorganisationen und Kommunen scheinen nicht überall ausreichend über die Zusammenhänge zwischen Berglandwirtschaft, Landschaftspflege und Tourismus informiert zu sein. Aus diesem Grund wäre es sinnvoll, Wege zu finden, um alle Tourismusmanager in Berggebieten von der Bedeutung der Landschaftspflege durch die Landwirtschaft und der Honorierung dieser Leistungen zu überzeugen.
- Vonseiten der Tourismusverantwortlichen sollte eine Vernetzung und Kooperation zwischen Landwirten und Gastronomen angeregt werden, um die Vermarktung regionaler Produkte zu fördern.
- Da Touristen ländliche Gebiete hauptsächlich aufgrund der Natur und der Landschaft besuchen, zu der in den Augen des Gasts oft auch die weidenden Tiere gehören (Korff, 2005), und Erlöse aus dem Tourismus der gesamten Region zugutekommen, erscheint es angebracht, Mittel aus den Einnahmen der Kurtaxe zum Zweck der Offenhaltung einzusetzen. Dies erfolgt seit 1999 in Österreich im Kulturlandschaftsprogramm im Naturpark Weissensee (Heuberger, 2010) und in Deutschland in der Gemeinde Münstertal im südlichen Schwarzwald. Hier wird die Freihaltung von Steilhängen durch Ziegen gefördert.
- Es sollte geprüft werden, ob speziell für Bergbauern Modifikationen der landwirtschaftlichen Qualifizierungsmaßnahmen möglich sind, da Kenntnisse, die ausschließlich den Ackerbau betreffen, in Grünlandregionen nicht notwendig sind.
- Inwieweit das Baurecht tatsächlich selbstständige Handwerkstätigkeiten auf landwirtschaftlichen Betrieben im Außenbereich einschränkt und damit die Hofnachfolge

gefährdet, kann die vorliegende Untersuchung nicht klären. Dies müsste genauer untersucht werden.

- Die Qualifikationsmöglichkeiten im Bereich der Einkommenskombinationen wurden von den Befragten qualitativ als meist gut und quantitativ als ausreichend bewertet (Urlaub auf dem Bauernhof) oder nicht nachgefragt. Das Beratungsangebot (z. B. des Bauernverbands) zu den wirtschaftlichen Aspekten der Hofnachfolge wurde ebenfalls als zufriedenstellend bezeichnet.
- Eine Beratung, die auf familiäre Konflikte im Zusammenhang mit der Hofnachfolge eingeht, lehnten die befragten Familien ab. Aber da eine solche Beratung wesentlich zu einer gelungenen Hofübergabe beitragen kann, sollte das Thema in Landwirtschaftsschulen, Weiterbildungseinrichtungen und der landwirtschaftlichen Presse verstärkt behandelt und zu einer größeren Offenheit im Umgang mit diesen Aspekten der Hofnachfolge ermutigt werden.

3.2.9 Zusammenfassung

Die Hofaufgaberate ist in bayerischen Berggebieten im Vergleich zu anderen Regionen auch deshalb relativ gering, weil noch viele Betriebe einen Hofnachfolger haben. Eine Ursache hierfür ist ein hohes Maß an Traditionsbewusstsein und Verantwortungsgefühl seitens der jüngeren Generation.

Erwerbskombinationen und/oder Mehrfachbeschäftigungen wirken sich stabilisierend auf die Betriebe in Berggebieten aus und sind bei kleineren Haupt- und bei allen Nebenerwerbsbetrieben Bedingung für die Hofübernahme. Eine hohe Tourismusintensität in einer Region senkt die Aufgaberate. Viele Betriebe können durch Einkommenskombinationen wie Urlaub auf dem Bauernhof und andere touristische Angebote ein Zusatzeinkommen erwirtschaften. Auch Einkommenskombinationen wie Winterdienst und Landschaftspflege stehen indirekt mit dem Tourismus im Zusammenhang. Bei den Nebenerwerbsbetrieben sind sozialversicherungspflichtige oder selbstständige Tätigkeiten im Tourismussektor oder ebenfalls maßgeblich vom Tourismus abhängige Arbeitsplätze in Handwerk, Handel oder Dienstleistungsunternehmen die Haupteinnahmequelle der Familien.

Bergbauern schaffen durch die Pflege der Kulturlandschaft und der Traditionen eine wichtige Grundlage für den Bergtourismus. Da dies teilweise zu gering honoriert wird, fallen natur- und kulturwissenschaftlich besonders wertvolle Flächen wie Buckelwiesen oft aus der Bewirtschaftung. Deshalb sollten unterschiedliche Möglichkeiten einer höheren Förderung hinsichtlich ihrer Praktikabilität untersucht werden.

Der hohe und weiter steigende Anteil von Nebenerwerbsbetrieben in der Berglandwirtschaft ist, im Gegensatz zu anderen Regionen, nicht als ein Indiz für einen baldigen Ausstieg aus der Landwirtschaft zu sehen. Allerdings führt diese Entwicklung im Durchschnitt zu einer späteren Klärung der Nachfolgefrage in der Berglandwirtschaft. Unter anderem weil die potenziellen Hofnachfolger der Nebenerwerbsbetriebe außerlandwirtschaftlich berufstätig und auf einen Arbeitsplatz vor Ort oder im Pendelbereich angewiesen sind, wird die Hofnachfolge immer häufiger erst kurz vor dem Rentenalter der Betriebsleitergeneration geklärt. Hinzu kommt, dass oft eine Scheu zu bestehen scheint, offen über die Nachfolgefrage zu sprechen. Wichtig wäre es deshalb, das Thema Hofnachfolge stärker ins Zentrum der Aufmerksamkeit zu rücken und auch wirtschaftliche Anreize zu setzen, um die Bereitschaft zur Übernahme der Betriebe zu fördern.

3.3 Hofnachfolge in diversifizierenden Betrieben – eine qualitative Untersuchung bayerischer Berglandwirtschaftsbetriebe (Maier)

Philipp Maier (2014) beschäftigte sich in seiner Bachelorarbeit in Geografie an der Ludwig-Maximilians-Universität München intensiv mit der Hofnachfolge in diversifizierenden Betrieben der Berglandwirtschaft, wobei er seine Arbeit mit einem Praktikum an der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) verband. Eine Zusammenfassung der Arbeit als Teilprojekt des Forschungsvorhabens wird hier wiedergegeben.

3.3.1 Einleitung

3.3.1.1 Ungebrochener Strukturwandel in Deutschland

Die deutsche Landwirtschaft ist nach wie vor von einem umfassenden Strukturwandel geprägt. Großbetriebe der Gegenwart, die auf Spezialisierung und intensives Bewirtschaften setzen, unterscheiden sich eklatant vom früheren Leitbild des „ganzen Landwirts“, der Tierhaltung und Ackerbau verbindet und so innerbetriebliche Synergien schafft (Uekötter, 2010). Dementsprechend sieht sich auch das Ideal vom bäuerlichen Familienbetrieb zunehmenden Herausforderungen gegenübergestellt.

Laut Angaben der aktuellsten Landwirtschaftszählung gab es in Deutschland im Jahr 2010 noch 299.100 landwirtschaftliche Betriebe. Innerhalb des kurzen Zeitraums von 2007 bis 2010 nahm deren Anzahl um 22.500 ab. Dies hat eine weiter steigende durchschnittliche Betriebsgröße zur Folge, die 2010 bei rund 56 ha lag (Gurrath, 2011). Angesichts tiefgreifender, struktureller Veränderungen in den letzten Jahrzehnten, im Zuge derer sich die Betriebsanzahl von über 1 Mio. im Jahr 1971 (Walsemann, 2003) auf aktuell unter 300.000 reduzierte, werden Forderungen nach einer künstlichen Beschleunigung des „natürlichen“ Strukturwandels mit politischen Mitteln nicht mehr derart offensiv geäußert wie zu Zeiten des Mansholt-Plans.

Und doch weicht der damalige Bundesminister für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Ignaz Kiechle (1985) nicht von der Notwendigkeit des Strukturwandels ab, als er sich gegen die Meinung „mancher Wissenschaftler und Politiker“ ausspricht, die dessen Forcierung politisch erzwingen wollen. Einige Jahre später sieht Thiede (1992) im hohen Durchschnittsalter der Betriebsleiter – denen immer weniger Nachfolger gegenüberstehen, die bereit sind die landwirtschaftlichen Betriebe aktiv weiterzuführen – eine vorteilhafte Situation. Auf diese Weise würde sich der notwendige Strukturwandel vollziehen, unrentable Betriebe würden Platz machen und so den verbleibenden, wettbewerbsfähigen Betrieben weiteren Wachstumsspielraum ermöglichen.

Viele Experten scheinen nach wie vor von der Notwendigkeit oder mehr einer Alternativlosigkeit der Fortschreibung des Strukturwandels überzeugt und halten es mit dem geflügelten Wort „Wachsen oder Weichen“. Stockinger (2013) prognostiziert für 2030 eine Entwicklung (der bayerischen Landwirtschaft), die davon ausgeht, dass sich die Betriebszahlen bis dahin halbieren und die durchschnittlichen Betriebsgrößen weiter steigen werden. Damit einhergehe, durch den weiteren Anstieg des Pachtflächenanteils und die Zunahme von Fremdarbeitskräften, auch eine Veränderung des landwirtschaftlichen Leitbilds hin zu „managergesteuerten Unternehmen“.

Unter den gegebenen Rahmenbedingungen hat es tatsächlich nicht den Anschein, als würden an der Richtigkeit dieser Prognosen Zweifel aufkommen. So zeigen die aktuellen Ergebnisse der Verhandlungen zur Reform der Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) für den Zeitraum von 2014 bis 2020, dass trotz der ausgehandelten Zuschläge auf die Direktzahlungen für die ersten Hektar kein wirkliches Umdenken stattfindet (StMELF, 2013d). Die Flächengebundenheit der

Förderung über die erste Säule, die ein Größenwachstum belohnt und die Flächenkonzentration begünstigt, wird nicht angetastet. Die Pläne zur Kappung der Direktzahlungen ab einer gewissen Obergrenze (Hovorka, 2013) wurden verworfen und Vorschläge für eine grundsätzliche Umstrukturierung durch Kopplung an den Faktor Arbeit abgelehnt (Hovorka, 2013, Poppinga und Thomas, 2013).

3.3.1.2 Problemstellung

Mit dem Aufstieg der Umweltbewegung seit den 1970er-Jahren wird mehr und mehr auf die negativen ökologischen Folgen einer zunehmend industrialisierten Landwirtschaft verwiesen. Die hauptsächlichen Kritikgegenstände sind dabei nicht nur die Überdüngung und der Umfang des Einsatzes von Pflanzenschutzmitteln, sondern auch die Problematiken Bodenverdichtung und Bodenerosion (Uekötter, 2010). Außerdem findet sich verstärkt das Themenfeld Massentierhaltung, Tierwohl und Fleischkonsum im Zentrum der Kritik (Uekötter, 2010; Dirscherl, 2013).

Aus globaler Perspektive mehren sich Stimmen, die sich darin einig sind, dass industrialisierte Großbetriebe ein Maß überschritten haben, das dem Ruf nach einer ökologischeren, nachhaltigen Landwirtschaft gerecht werden könnte. Gleichzeitig wächst das Bewusstsein darüber, welche wertvolle, multifunktionale Leistungen eine klein strukturierte, bäuerliche Landwirtschaft weltweit erbringen kann (IAASTD, 2008; UNCTAD, 2013).

Doch in der Wettbewerbslogik gibt es kein Ende des Wachstums und so findet keine Diskussion darüber statt, wann eigentlich eine ausreichend große Struktur erreicht ist. Zu groß scheinen die ökonomischen Zwänge. Den Diskurs um die Fragen nach der richtigen Strategie zur Ernährung einer steigenden Weltbevölkerung und der Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Landwirtschaft dominieren weiterhin die Forderungen nach höherer Effektivität durch Spezialisierung, moderne Technik und größere Schläge. Laut Deutschem Bauernverband ist „die weitere Steigerung der Effizienz der landwirtschaftlichen Produktion [...] der zentrale Hebel, um den globalen Herausforderungen einer wachsenden Nachfrage nach Nahrungsmitteln und nachwachsenden Rohstoffen einerseits und der Ressourcenschonung andererseits gerecht zu werden“ (DBV, 2012, S. 1). Dabei verstrickt man sich zunehmend in Widersprüchlichkeiten. Die ökonomische Maxime der Effizienz ist demnach sogar in der Lage, die selbst geschaffenen Probleme zu lösen und zur Schonung von Ressourcen beizutragen.

Darüber hinaus stehen die wirtschaftlichen und soziokulturellen Probleme des ländlichen Raums in direktem Zusammenhang mit den gravierenden Veränderungen durch den landwirtschaftlichen Strukturwandel. Die Frage nach der Lebensqualität und Vitalität ländlicher Räume und deren Zukunftsfähigkeit ist eng mit dem bäuerlichen Familienbetrieb verbunden. Die Abnahme an landwirtschaftlichen Arbeitsplätzen gefährdet eine dezentrale Besiedlung und doch machen die multifunktionalen Leistungen der Landwirtschaft sie zu einem entscheidenden Impulsgeber für die Entwicklung des ländlichen Raums (Grabski-Kieron, 2011). Es gibt also gute Gründe dafür, eine hohe Anzahl von Betrieben als Basis für eine zukunftsfähige Landwirtschaft zu erachten (Vieth und Thomas, 2013).

3.3.1.3 Der bayerische Weg

Natürlich darf die Heterogenität der deutschen Landwirtschaft nicht unterschätzt werden. Wie Abb. 3.12 zeigt, variiert die durchschnittlich bewirtschaftete Fläche in den unterschiedlichen Bundesländern stark. In Bayern ist sie mit 32,1 ha vergleichsweise gering. Die unter verschiedenen historischen Gegebenheiten entstandenen unterschiedlichen Strukturen in Ost- und Westdeutschland sind deutlich sichtbar.

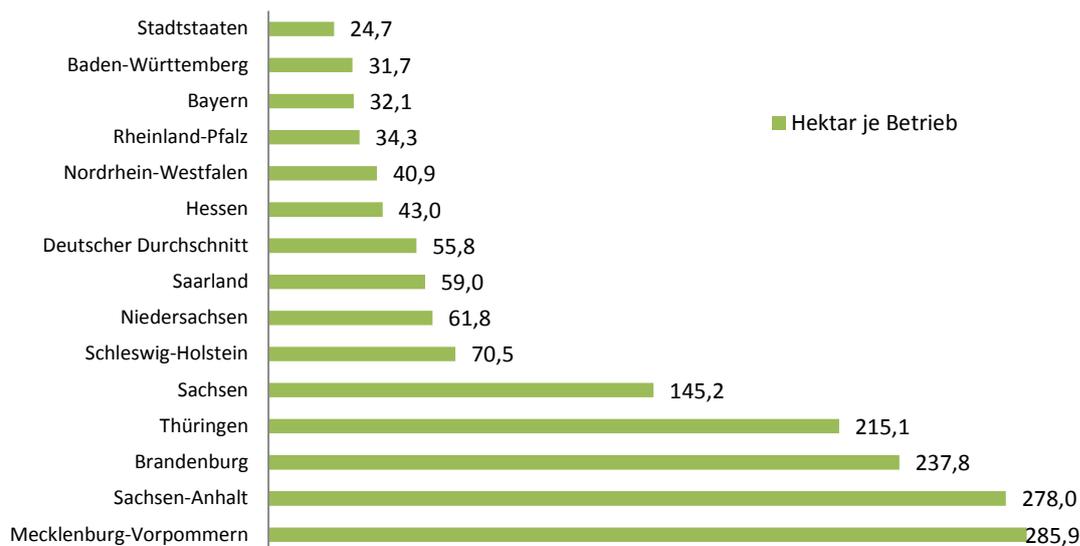


Abb. 3.12: Durchschnittliche Größe der landwirtschaftlich genutzten Flächen je Betrieb nach Bundesländern (erstellt nach Gurrath, 2011)

Bayern stellt mit knapp 98.000 noch etwa ein Drittel aller Betriebe (Statistisches Bundesamt, 2013). Dennoch befindet sich auch die bayerische Landwirtschaft in einem Kontinuum des allgemeinen Größenwachstums und das stellt die Politik vor oft gegensätzliche Herausforderungen. Die Vorstellungen davon, welchen Weg die bayerische Landwirtschaft in Zukunft beschreiten soll, sind ebenso widersprüchlich (Zukunftskommission Landwirtschaft 2010). Einerseits erkennt die Zukunftskommission Landwirtschaft (2010) den Verlust an Kleinstrukturen, die zunehmende Intensität der Bewirtschaftung oder auch die Aufgabe der Bewirtschaftung als ökologisches Problem an und befürchtet ebenso den Verlust der flächendeckenden Landbewirtschaftung. Andererseits aber spricht sie von den kleineren und mittleren Strukturen als Nachteil der bayerischen Landwirtschaft.

Diese Widersprüchlichkeiten zeigen auf, welcher ungelöstes gesamtgesellschaftliches Problem der landwirtschaftliche Strukturwandel darstellt. Unabhängig von der Perspektive auf diese Entwicklungen kann also die Thematik Hofnachfolge und Weiterbewirtschaftung als zentral angesehen werden. Allen lenkenden Effekten agrarpolitischer Rahmenbedingungen zum Trotz sind es die derzeitigen Betriebsleiter und die potenziellen Hofnachfolger selbst, die über die wesentliche Struktur der zukünftigen Landwirtschaft entscheiden.

3.3.1.4 Sonderfall Berglandwirtschaft

Die Hofzahlen in der Berglandwirtschaft zeigen sich trotz naturräumlicher Benachteiligung vergleichsweise stabil. Nach Streifeneder (2009) zeichnen sich die Alpenterritorien allgemein, im Vergleich zur Entwicklung auf einzelstaatlicher und europäischer Ebene, durch geringere Hofaufgaberaten aus. In Deutschland lagen die Aufgaberaten der Berglandwirtschaft nicht nur im nationalen Vergleich über die letzten Jahrzehnte hinweg niedriger (Streifeneder, 2009), sondern auch innerhalb Bayerns schreitet der Strukturwandel in den Berggebieten nach Zahlen des Zeitraums von 1999 bis 2007 weniger schnell voran (ART, 2010). In diesem Zusammenhang ist auch die dort stark verbreitete Diversifizierung landwirtschaftlicher Betriebe von Bedeutung. Statistische Untersuchungen legen nahe, dass diversifizierende Betriebe eine höhere Aussicht auf Weiterbewirtschaftung besitzen als solche ohne Einkommenskombinationen (Weinberger-Miller, 2013a).

Die vorliegende Arbeit ist Teil des Forschungsvorhabens „Diversifizierung in der Berglandwirtschaft“ der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) und sucht nach Gründen für den verzögerten Strukturwandel in diesen Betrieben. Sie beschäftigt sich insbesondere mit der Rolle von Diversifizierungsmaßnahmen im Generationswechsel und versucht folgenden Leitfragen nachzugehen:

- Welche Rolle spielt die Diversifizierung in der Berglandwirtschaft bei der Weiterbewirtschaftung im Allgemeinen und für die Sicherheit der Hofnachfolge im Speziellen?
- Was passiert mit Einkommenskombinationen im Prozess der Hofübergabe und darüber hinaus?
- Welche Konsequenzen ergeben sich aus der Diversifizierung für die landwirtschaftliche Nutzung?

Nach der Klärung zentraler Begrifflichkeiten (Abschnitt 3.3.1.5) wird in Abschnitt 3.3.2 die Methodik der Untersuchung erläutert. Abschnitt 3.3.3 liefert zunächst einen deskriptiven Überblick der untersuchten Betriebe und stellt dann die qualitativen Ergebnisse im Hinblick auf die Leitfragen dar. Abschnitt 3.3.4 folgt mit der Hervorhebung bestimmter Aspekte, die in Form einer Literaturzusammenschau diskutiert werden. In Abschnitt 3.3.5 wird schließlich ein knappes Fazit gezogen.

3.3.1.5 Klärung zentraler Begrifflichkeiten

3.3.1.5.1 Berglandwirtschaft und deren Förderung

Berglandwirtschaft ist von offizieller Seite jenes Wirtschaften mit Land, das in Berggebieten betrieben wird. Welche Kriterien ein Gebiet zu einem Berggebiet machen, legten die Europäischen Gemeinschaften (EG) 1975 im Rahmen der GAP fest. Die EG-Richtlinie 75/268/EWG bildet die Grundlage für die Abgrenzung von Berggebieten und sonstigen benachteiligten Gebieten (Europäische Kommission, 2009). Diese schrieb vor, eine derartige Abgrenzung auf nationaler Ebene durchzuführen, lies jedoch einigen Gestaltungsspielraum. Laut Artikel 18 (Europäische Kommission, 1999) zeichnen sich Berggebiete durch die „erheblich verkürzte Vegetationszeit“ aufgrund der Höhenlage, die Beeinträchtigung der Bewirtschaftung durch die Steilheit der Flächen oder eine Kombination dieser beiden Faktoren aus. So existieren in den einzelnen Staaten der Europäischen Union, aufbauend auf der Verordnung, unterschiedliche Definitionen von Berggebieten (siehe Abschnitt 3.2.3.1).

Abb. 3.13 zeigt die Gebietskulisse für das Bundesland Bayern. Dabei werden die Kerngebiete und die benachteiligte Agrarzone über die Landwirtschaftliche Vergleichszahl (LVZ) abgegrenzt. Berggebiete bestehen aus Gemeinden oder Gemarkungen, die höher gelegen sind als 800 m ü. NN, sowie aus solchen, die zwischen 600 und 800 m ü. NN liegen und eine Hangneigung von 18 % oder mehr auf mindestens der Hälfte der Fläche aufzuweisen haben (StMELF, 2008).



Abb. 3.13: Gebietskulisse der Fördergebiete in Bayern (StMELF, 2012c)

Die Förderung der benachteiligten Gebiete geschieht über die Ausgleichszulage. Sie wird als Flächenprämie an jene Betriebe ausbezahlt, die sich in den entsprechenden Gemeinden befinden. Die Prämienspanne liegt dabei zwischen 25 Euro/ha (in der benachteiligten Agrarzone sowie im Kerngebiet) oder 42 Euro/ha (im Berggebiet) und beträgt jeweils maximal 200 Euro/ha. Maßgeblich für die Höhe der Zahlungen ist die durchschnittliche Landwirtschaftliche Vergleichszahl der Gemeinde oder Gemarkung. Anerkannte Almen oder Alpen, sowie generell Flächen über 1.000 m ü. NN werden pauschal mit dem Maximalbetrag gefördert. Für Ackerland ist die Förderung auf höchstens 100 Euro/ha begrenzt, wobei der Ackerfütterbau dem Grünland gleichgestellt ist; Intensivkulturen sind hingegen nicht förderfähig (StMELF, 2012b). Voraussetzung für die Zuwendung ist die Bewirtschaftung von mindestens 3 ha landwirtschaftlicher Nutzfläche in benachteiligten Gebieten. Außerdem muss der Be-

triebssitz in Bayern liegen und die geförderten Flächen müssen mindestens für fünf Jahre genutzt werden (StMELF, 2010).

Neben den Direktzahlungen und der Ausgleichszulage gibt es das Bayerische Bergbauernprogramm, das auf die Förderung von Betrieben innerhalb der Berg- und Kerngebiete abzielt (StMELF, 2011a). Außerdem besteht generell die Möglichkeit, agrarökologische Maßnahmen über das Kulturlandschaftsprogramm (KuLaP) oder das Vertragsnaturschutzprogramm (VNP/EA) zu fördern (StMELF und StMUG, 2007).

Die Vielzahl der Fördermöglichkeiten will den unterschiedlichen Ausgangsbedingungen bayerischer Betriebe gerecht werden. Grundlage der Förderung ist die Idee der Multifunktionalität von Landwirtschaft im Allgemeinen und der Berglandwirtschaft im Besonderen. So stellt die Förderung eine Bezahlung von Leistungen dar – in der Sprache der Volkswirtschaftslehre positive externe Effekte genannt –, die vom Markt über den Preis nicht entlohnt werden und der Allgemeinheit zugute kommen. Die Europäische Gemeinschaft (EG) würdigt diese multifunktionalen Leistungen wie folgt (EG, 2005, S. 7):

„Neben der Produktion von Lebensmitteln und erneuerbaren Rohstoffen erbringt die Berglandwirtschaft einen wichtigen Beitrag zur Gestaltung und Pflege der Kulturlandschaft, zur Sicherung der Biodiversität, zur Vorsorge gegen Naturgefahren und zur Aufrechterhaltung einer Besiedlung des Bergraums. [...] Land- und Forstwirtschaft sind in diesen Gebieten lebenswichtig für die Wirtschaft und die kulturelle Identität.“

3.3.1.5.2 Berglandwirtschaft im Forschungsvorhaben der LfL

Eine Betrachtung der Berglandwirtschaft meint im bayerischen Kontext nicht zwangsweise eine regionale Beschränkung auf den Alpenraum, wie die Gebietskulisse suggeriert. Berglandwirtschaft ist als qualitativer Begriff zu verstehen, der auf die besonderen Erschwernisse bei der Bewirtschaftung von naturräumlich benachteiligten Flächen verweist. Die Beeinträchtigungen lassen sich auf die Faktoren Höhenlage, Hangneigung und schwierige klimatische Bedingungen zurückführen. Eine geringe Bodenqualität und ein dementsprechend hoher Grünlandanteil gehen damit einher (StMELF und StMUG, 2007).

Die vorliegende Arbeit fasst geografisch sowohl den bayerischen Alpenraum als auch die bayerischen Mittelgebirge als Räume zusammen, in denen Berglandwirtschaft betrieben wird. Dies geschieht in Übereinstimmung mit der Einteilung im Arbeitsschwerpunkt Berglandwirtschaft der LfL. Es ist zu beachten, dass Gebirgsregionen äußert heterogene Räume darstellen. Deshalb ist oft von einem „Nutzungsmosaik aus Tal, Almen und Alpen, sowie Bergwäldern“ die Rede (StMELF, 2012a). Im Rahmen dieser qualitativen Arbeit erfolgt die Abgrenzung der Berglandwirtschaft anhand der einzelbetrieblichen Situation (siehe Abschnitt 3.3.2.1). So sollen vor allem reine Talbetriebe mit möglicherweise ausschließlich ebenen Flächen ausgeschlossen werden.

Die auf Gemeindeebene aggregierten Produktionserschwernisse gemäß Artikel 18 der EG-Richtlinie (Europäische Kommission, 1999) treffen nämlich auch innerhalb des Berggebiets der Förderkulisse nicht zwangsweise auf jeden einzelnen Betrieb zu (ART, 2013). Nach Streifeneder (2009) können die Unterschiede innerhalb von Berggebieten zwischen benachteiligten und nicht benachteiligten Gebieten sehr groß sein. Das gilt etwa in Südtirol, wo sich die intensiv durch Obst- und Weinbau genutzten Tallagen deutlich von der weit weniger produktiven eigentlichen Berglandwirtschaft in den Höhenlagen unterscheidet. Auch innerhalb der Berggebiete aus der deutschen Gebietskulisse gibt es die geschilderten Disparitäten, wenn auch nicht in dem Maße wie in Südtirol, wo günstigere klimatische Bedingungen den Anbau der eben genannten Sonderkulturen zulassen.

3.3.1.6 Forschungsstand im agrarstrukturellen Themenkomplex der (Berg) Landwirtschaft

Es existiert bereits eine Vielzahl von quantitativen Studien im Zusammenhang mit dem Thema Hofnachfolge (Weiss, 2006), unter anderem auch im Kontext mit der Berglandwirtschaft (Streifeneder, 2009). Die wissenschaftliche Theorie unterteilt die Bestimmungsgründe der Hofnachfolge im Allgemeinen in identitäts- und umweltbezogene Faktoren (Mann, 2007) beziehungsweise endogene und exogene Haupteinflussgrößen (siehe Abb. 3.6, Streifeneder, 2009). Vereinzelt finden sich auch qualitative Elemente in Untersuchungen zum Generationswechsel in der Landwirtschaft. Diesen Arbeiten ist in besonderem Maße die Herausarbeitung identitätsbezogener, nicht materieller Einflussgrößen zu verdanken (Rossier und Wyss, 2006a).

3.3.2 Methodik

Vor dem Hintergrund bisheriger Forschung bot sich für eine Arbeit dieses Umfangs die Möglichkeit, über die Analyse des Einzelfalls – also qualitativ – zur Erweiterung der Vorstellung über das Zusammenspiel von Hofnachfolge und Einkommenskombination beizutragen. So wurden mithilfe persönlicher Befragungen umfangreiche Erkenntnisse über die Weiterbewirtschaftung diversifizierender Betriebe der Berglandwirtschaft gewonnen. Es fanden insgesamt acht leitfadengestützte Interviews mit den jeweiligen Betriebsleitern statt.

3.3.2.1 Auswahl der untersuchten Betriebe

Hierfür wurden Betriebe ausgewählt, die einer einzelbetrieblichen Definition von Berglandwirtschaft folgen (siehe Abschnitt 3.2.3.1). Im Gegensatz zur Förderkulisse wurden jedoch Mittelgebirge eingeschlossen (siehe Abschnitt 3.3.1.5). Die Unmöglichkeit von trennscharfen Abgrenzungen zwischen „normaler“ und Berglandwirtschaft sollte bewusst in die Befragungen einfließen.

Die Untersuchung sollte zwei in mancherlei Hinsicht gegensätzliche Räume abdecken. Innerhalb Bayerns herrscht ein Entwicklungsgefälle zwischen den wirtschaftsstarken südlichen Landkreisen auf der einen und den nördlichen und östlichen Teilräumen auf der anderen Seite. Dies äußert sich in besonderem Maße in einer stark divergierenden Bevölkerungsentwicklung. Abb. 3.14 verdeutlicht die negative Bevölkerungsentwicklung gerade in peripheren, grenznahen nordöstlichen Landkreisen, während die Bevölkerung in den ebenfalls ländlich geprägten Landkreisen des Alpenraums und des Alpenvorlands zunimmt.

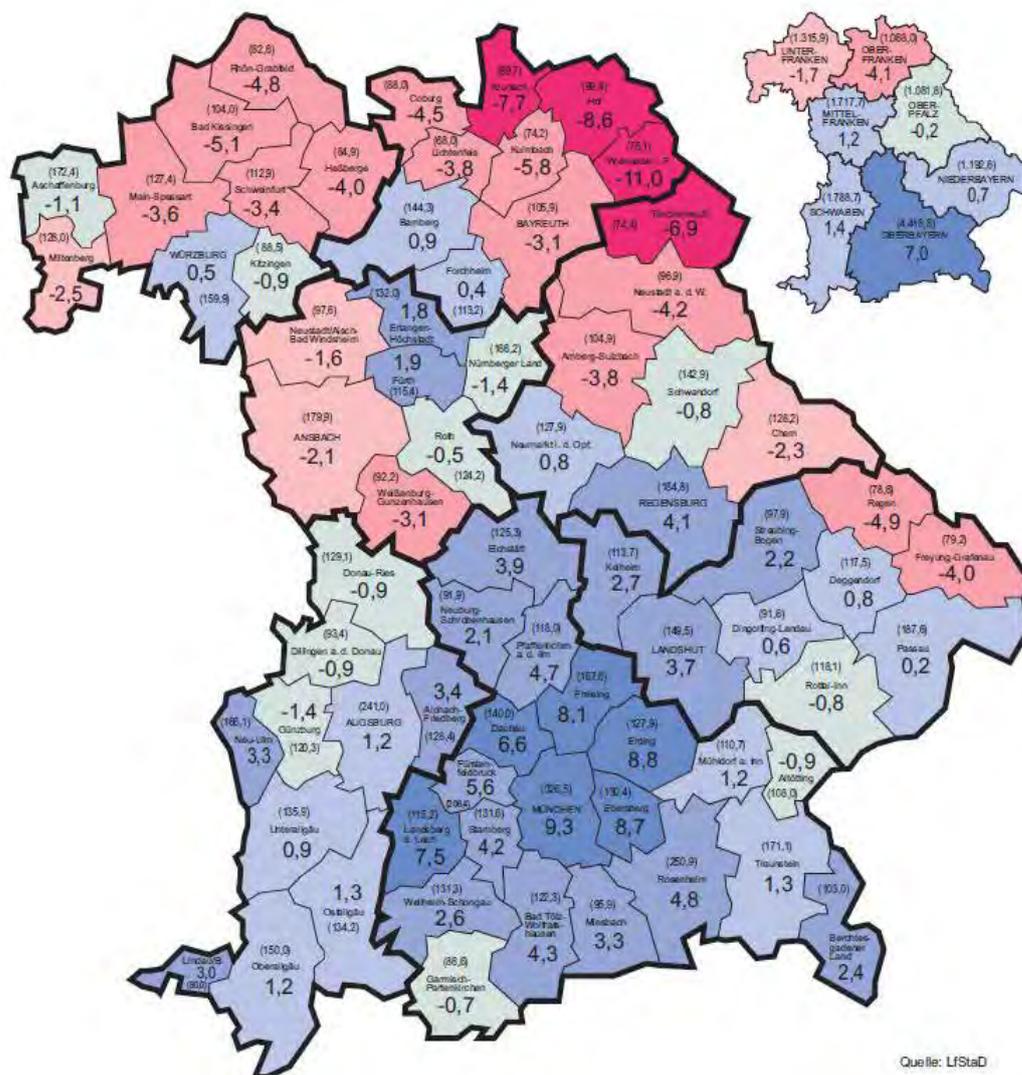


Abb. 3.14: Bevölkerungsentwicklung in den Landkreisen in Bayern von 2001 bis 2011 (in %) und Einwohner (in 1.000) zum 30. September 2011 (StMELF, 2012c)

Eine Hälfte der Interviews fand im Mittelgebirge Bayerischer Wald statt, vier weitere Interviews wurden im Alpenraum geführt. Die Betriebe befanden sich einerseits in den Landkreisen Regen und Freyung-Grafenau sowie andererseits in den Landkreisen Rosenheim und Miesbach (Abb. 3.15). Die Auswahl zweier Räume mit solch unterschiedlicher sozioökonomischer Situation sollte vor allem der Heterogenität ländlicher Räume Rechnung tragen, die bereits im bayerischen Kontext deutlich zum Vorschein tritt.

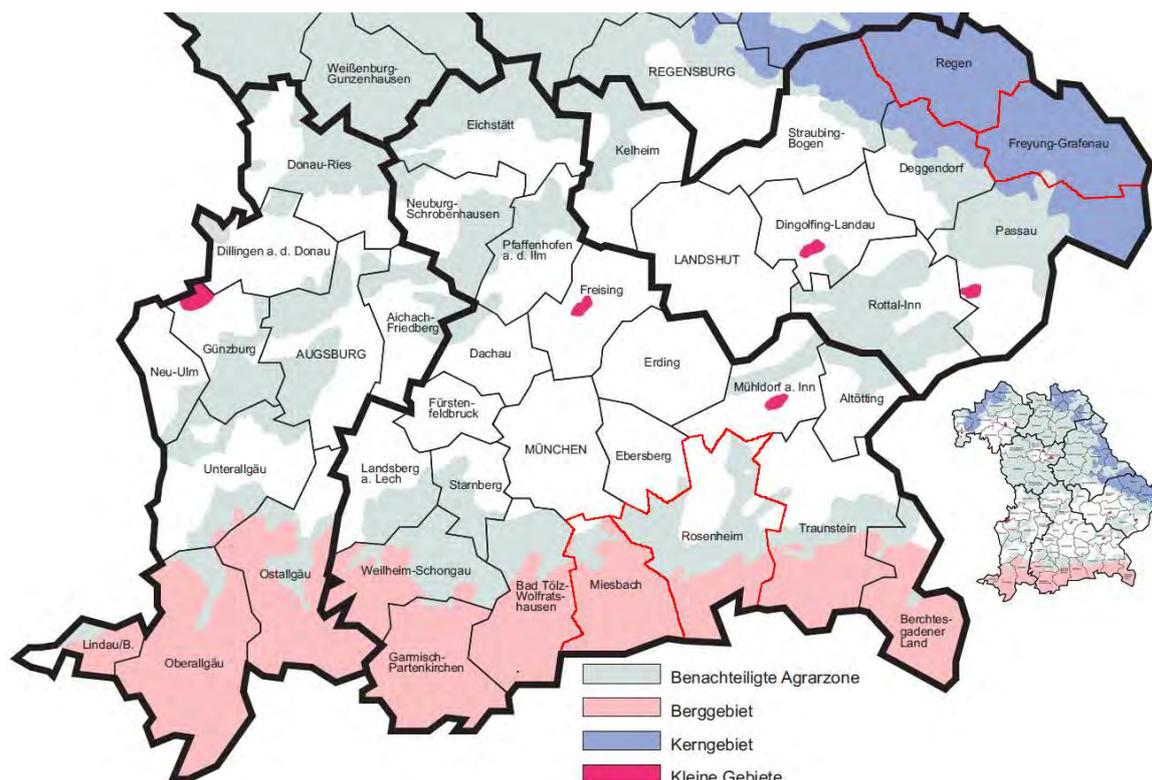


Abb. 3.15: Untersuchungsgebiet – ausgewählte Landkreise im Berg- oder Kerngebiet (verändert nach StMELF, 2012c)

Die Betriebe wurden in Abstimmung mit der LfL ausgesucht. Über das Auswahlkriterium der Landwirtschaftlichen Vergleichszahl konnten benachteiligte Gemeinden und Gemarkungen selektiert werden. Aufgrund der Einschränkung der Landkreise konnte so sichergestellt werden, dass es sich um Berg- oder Kerngebiete aus der Förderkulisse handelte (siehe Abb. 3.13). Darüber hinaus wurden Betriebe gesucht, bei denen der Hof innerhalb der letzten zehn Jahre übergeben wurde und aktiv weiterbewirtschaftet wird. Alle Hofstellen lagen über 600 m ü. NN. Bei den landwirtschaftlichen Nutzflächen handelte es sich ausschließlich um Grünland, von dem Teile beweidet wurden. Zusammenfassend lassen sich also folgende Auswahlkriterien aufzählen:

1. Lage im Berg- oder Kerngebiet
2. Landkreise Freyung-Grafenau, Regen, Miesbach und Rosenheim
3. Grünlandbewirtschaftung
4. Lage der Hofstellen über 600 m ü. NN
5. Vorhandensein mindestens einer Einkommenskombination
6. Hofübergabe möglichst zeitnah in der Vergangenheit (nach 2004) erfolgt

Bei der Betriebsauswahl und Kontaktaufnahme waren die LfL sowie die Sozialversicherung für Landwirtschaft, Forsten und Gartenbau (SVLFG) behilflich. Mit deren Hilfe konnte im Voraus insbesondere das Vorhandensein einer Einkommenskombination geprüft werden. So musste nicht erst am Telefon die Eignung des ausgewählten Betriebs detailliert erfragt werden, was durchaus potenzielle Gesprächspartner hätte abschrecken können.

3.3.2.2 Gesprächspartner und Gesprächsführung

Die durchgeführten Interviews hatten innerhalb klar vorstrukturierter Themenfelder einen eher offenen Charakter und wichen auch dementsprechend voneinander ab. Die Dauer der Gespräche schwankte zwischen mindestens 40 und im längsten Fall 90 Minuten. Die Mehrzahl der Gespräche fand unter vier Augen statt. In zwei Fällen war der Hofübergeber an Teilen des Gesprächs beteiligt und einmal war die Partnerin des Betriebsleiters in das Interview involviert.

Die Betriebsleiter sollten zunächst die allgemeine betriebliche Situation schildern und anschließend Fragen zu den Bereichen Diversifizierung, Familiensituation bzw. Arbeitskräfte im Betrieb und Hofnachfolge beantworten. Außerdem wurde mit gezielten Fragen versucht, Merkmale regionaler Identität zu erheben. Im Fall, dass einige allgemeine Informationen nicht bereits im Verlauf des Gesprächs zutage kamen, wurden diese abschließend noch ergänzt.

Ein Interviewleitfaden diente vornehmlich als Repertoire an vorformulierten Fragen (Maier, 2014), um auf einen zähen Gesprächsfluss reagieren zu können. Für den Aspekt der Hofnachfolge wurde die Erhebungsmethode der Lebenslinientchnik unterstützend angewandt. Diese sollte helfen, „subjektive Deutungen und Selbsteinschätzungen dadurch [zu] erheben, dass die Forschungssubjekte selbst zur grafischen Darstellung angeregt werden“ (Mayring, 2002, S. 86). So konnten wichtige Aspekte der Hofnachfolge erhoben werden, die möglicherweise sonst verborgen geblieben wären. Darüber hinaus konnte festgestellt werden, welche Rolle die Diversifizierungsmaßnahmen in dieser rückblickenden Betrachtung aus Sicht der Gesprächspartner spielten, ohne suggestive Anreize geben zu müssen.

Alle acht Interviews wurden im Dialekt geführt. Dies trug nach eigener Einschätzung wesentlich zur Herstellung einer ungehemmten Atmosphäre bei. Nahezu der gesamte Umfang der Gespräche konnte aufgezeichnet werden. Wann immer phasenweise eine Audioaufnahme nicht möglich war (zum Beispiel bei einem Besuch im Stall), wurde im Anschluss an die Interviews jeweils ein Gedächtnisprotokoll angefertigt. Erst im Zuge der Transkription wurde das Material in Schriftdeutsch überführt.

3.3.3 Ergebnisse

Um einen generellen Überblick über die einzelnen Betriebe zu geben, die auf unterschiedlichste Weise ihre Einkommensquellen diversifizieren, sollten zunächst die acht Betriebe und die bewirtschaftenden Familien skizziert werden. Tab. 3.19 gibt einen Überblick über die Flächennutzung und die Tierhaltung der einzelnen Betriebe. Unter „Annehmtiere“ sind nicht betriebseigene Rinder oder Pferde zu verstehen, die die Sommermonate kostenpflichtig auf der Alm des Betriebs verbringen.

Tab. 3.19: Viehbestand der untersuchten Betriebe (e. N: eigene Nachzucht)

	Betrieb							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Flächen (ha)								
Kleegras	–	–	–	4	–	–	–	–
Mähweiden	15	ca. 20	25	31	8	44	13	13
Weiden	–	ca. 20	–	–	2	–	2	–
Hutung u. Geringstland	–	–	13	–	–	–	–	–
Alm	32	23	28	–	–	27	–	–
Wald	22	30	9	40	12	12	68	0,6
Nutztierbestand								
Milchkühe	–	30	–	20	8	43	–	–
Jungvieh	32	ca. 55	–	e. N.	e. N.	e. N.	–	–
„Annehmerinder“ (Kalbinnen)	25	–	ca. 40	–	–	–	–	–
Eigene Pferde	–	–	–	ca. 15	2	–	9	11
„Annehmerpferde“	–	–	6	–	–	–	–	–
Pensionspferde	–	–	–	8	–	–	–	2
Kleinvieh	–	ja	–	ja	ja	–	ja	ja

Im Anschluss daran stand die Frage nach dem Einfluss der Einkommenskombinationen auf die Sicherheit der Weiterbewirtschaftung im Mittelpunkt. Darüber hinaus wurden, bezogen auf die weiteren Leitfragen der Untersuchung, die Erkenntnisse dargestellt, die sich aus der qualitativen Analyse der Interviews ergaben.

3.3.3.1 Betriebsportraits

Die Beiträge der einzelnen Tätigkeiten (innerhalb sowie außerhalb der Landwirtschaft) zum Einkommen der Familienbetriebe wurden mithilfe von Diagrammen anschaulich gemacht. Die anteilmäßige Verteilung ist aber ausdrücklich als grobe Annäherung zu verstehen und hält keinen betriebswirtschaftlichen Analysen stand. Die dargestellten Einkommensbeiträge sind erhobene Schätzungen der Betriebsleiter selbst. In einigen Fällen lückenhafter Erhebung handelt es sich um eigene Vermutungen, die sich aus den Erkenntnissen über die Faktorausstattung der Betriebe und dem grundsätzlichen Gesamteindruck ergaben.

Die verschiedenen Fördergelder wurden nicht eigens aufgeführt, sondern sind beim landwirtschaftlichen Einkommensanteil inbegriffen. Außerdem ist zu beachten, dass von einigen Betrieben Einkommenskombinationen, wie Direktvermarktung oder der Verkauf von Brennholz, nach Aussagen der Betriebsleiter in einem zu kleinen Umfang betrieben wurden, um hier als einkommensrelevant aufgeführt zu werden.

Problematisch ist bei dieser Art der Darstellung vor allem das Vermischen von selbstständigen und nicht selbstständigen Tätigkeiten, da die eigenen Aufwendungen für die jeweilige Beschäftigung in hohem Maße voneinander abweichen. Wenn Einkommensbeiträge aus der Landwirtschaft, aber auch aus den Einkommenskombinationen benannt werden, muss man sich immer die ständig wiederkehrenden Investitionen vor Augen führen, die nötig sind, um die Unternehmung aufrechtzuerhalten. Nichtsdestotrotz eignen sich die Diagramme gerade für einen Vergleich der Betriebe untereinander sehr gut und liefern einen schnellen Überblick über die jeweilige momentane Betriebssituation.

Betrieb 1

Der sehr junge Betriebsleiter (22 Jahre) von Betrieb 1 bewirtschaftete einen Hof im Landkreis Miesbach und betrieb dort Jungviehaufzucht (Tab. 3.19). Die 32 ha große Alm, auf der das gesamte Jungvieh zusammen mit Kalbinnen anderer Bauern die Sommermonate verbringt, machte den Großteil der Grünlandflächen aus. Die restlichen Flächen lagen in unmittelbarer Umgebung der Hofstelle und wurden zur Gewinnung des Futters für die Wintermonate (Siloballen und Heu) genutzt. Außerdem konnten sie in den Übergangsphasen jeweils vor dem Almauftrieb und vor der Rückkehr des Viehs in den Stall beweidet werden. Die hofeigenen Waldflächen wurden selbst bewirtschaftet; das Holz wurde verkauft.

Vor der Übernahme wurden neben dem Jungvieh noch einige Milchkühe gehalten. Ein Teil der Milch wurde vom Senior zu Butter verarbeitet und selbst vermarktet. Für den Übernehmer, der den Betrieb zum Zeitpunkt der Befragung im Nebenerwerb führte, war die Einkommenskombination aus zeitlichen und wirtschaftlichen Gründen nicht attraktiv genug.

Die Besonderheit dieses Falls lag darin, dass es sich nicht um den elterlichen Betrieb handelte. Der junge Landwirt, der selbst auf dem elterlichen Hof aufgewachsen ist, wurde nämlich vom Übergeber adoptiert. Da nur der alleinstehende ehemalige Betriebsleiter und sein Adoptivsohn am Hof wohnhaft waren, konnten in dem geräumigen Bauernhaus drei Wohnungen fest vermietet werden. Neben der Landwirtschaft war der Hoferbe als Elektromeister in der Ortschaft tätig. Abb. 3.16 zeigt, wie stark diese Anstellung (25,5 Stunden pro Woche) und die Vermietung zu seinem Einkommen beitragen.

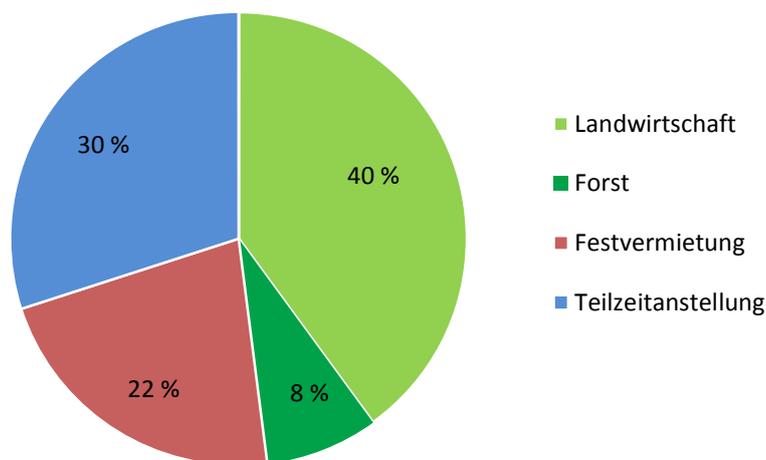


Abb. 3.16: Geschätzte Verteilung der Einkommensanteile von Betrieb 1

Der Übergeber war zum Zeitpunkt der Befragung seit einiger Zeit pflegebedürftig und schied seitdem aus der aktiven Landwirtschaft aus. Neben seinem Adoptivsohn half ein Ehepaar, das in einem betriebseigenen Gebäude ein Wohnrecht auf Lebenszeit besaß, ab und an am Hof mit. Zusätzlich hatte der Betriebsleiter für die Alm eine Sennerin angestellt.

Betrieb 2

Der Milchviehbetrieb im Landkreis Rosenheim wurde vom jungen Betriebsleiter (28 Jahre) zusammen mit seinen Eltern bewirtschaftet. Der ökologisch wirtschaftende Betrieb 2 verfügte über eine gute Flächenausstattung. Von den 40 ha Grünland wurden etwa die Hälfte beweidet, während die andere Hälfte zur Silage- und Heugewinnung genutzt wurde (siehe Tab. 3.19). Darunter befanden sich auch einige fünfschnittige Pachtflächen im Tal.

Allgemein setzte der Ökobetrieb aber seit geraumer Zeit vermehrt auf eine weniger intensive Ausrichtung. Um die vielen extensiven Flächen (auch die Alm mit 23 ha) nutzen zu können, wurde mehr Jungvieh am Betrieb gehalten, als zur eigenen Nachzucht nötig wäre (siehe Tab. 3.19). Der Jungviehverkauf bildete so (neben der Milchproduktion) ein zweites wichtiges Standbein innerhalb der Urproduktion. Von der Forstfläche waren nur 20 ha regulär zu bewirtschaften, die eigenständig für die Holzgewinnung genutzt wurden.

Die Eltern des Betriebsleiters waren zum Zeitpunkt der Befragung nach wie vor voll in den Betrieb involviert. So war es dem Jungbauern möglich, momentan nur eine halbe Vollarbeitskraft im Betrieb zu stellen und zusätzlich 20 Stunden pro Woche als landwirtschaftlicher Sachverständiger zu arbeiten. Darüber hinaus half einer seiner älteren Brüder sporadisch im Betrieb und betreute über den Sommer das Jungvieh auf der Alm. Die Freundin des Betriebsleiters war Lehrerin und eigentlich nicht in das Betriebsgeschehen involviert.

Jedoch hatte das junge Paar gemeinsam mit der Teilnahme am Programm Erlebnisbauernhof, das Grundschulklassen ermöglicht, den Lernort Bauernhof zu besuchen, eine neue Einkommenskombination initiiert. Wie der Überblick in Abb. 3.17 zeigt, trugen auch die beiden gut belegten Ferienwohnungen erheblich zum Betriebseinkommen bei.

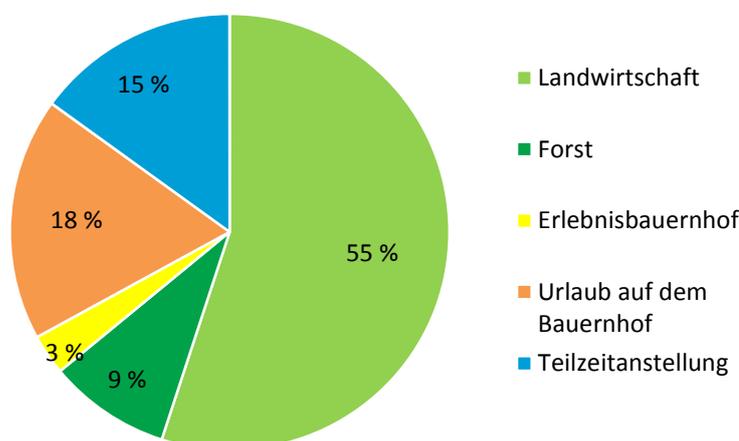


Abb. 3.17: Geschätzte Verteilung der Einkommensanteile von Betrieb 2

Betrieb 3

Der im Landkreis Miesbach gelegene Betrieb 3 beweidete seine hochgelegenen, zusammenhängenden, extensiven Flächen mit Jungvieh anderer Bauern aus dem Tal (siehe Tab. 3.19). 25 ha der Betriebsflächen konnten mehr oder weniger regulär bewirtschaftet werden und so bot sich die Möglichkeit des Verkaufs von Heu- und Siloballen. Diese Betriebsausrichtung ergab sich unter den nach einem schweren Schicksalsschlag gegebenen Bedingungen. Der Ehemann der Betriebsleiterin verstarb 2010 verfrüht und hinterließ seine Frau mit drei Kindern und dem Betrieb.

Es handelte sich also in diesem Fall nicht um eine reguläre, sondern um eine erzwungene Betriebsübergabe. Für die Außenwirtschaft und die Bearbeitung von 9 ha Forst holte sich die Betriebsleiterin über den Maschinenring Unterstützung durch einen Betriebshelfer. Sie kümmerte sich selbst um die Zäune und das Jungvieh und war auch beinahe täglich auf der Alm.

Jedoch war ihre hauptsächliche Arbeitskraft in den Einkommenskombinationen gebunden, die eine große Bedeutung für den Betrieb hatten (Abb. 3.18). Das Angebot ging hier über den klassischen Urlaub auf dem Bauernhof hinaus. Es wurden acht Gästezimmer, eine Ferienwohnung und eine zusätzliche Räumlichkeit für Tagungen oder Festlichkeiten angeboten. Zu-

sätzlich zur Beherbergung mit Frühstück bot der Hof auch eine eigene Gastronomie. Ein weiteres Gebäude war fest an einen Arzt vermietet, der darin seine Praxis eingerichtet hatte.

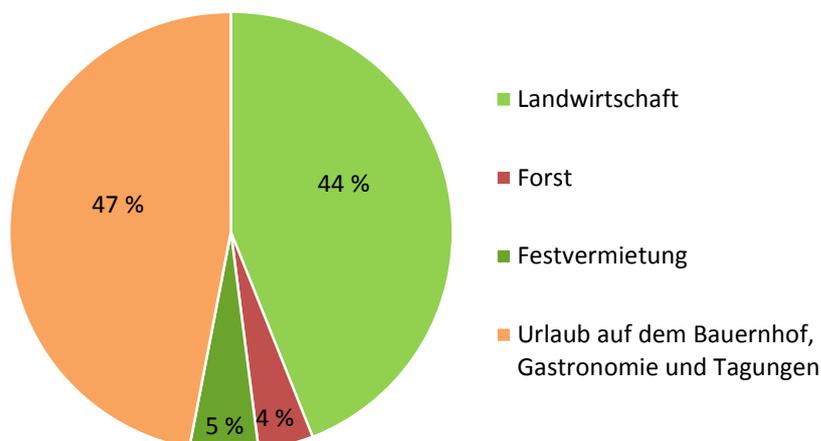


Abb. 3.18: Geschätzte Verteilung der Einkommensanteile von Betrieb 3

In der Gastronomie war die älteste Tochter der Betriebsleiterin in Teilzeit angestellt. Neben der Bewirtung der Tagungsgäste kümmerte sich die gelernte Köchin hauptsächlich um die Menü-Abende, die regelmäßig für nicht übernachtende Gäste in der eigenen Gaststube angeboten wurden. Mutter und Tochter wurden in der Gastronomie bei Arbeitsspitzen von einer weiteren Arbeitskraft unterstützt, die für die Bedienung der Gäste zuständig war.

Zum Zeitpunkt der Befragung kam seit einigen Jahren über die Sommermonate eine Agrarpraktikantin aus Osteuropa auf den Betrieb, die eine Hilfe in den vielfältigen Aufgabenbereichen darstellte. Schließlich kamen bei der Heuernte, die noch immer mit einer Menge Handarbeit verbunden war, einige Hilfen aus der Familie und der Verwandtschaft zusammen.

Betrieb 4

Der verheiratete 35-jährige Betriebsleiter von Betrieb 4 bewirtschaftete einen Bauernhof mit Milchvieh- und Pferdehaltung im Landkreis Regen. Die 31 ha Grünlandflächen, die zum Teil gepachtet waren, wurden hauptsächlich als Mähweiden genutzt (siehe Tab. 3.19). Sie wurden mit Jungvieh und den 20 Milchkühen beweidet und ansonsten regulär siliert. Ein kleiner Teil diente als reine Pferdekoppel. Zusätzlich wurden 4 ha Klee gras bewirtschaftet. Diese ehemalige Maisanbaufläche wurde im Zuge einer Futterumstellung in Grünland umgewidmet, denn der Betrieb wirtschaftete seit 2010 ökologisch.

Die umfangreichen Waldflächen wurden vom Landwirt und seinem Vater bewirtschaftet. Neben dem Einkommensbeitrag durch den Holzverkauf war hier die Bedeutung der Eigennutzung hervorzuheben. Mit dem eigenen Holz wurde eine Hackschnitzelheizung befeuert, an die viele der betriebseigenen Gebäude angeschlossen waren. Außerdem wurde darauf Wert gelegt, eigenes Holz zu verbauen.

Neben den Kühen befanden sich zum Zeitpunkt der Befragung 15 eigene Pferde und acht Pensionspferde auf dem Hof (siehe Tab. 3.19). Es war eine Reithalle vorhanden. Außerdem wurde für den Reitbetrieb eigens eine Reitlehrerin angestellt. Dieses umfangreiche Angebot passte sich in das Gesamtkonzept des Betriebsleiters und die Vorstellung der Familie von Urlaub auf dem Bauernhof ein.

Abb. 3.17 zeigt, wie bedeutend die Beherbergung für den Gesamtbetrieb ist. Insgesamt wurden neun Ferienwohnungen angeboten. Sowohl die Ehefrau als auch die Mutter des Betriebs-

leiters waren dadurch arbeitszeitlich stark gebunden. Der Reitbetrieb bildete eine weitere Einkommenskombination. In der grafischen Darstellung wurde dieser Einkommensbeitrag aber aus Gründen der starken Verzahnung mit dem Urlaub auf dem Bauernhof nicht eigenständig quantifiziert. Es bleibt allerdings festzuhalten, dass gerade durch das Vorhandensein des Reitbetriebs Mehreinnahmen aus dem Tourismus erzielt werden konnten.

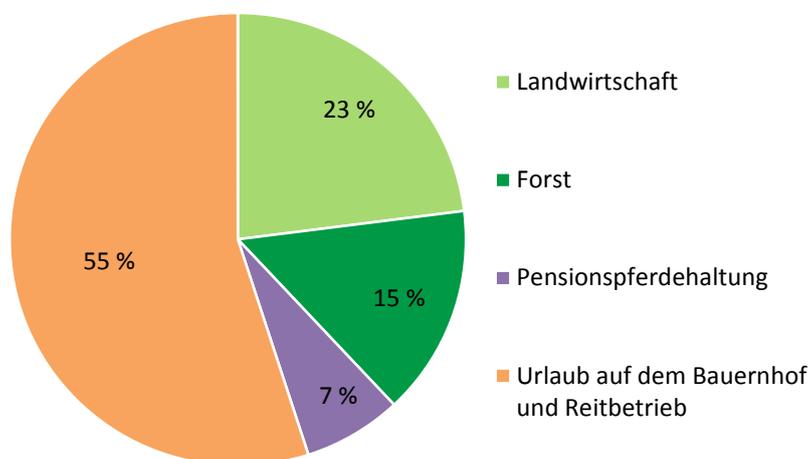


Abb. 3.19: Geschätzte Verteilung der Einkommensanteile von Betrieb 4

Die Schwester des Betriebsleiters wohnte auf dem Betrieb und half bei der Bewältigung des Arbeitsanfalls der einzelnen Einkommenskombinationen. Zudem beschäftigte der Landwirtschaftsmeister etwa alle zwei Jahre einen Auszubildenden zur Mithilfe im Betrieb.

Betrieb 5

Bei Betrieb 5 handelte es sich um einen kleinen Milchviehbetrieb mit Urlaub auf dem Bauernhof im Landkreis Regen. Er wurde vom Betriebsleiterehepaar im Nebenerwerb bewirtschaftet. Es wurden acht Milchkühe gehalten, die in den Sommermonaten auf den arrondierten Flächen weideten. 2 ha zugepachtetes Grünland, das etwas entfernt lag, wurde als Weide für das eigene Jungvieh verwendet (siehe Tab. 3.19). Die restlichen Wiesen wurden gemäht. Das Schnittgut wurde hauptsächlich als Heu geerntet. Außerdem wurden 11 ha Forst bewirtschaftet und das gewonnene Rundholz wie üblich verkauft oder als Brennholz für die eigene Holzheizung verwendet.

Der als Besamungstechniker tätige 35-jährige Betriebsleiter betrachtete seine landwirtschaftliche Tätigkeit aufgrund seiner Arbeit in Vollzeit (40 Stunden pro Woche) als Hobby. Doch dieses wurde mit großer Sorgfalt betrieben. Der Bewirtschafter legte Wert auf eine hohe Milchleistung und schaffte es durch optimale Grundfutterqualität, einen hohen Stalldurchschnitt zu erreichen.

Die Stallarbeit erledigte er täglich vor und nach der eigentlichen Erwerbsarbeit. Viele sonstige Arbeiten fielen auf die Wochenenden. Dabei wurde er von seinen Eltern, seinem Bruder und seiner Frau in der Landwirtschaft unterstützt.

Die Vermietung von vier Ferienwohnungen erwirtschaftete einen Großteil des Einkommens aus dem landwirtschaftlichen Betrieb (Abb. 3.20). Dies war der Aufgabenbereich der Ehefrau des Betriebsleiters, die ebenfalls zusätzlich einer nicht selbstständigen Tätigkeit (450-Euro-Job) nachging. Die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof war auch bei diesem Betrieb in Zusammenhang mit der landwirtschaftlichen Nutzung zu sehen. Die zwei Pferde (und das Kleinvieh) am Betrieb stellten ein Angebot für die Feriengäste dar.

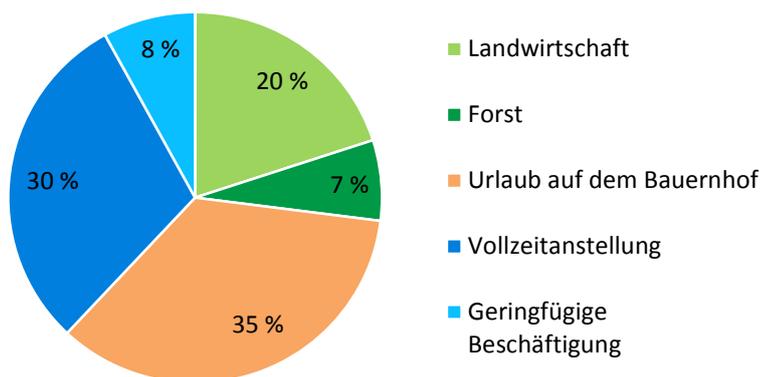


Abb. 3.20: Geschätzte Verteilung der Einkommensanteile von Betrieb 5

Betrieb 6

Der 34-jährige Junglandwirt von Betrieb 6 bewirtschaftete einen Hof im Landkreis Rosenheim mit starkem Fokus auf der Milchproduktion. Der Betrieb besaß ein festes Weiderecht an einer 27 ha großen Alm (siehe Tab. 3.19), die ungefähr vier Sommermonate vom eigenen Jungvieh beweidet wurde. Die weiteren 44 ha Grünland waren größtenteils Pachtflächen. Nur 12 ha davon waren auf Höhe der Hofstelle gelegene Mähweiden im Eigenbesitz. Die restlichen gepachteten Wiesen befanden sich hauptsächlich im Tal und wurden intensiv mithilfe großer mechanisierter Lohnunternehmer bewirtschaftet.

Eigene Grassilage und Heu bildeten das Grundfutter für die momentan 43 Milchkühe mit eigener Nachzucht auf dem Betrieb. Der Wald wurde vollständig selbst bewirtschaftet und sowohl Lang- als auch Brennholz verkauft. Aus der 12 ha großen Forstfläche speiste sich zudem die hofeigene Hackschnitzelheizung.

Der Hof bestand aus drei Wohnhäusern. Neben dem Betriebsleiterehepaar und deren kleinen Kindern wohnten dort die Eltern des Eigentümers sowie dessen jüngerer Bruder. Letzterer war Schreiner, half aber auch ab und zu auf dem Hof aus. Eine Wohnung war zur Zeit der Befragung fest vermietet, zwei weitere wurden als Ferienwohnungen angeboten. Der Arbeitsanfall durch die Einkommenskombination wurde hauptsächlich von der Bäuerin und teils noch von der Mutter geschultert.

Die Einnahmen aus den Vermietungen trugen zum Betriebseinkommen ebenso bei wie die Arbeit des Landwirtschaftsmeisters im Rahmen eines 450-Euro-Jobs (Abb. 3.21). Durch die Mithilfe seiner Eltern und seiner Frau, die ebenfalls den Meister in der Landwirtschaft hatte, blieb Arbeitskapazität für diese Nebentätigkeit übrig. Auf der Alm waren drei Senner, die sich gegenseitig abwechselten, in einem geringfügigen Beschäftigungsverhältnis angestellt.

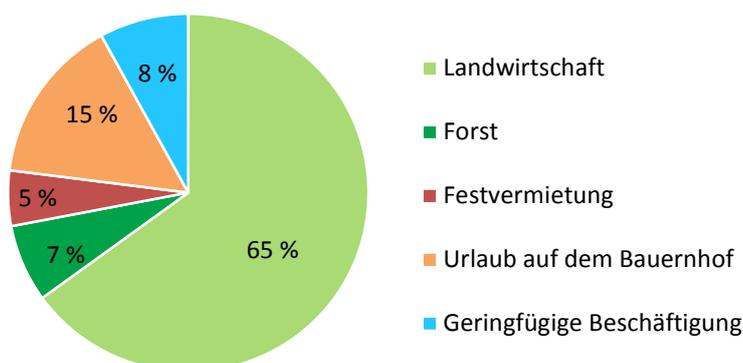


Abb. 3.21: Geschätzte Verteilung der Einkommensanteile von Betrieb 6

Betrieb 7

Bei Betrieb 7 handelte sich um einen Hof im Landkreis Regen, der zum Zeitpunkt der Befragung seine Tierhaltung von Rinder- auf Pferdehaltung umstellt. Der Bestand an eigenen Pferden wurde in der letzten Zeit auf neun erhöht (siehe Tab. 3.19) und nach dem anstehenden Bau zweier Offenställe und eines Reitplatzes sollten auch Pensionspferde gehalten werden.

Die Nutzung der 15 ha Grünland wurde im Zuge der Umstellung neu aufgeteilt. Die Beweidungsfläche konnte gegenüber der Rinderhaltung verringert und auf dem Großteil der Flächen Heu für die Pferde geworben werden (siehe Tab. 3.19), wobei überschüssiges Heu verkauft wurde. Der Rest der Flächen wurde beweidet.

Der junge Betriebsleiter (26 Jahre) hatte zusätzlich zu seinem Lehrberuf Industriemechaniker eine forstwirtschaftliche Ausbildung und einen Jagdschein vorzuweisen. Das zeugte von der Bedeutung der 68 ha großen Forstfläche am Gesamtbetrieb. Er verkaufte nicht nur Holz, sondern befeuerte auch seine eigene Hackschnitzelheizung, die unter anderem neun Ferienwohnungen beheizte.

Die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof war die bedeutendste Einkommensquelle (Abb. 3.22). Sie wurde hauptsächlich von der Mutter des noch ledigen Betriebsleiters geführt. Die Tierhaltung hatte sich gänzlich der Einkommenskombination angepasst. Zur hellen Freude von Familien mit Kindern wurde allerlei Kleinvieh in einer Art Streichelzoo gehalten.

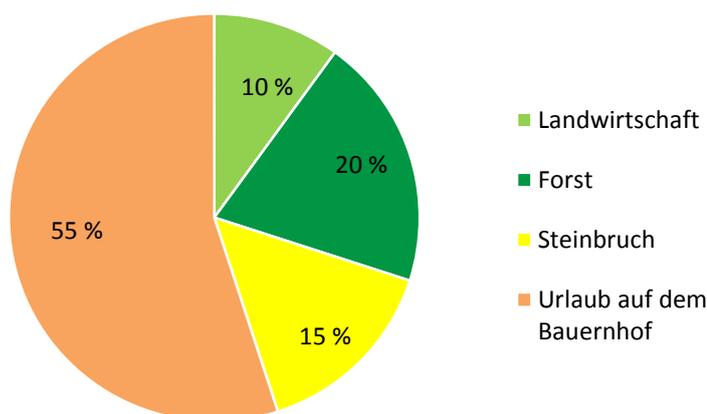


Abb. 3.22: Geschätzte Verteilung der Einkommensanteile von Betrieb 7

Auch der Vater des Betriebsleiters, der zum Zeitpunkt der Befragung aus gesundheitlichen Gründen nicht mehr stark am Hof involviert war, hatte mit der Etablierung eines Steinbruchs vor Jahrzehnten eine bedeutende Einkommenskombination erschlossen. Der Hoferbe führte diesen weiter und kümmerte sich auch bei den Ferienwohnungen um bauliche Angelegenheiten. Für allerlei andere am Betrieb anfallende Arbeiten (vom Reinigen der Ferienwohnungen über das Gärtnern bis hin zum Schneeräumen) war ein Hausmeister in Teilzeit angestellt.

Betrieb 8

Die 30-jährige Betriebsleiterin von Betrieb 8 bewirtschaftete einen kleinen Pferdebetrieb im Landkreis Freyung-Grafenau. Es wurden 13 ha Grünland bewirtschaftet, wovon eine Hälfte Eigentum und die andere gepachtet war. Die Flächen befanden sich alle relativ nah am Betrieb und wurden zum Teil mit den elf eigenen Pferden beweidet (siehe Tab. 3.19). Die restlichen Flächen wurden zur Heuwerbung genutzt und mit Pferdemist gedüngt. Zum Betrieb gehörten keine nennenswerten Waldflächen.

Die Hoferbin hatte umfangreiche Ausbildungs- und Fortbildungsmaßnahmen im Pferdebereich durchlaufen. Sie war Reitlehrerin und bot am Betrieb professionellen Beritt, Reitunterricht und Wanderreiten an. Außerdem gab es für Ferienkinder die Möglichkeit, einen Reiturlaub auf dem Hof zu verbringen. Aufgrund des Fehlens einer Reithalle konnte zum Zeitpunkt der Befragung nur in sehr kleinem Umfang Pensionspferdehaltung betrieben werden. Daher wurden neben den eigenen Pferden und allerlei Kleinvieh nur zwei Einstellpferde gehalten.

Die noch ledige Betriebsleiterin war gelernte Bürokauffrau und ging im benachbarten Ort einer Vollzeitbeschäftigung (40 Stunden pro Woche) nach. Sie bewirtschaftete den Betrieb mithilfe ihrer Eltern, wobei der Vater hauptsächlich für Maschinen und Außenwirtschaft und die Mutter mehr für die Pferde zuständig war.

Abb. 3.23 zeigt die verschiedenen Einkommensbeiträge zum Familieneinkommen. Die Bewirtschafterin war auf ihre Anstellung angewiesen. Die Landwirtschaft trug sich in dem Umfang gerade selbst und bot vornehmlich den Eltern ein zusätzliches Einkommen.

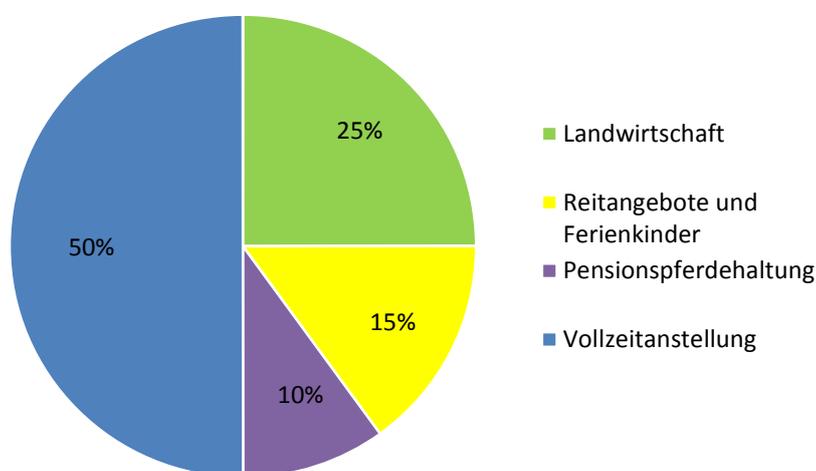


Abb. 3.23: Geschätzte Verteilung der Einkommensanteile von Betrieb 8

3.3.3.2 Einfluss der Diversifizierungsmaßnahmen auf die Sicherheit der Hofnachfolge

Nach Aussagen der Betriebsleiter hatten die Diversifizierungsmaßnahmen meist keinen oder nur einen indirekten, eher untergeordneten Einfluss auf die Entscheidung für eine Weiterführung des landwirtschaftlichen Betriebs. Lediglich bei den Betrieben 7 und 8 konnte die Existenz von Einkommenskombinationen im elterlichen Betrieb als entscheidend für die Weiterbewirtschaftung durch die junge Generation erachtet werden. In beiden Fällen wurde die Rinderhaltung nicht weitergeführt, aber die landwirtschaftliche Nutzung durch die Einkommenskombination aufrechterhalten. Betrieb 3 folgte einem ähnlichen Muster, war aber aufgrund der anderen Übergabesituation nicht vergleichbar.

Im Beispiel von Betrieb 8 wirtschafteten die Eltern noch bis 2011 mit zwölf Milchkühen auf dem Hof. Die nebenbei betriebene Pferdehaltung war eine Einkommenskombination, die zum Zeitpunkt der Befragung auf mehrfache Weise zum Betriebseinkommen beitrug. Gesundheitliche Gründe und die mangelnde Rentabilität der im kleinen Umfang betriebenen Milchviehwirtschaft führten 2011 zum Verkauf der Rinder, zum Renteneintritt des Betriebsleiters und zur Übergabe des Betriebs an die Tochter.

Eine Weiterführung der Milchproduktion durch die jüngere Generation schien innerhalb der Familie früh ausgeschlossen. Sowohl die Tochter als auch die beiden Söhne ergriffen einen außerlandwirtschaftlichen Beruf. Für die befragte Betriebsleiterin war die Pferdehaltung, die

seit 1988 betrieben wird, der entscheidende Bezug zur Landwirtschaft. Im entsprechenden Interview erläuterte sie: *„Also vom Grundprinzip her, würde ich sagen, war es bei uns eigentlich von Haus aus so, dass ich diejenige bin, die den Hof übernimmt. Aufgrund dessen, dass meine Brüder ja für Pferde das geringste Interesse haben.“*

Ihre eigene Investition in die betriebliche Zukunft, der Bau eines Reitplatzes im Jahr 2008, manifestierte die Entscheidung für eine Weiterbewirtschaftung. Zwei Jahre später folgte der bestandene Trainerschein, bevor es 2011 zur Übergabe kam. Ein gutes Verhältnis zu den Eltern sowie eine starke Bindung zum Hof und zu den Pferden trugen dazu ebenso bei wie ein ausgeprägtes Verantwortungsgefühl, das sich besonders in der folgenden Aussage während des Interviews zeigte: *„Für mich ist klar: Für alles, was bei uns draußen steht; für alles, was ich mir anschaffe; für alles, wofür ich die Verantwortung habe, übernehme ich so lange, wie es irgendwie geht, die Verantwortung.“*

Die Interviews vermitteln den Gesamteindruck, dass mit der starken Bindung zu Hof und Heimat, einer orts- und tätigkeitsgebundenen Identität und der Betonung von Eigenständigkeit und Freiheit (in der Selbstreflexion wie in der Vermittlung nach außen) die entscheidenden Faktoren für eine Entscheidung der Hofnachfolger pro Weiterbewirtschaftung ausgemacht werden können. In Verbindung mit einer ausreichenden Förderung als Ausgleich für die naturräumliche Benachteiligung, deren Bedeutung mehrfach betont wurde, tragen diese Aspekte zum Verständnis darüber bei, warum sich der Strukturwandel in der Berglandwirtschaft langsamer vollzieht.

Nicht zuletzt fördert ein gutes Verhältnis zwischen Übergeber- und Übernehmergeneration das Gelingen von Hofübergaben und ist so auch als Einflussgröße auf die Sicherheit der Weiterbewirtschaftung nicht zu unterschätzen. Nach Aussagen der interviewten Betriebsleiter war eben dieses Verhältnis in ihren Fällen gut und wurde von manchen auch als wichtig und bestärkend hervorgehoben.

Einkommenskombinationen verlangen dem Bewirtschafter zusätzliche Kenntnisse und Qualifikationen ab. Dies kann insofern die Hofnachfolge behindern, dass eine erfolgreiche Bewirtschaftung eines landwirtschaftlichen Betriebs ohnehin bereits eine sehr breit gefächerte Ausbildung voraussetzt. Andererseits tragen Einkommenskombinationen zum Betriebseinkommen bei und haben dementsprechend eine wirtschaftliche Bedeutung, was die Weiterbewirtschaftung erleichtert. Dieses Vorverständnis hat sich in den Interviews bestätigt.

Jedoch liegt der Konzeptualisierung von Einkommenskombinationen als nachfolgefördernd oder -behindernd eine sehr statische Vorstellung eines bäuerlichen Familienbetriebs zugrunde. Ein solches Bild wird der Realität nicht ansatzweise gerecht. Während des Prozesses der Hofübergabe und darüber hinaus lassen sich vielfältige Bewältigungsstrategien der Familien erkennen, die dynamisch mit der Herausforderung der Führung eines vielseitigen Betriebs umgehen. Dementsprechend stellen sich vielmehr die Fragen: Wie gehen die neuen Betriebsleiter mit den Einkommenskombinationen um? Welche Rolle spielen sie im Generationswechsel und welchen Veränderungen sind sie unterworfen?

3.3.3.3 Umgang mit Einkommenskombinationen nach der Hofübergabe

Eine Möglichkeit besteht in der Konzentration auf die Nebenbetriebe der Landwirtschaft. Die beiden Betriebsleiterinnen der Betriebe 3 und 8 sahen in den Einkommenskombinationen ihren Hauptaufgabenbereich und planten, diesen weiterzuentwickeln. Auf der anderen Seite fielen in den untersuchten Betrieben Einkommenskombinationen in den wenigsten Fällen in den direkten Aufgabenbereich der männlichen Betriebsleiter. Bei ihnen lag der Fokus ihrer

Arbeitskraft auf der land- und forstwirtschaftlichen Nutzung. Zunächst also ließ sich ein Unterschied von „männlich“ und „weiblich“ belegten Arbeiten feststellen, der sich im Umgang mit den Einkommenskombinationen widerspiegelte. Die finanziell für den Gesamtbetrieb oft sehr bedeutende Vermietung von Ferienwohnungen und -zimmern (Urlaub auf dem Bauernhof) zählte in der Untersuchung ausnahmslos zum Aufgabenbereich von Frauen.

Auch innerhalb dieser Einkommenskombinationen fand eine geschlechtsspezifische Arbeitsteilung statt. Während sich die Männer überwiegend um Renovierungen und sonstige bauliche Tätigkeiten kümmerten, waren die Frauen für das Buchungsmanagement, die Gastronomie (falls vorhanden) sowie für Endreinigung und Wäschepflege zuständig. In den Fällen mit jungen Betriebsleiterhepaaren waren es die Partnerinnen, die hier umfangreich involviert waren. In den Betrieben 4, 5 und 6 hatten die Ehefrauen – unabhängig von ihrer ursprünglichen Ausbildung – den Aufgabenbereich Urlaub auf dem Bauernhof übernommen. Dazu kamen Haus- und Familienarbeit sowie die Mithilfe in der eigentlichen Landwirtschaft.

Im Fall von Betrieb 5 hatte die Partnerin zusätzlich eine 450-Euro-Anstellung. Trotzdem hatte sie den Bereich Urlaub auf dem Bauernhof weitestgehend von der Schwiegermutter übernommen und hier eigene Impulse gesetzt, indem zum Beispiel zwei Pferde angeschafft wurden, die ausschließlich als Angebot für die Gäste gedacht waren. Auf die Frage, ob die Ferienwohnungen für sie eine Belastung seien, antwortete sie im Interview: *„Nein, das ist für mich keine Belastung. Ich meine, die waren vorhanden und wir haben sie jetzt innerhalb von den drei Jahren [seit der Übergabe, Anmerkung des Verfassers] renoviert, so wie es uns gefällt. Das ist keine Belastung!“*

Die Weiterführung der Einkommenskombination durch die Ehefrau wurde in solchen Fällen als selbstverständlich angesehen. Wie bedeutend dieser Beitrag ist, kann deswegen leicht unterschätzt werden und wird erst klar, wenn man die Frage nach den Alternativen stellt. Der Betriebsleiter von Betrieb 6 antwortete im Interview: *„Das würde ich sofort aufhören! Wenn ich jetzt alleine wäre, würde das einfach nicht hinhauen. Weil die Ferienwohnungen schon auch viel Arbeitszeit kosten, sag ich mal. Das Putzen und alles, wenn einfach ein Wechsel ist. Das machen halt die Frau und die Mutter miteinander. Da geht es halt schon. Ja, da ist schnell mal ein halber Tag vertan.“* Bei der ledigen Betriebsleiterin mit Urlaub auf dem Bauernhof war es die Mutter, die sich auch nach der Hofübergabe unverändert um die Einkommenskombination kümmerte, die sie selbst aufgebaut oder weiterentwickelt hatte.

Generell sind die Eltern (wenn es die Gesundheit zulässt) auch nach der Übergabe noch stark in den Betrieb involviert und übernehmen weiterhin Aufgaben – auch in den Einkommenskombinationen. Die Betrachtung der Hofübergabe und des Generationswechsels als lang andauernden Prozess ist auch für das Verständnis vom Umgang mit Einkommenskombinationen entscheidend.

So langwierig die Einbindung und Eingliederung der jungen Generation ist, so langsam kann auch das Loslassen und die Ruhestandsplanung der Übergeber verlaufen. Das aber hat auch sein Positives und verleiht dem Familienbetrieb um das einschneidende Ereignis der Hofübergabe herum wertvolle zusätzliche Kompetenzen und Kapazitäten. Diese werden nach Möglichkeit genutzt. So war in den untersuchten Betrieben zum Zeitpunkt der Übergabe und darüber hinaus oft noch nicht klar, was langfristig mit den bestehenden Einkommenskombinationen geschieht, wie folgende Passage aus dem Interview mit dem Betriebsleiter von Betrieb 2 zeigt:

- Interviewer: *„Welche Pläne hast du für die Zukunft, wenn deine Mutter das [mit den Ferienwohnungen, Anmerkung des Verfassers] mal nicht mehr machen will oder nicht mehr machen kann?“*
- Betriebsleiter: *„Also ich hoffe, dass sie noch sehr lange weitermachen kann. Die Mama ist jetzt erst 54 geworden und ist noch ganz fit. Da würde ich jetzt schon mal drauf hoffen und ich glaube, es macht ihr auch Spaß.“*
- Interviewer: *„Dann spielt das noch gar keine Rolle?“*
- Betriebsleiter: *„Ja, genau. Möglich wäre ja zum Beispiel auch, dass man dann die ganze Wäsche – was ja eigentlich mit die meiste Arbeit ist – vergibt, dass man die halt abholen und sich wieder bringen lässt, dann gereinigt. Bei solchen Sachen, da könnte man sich Unterstützung holen, wenn es jetzt arbeitsmäßig knapp wird. Und sonst hab ich mir jetzt da noch nicht so viele Gedanken dazu gemacht. Meine Freundin ist ja jetzt erst mal mit ihrem Lehrerberuf gut ausgelastet, mit dem Referendariat. Ob die dann später mal mehr da bleibt oder nicht, das muss man dann erst mal sehen. Aber wahrscheinlich auch erst, wenn es notwendig ist.“*

Für den Fall, dass keine Frau am Betrieb sein sollte, die die Arbeiten übernimmt, wurde hier die Vergabe an Dritte als weitere Bewältigungsstrategie angedacht. Ein Betriebsleiter setzte bereits stark auf diese Möglichkeit (Betrieb 7). Ein anderer äußerte sich ablehnend gegenüber einer Fremdanstellung für die Einkommenskombination und würde dann die Wohnungen fest vermieten, statt Urlaub auf dem Bauernhof anzubieten (Betrieb 6). Im Falle von Ferienwohnungen bestehen also auch innerhalb der Einkommenskombination Gestaltungsspielräume, um sicherzustellen, dass ein Einkommensbeitrag aufrechterhalten bleibt.

Der Jungbauer in Betrieb 1 hörte mit einer vom Übergeber ausgeübten Einkommenskombination auf. Der Übergeber hatte die Milch von einem Teil seiner Kühe zu Butter verarbeitet und selbst vermarktet (siehe Abschnitt Betrieb 1). Für den Übernehmer, der den Betrieb nun im Nebenerwerb führte, war die Einkommenskombination aus zeitlichen und wirtschaftlichen Gründen nicht attraktiv genug. Erst aus einer gesamtbetrieblichen Sicht heraus räumte er der Einkommenskombination Chancen ein: *„Wenn man das mit Tourismus verbindet, dann kann man halt ein bisschen auf Eigenvermarktung setzen. [...] Aber, dass ich jetzt von dem Butterverkauf irgendwie einen Erlös erwarte, da bräuchte ich eine andere Anzahl an Tieren.“*

Allerdings meinte der Betriebsleiter: *„Das wird man schon mal wieder machen. Wenn halt mal eine Frau da ist oder so. Jetzt habe ich keine Zeit.“* Auch eine Umwandlung der fest vermieteten Wohnungen in Ferienwohnungen hielt er zu einem späteren Zeitpunkt für denkbar. Aber die bewirtschaftete Variante passt ihm besser, *„weil du da eigentlich keine Arbeit hast“*. An diesem Beispiel zeigt sich sehr deutlich, wie stark die Erschließung und Ausübung von Einkommenskombinationen von den verfügbaren Kapazitäten des Familienbetriebs abhängt.

Eine Einkommenskombination kann auch durch außerlandwirtschaftliche Arbeiten ersetzt werden. Ebenso besteht die weitere Möglichkeit, neue eigene Wege zu gehen, die hier nur vage geäußert, von anderen Betriebsleitern aber bereits umgesetzt wurden. Ein Beispiel dafür war, dass der Junglandwirt von Betrieb 2 seit einem Jahr Schulführungen anbot und mittlerweile über 20 Klassen zu Besuch hatte.

Schließlich ist auch eine sofortige Übernahme der Einkommenskombination durch die junge Generation eine Option. Bei Betrieb 7 geschah dies im Bezug auf den Steinbruch. Dieser

Aufgabenbereich wurde direkt vom Vater übernommen, wenn auch der neue Betriebsleiter zum Zeitpunkt der Befragung überlegte, sich für die Baggerarbeiten jemanden anzustellen.

3.3.3.4 Entwicklungsmuster in diversifizierenden Betrieben

In den untersuchten Betrieben wird ein Eindruck davon vermittelt, wie die Kapazitäten bäuerlicher Familienbetriebe, die stetigen Veränderungen unterworfen sind, dynamisch genutzt wurden. Die dargestellten Möglichkeiten des Umgangs mit Einkommenskombinationen nach der Hofübergabe waren Momentaufnahmen. Erst unter Einbeziehung der betrieblichen Vergangenheit und der Pläne und Erwartungen der neuen Betriebsleiter konnten Aussagen über (mögliche) generelle Entwicklungsmuster diversifizierender Betriebe gemacht werden. Bereits aus den wenigen untersuchten Fällen ließen sich zwei sehr verschiedene Entwicklungspfade solcher Betriebe ableiten.

3.3.3.4.1 Einkommenskombinationen zur Nutzung überschüssiger Kapazitäten

Einerseits fanden sich Betriebe mit einer untergeordneten Bedeutung der Diversifizierungsmaßnahmen. Die Weiterführung der Einkommenskombinationen ergab sich gewissermaßen aus überschüssigen Kapazitäten. Die nötigen finanziellen Reserven und die verfügbaren Gebäudekapazitäten waren als Grundvoraussetzungen zu erachten. Hauptsächlich waren jedoch Arbeitskräfte gemeint. Die Einbeziehung der Eltern nach der Übergabe sowie die Partnerschaften der Betriebsleiter spielten gerade bei solchen diversifizierenden Betrieben die entscheidende Rolle (siehe Betrieb 3). Wenn die momentan vorhandenen Kapazitäten nicht ausreichten, kam auch eine Aufgabe der Einkommenskombination infrage, wie das Beispiel von Betrieb 1 zeigt.

Solche Betriebe waren aber entweder auch eigenständig denkbar oder es handelte sich um Nebenerwerbsbetriebe, bei denen außerbetriebliche Anstellungen einen bedeutenden Beitrag zum Familieneinkommen leisteten. Die Einkommenskombinationen hatten demnach in solchen Betrieben eine finanziell eher untergeordnete Bedeutung, trugen aber zur Stabilisierung des Betriebseinkommens bei, wie der Betriebsleiter von Betrieb 6 im Interview erläuterte: *„Man muss einfach bei den Fremdenwohnungen auch immer wieder investieren. [...] Es bleibt jetzt nicht jedes Jahr gleich viel übrig, sag ich mal, aber das passt schon! Beim Milchpreis haben wir einfach größere Schwankungen.“*

Eine Weiterentwicklung der Einkommenskombinationen hatte in diesen Betrieben keine Priorität. Es sollte aber zumindest versucht werden, sie *„auf dem neuesten Stand“* zu halten und *„gleichbleibend“* weiterzuführen, bekannte der Betriebsleiter von Betrieb 6. Auf Betrieb 5 war vonseiten der Betriebsleitung eine gewisse Distanz zur Einkommenskombination Ferienwohnungen zu spüren, wie die Aussage des Betriebsleiters im Interview zeigte: *„Ja, das war halt zuerst nur die Mutter! Also, das hat halt nur die Mutter gemacht. Also da hab ich nichts getan, aber den Kuhstall, den hab ich – seit ich lerne – immer schon gemacht.“*

3.3.3.4.2 Einkommenskombinationen als Kern des Betriebs

Auf der anderen Seite standen jene Betriebe, in denen die Einkommenskombinationen eine zentrale Position einnahmen. Dies zeigte sich durch eine hohe Arbeitsbelastung sowie die finanzielle Bedeutung, die über der eigentlichen landwirtschaftlichen Nutzung liegt. Die Bedeutung ging so weit, dass für die Einkommenskombination auch Fremdarbeitskräfte angestellt wurden oder werden könnten.

Gerade bei Betrieben, in denen Urlaub auf dem Bauernhof eine zentrale Bedeutung einnahm, wurde versucht, das Angebot durch Kombination mit weiteren Einkommenskombinationen (beispielsweise einer Gastronomie oder einem Reitbetrieb) zu ergänzen. Typisch schienen

Betriebsleiter, die ihre eigenen außerlandwirtschaftlichen Qualifikationen und Vorlieben in Betriebszweige einbanden oder damit neue Einkommenskombinationen erschlossen oder erschließen wollten.

Die Betriebsleiterin von Betrieb 3 erläuterte im Interview: *„Da bin ich natürlich ins Spiel gekommen, durch meine Berufserfahrung, ganz einfach. Die Leute sind bekocht worden und durch das Bekochen sind ebenso kleine Tagungen und so was entstanden. Dadurch hat der Platz nicht mehr gereicht, weil in einer Stube arbeiten und essen, das ist schwierig. Dann ist der Gedanke gekommen mit der Tagungsalm. Und so hat sich das dann ergeben. Dann hat die älteste Tochter auch Köchin gelernt. Die hat das immer so gesehen, wie ich das mache. Dann hat die gesagt, das würde ihr auch Spaß machen, aber ein bisschen mit höherem Niveau. [...] Sie hat nebenbei noch drei Tage im Hotel gearbeitet und hat dann eben begonnen, donnerstags und freitags diese Menü-Abende zu machen. [...] 2007 haben wir das angefangen und das hat ganz gut funktioniert. Die Plattform war da, die Stube war da, die Konzession war da, die Küche war da, dass man so was in der Größenordnung machen kann. Und dann haben wir das ausprobiert und das hat super gut funktioniert. Das ist auch von den Hausgästen gut angenommen worden.“*

In solchen Betrieben wurden die neuen Betriebsleiter oft schon früh, insbesondere auch in einer Einkommenskombination eingebunden. Sie waren an deren Weiterentwicklung beteiligt oder trieben sie gar selbst voran, wie das Interview mit dem Betriebsleiter von Betrieb 7 zeigte: *„Dann sind die Ferienwohnungen immer mehr geworden. Und eigentlich baue ich jetzt den ganzen Hofraum komplett auf Tourismus um. Also, wie soll man sagen? Jetzt haben wir zehn Ferienwohnungen. Ich möchte dann noch mal zehn dazu haben. Das soll hauptsächlich den Tourismus aufbauen. Das soll dann irgendwie Urlaub auf dem Bauernhof sein, mit Hotelniveau!“*

Dementsprechend fand sich die Tendenz, den Hofraum entsprechend den Bedürfnissen der Gäste umzugestalten. Auf einem Hof fand sich beispielsweise eine liebevoll gestaltete Spielecke mit einem „Fuhrpark für die jungen Landwirte“. Ein anderer Betrieb baute auf allerlei Kleinvieh und hatte begonnen, eine Art Streichelzoo zu errichten. Der Betriebsleiter von Betrieb 7 betonte dabei Folgendes: *„Urlaub auf dem Bauernhof heißt nicht, dass Trecker rumstehen, sondern es sollen Viecher da sein.“*

3.3.3.5 Konsequenzen für die landwirtschaftliche Nutzung

Wie gezeigt werden konnte, werden zwei Entwicklungsmuster diversifizierender Betriebe deutlich. Mit einer Weiterentwicklung der Einkommenskombination können auf der anderen Seite auch Veränderungen in der landwirtschaftlichen Nutzung einhergehen.

3.3.3.5.1 Fokus auf der Landwirtschaft

Im ersten Muster stellten die Einkommenskombinationen eine Nutzung überschüssiger Kapazitäten dar und wurden eher nebenbei betrieben. Folglich lag der Fokus der neuen Betriebsleiter auf der landwirtschaftlichen Nutzung, die vergleichsweise unverändert weitergeführt wurde. Hier wurden Steigerungen des betrieblichen Einkommens in der Vergangenheit weniger durch die Einkommenskombinationen als vielmehr durch klassischere Wachstumspfade wie das Pachten von Flächen und die Erhöhung des Tierbestands (Betrieb 6) erreicht.

Wo immer diesem Wachstum Grenzen gesetzt waren, erhielten außerlandwirtschaftliche Tätigkeiten eine entscheidende Bedeutung (Betrieb 5). Die einzelnen Betriebsleiter gehen also abseits der Einkommenskombinationen ganz unterschiedliche Wege. Eine Intensivierung von Landnutzung und Fütterung und damit die Steigerung der Milchleistung, kann für einen Be-

trieb, in dem die Milchproduktion nach wie vor die zentrale Stellung einnimmt, ein ebenso gangbarer Weg sein wie eine Umstellung auf ökologischen Landbau.

3.3.3.5.2 *Umgestaltung der Landwirtschaft*

Im zweiten Entwicklungsmuster diversifizierender Betriebe ermöglichte der Fokus auf die Einkommenskombinationen eine Umgestaltung der landwirtschaftlichen Nutzung. Da diese nun nicht mehr den Großteil des Einkommens erwirtschaften musste, schien der Weg der Extensivierung besonders attraktiv. Infolgedessen war ein Umstieg von Rinder- auf Pferdehaltung oder die Beweidung der eigenen Flächen mit Tieren anderer Bauern zu beobachten. Die Aufgabe der Rinderhaltung in den Betrieben 3, 7 und 8, die von den ehemaligen Betriebsleitern noch in kleinem Umfang (unter 20 Milchkühe) betrieben wurde, hatte vielerlei Gründe. Zunächst können die hohen Investitionskosten abschrecken, die bei einem Stallumbau oder -neubau anfallen würden.

Darüber hinaus ermöglichen Einkommenskombinationen oder außerlandwirtschaftliche Anstellungen, dass auf den Einkommensbeitrag der Milchproduktion verzichtet werden kann. Außerdem wurde vonseiten der neuen Betriebsleitung betont, wie gering dieser war und wie wenig rentabel die Milchviehhaltung in dieser Größenordnung generell gewesen sei. Die Betriebsleiterin von Betrieb 3 betonte dies explizit im Interview: *„Aber, dass man jetzt sagt, man wird ein Milchbetrieb, der sich da oben rentiert, da müsste sich wahrscheinlich in der Milchwirtschaft unheimlich was ändern. Weil, wenn man sich denkt, dass jetzt erst Ställe ab 100 Kühen aufwärts eine schwarze Null schreiben, dann wär das blauäugig zu sagen, dass man in dieser Größenordnung – mit 25 ha Grünland und dem Rest halt – mit Milchkühen da oben was machen kann. Aber man kann mit anderen Viechern was machen!“*

Der Betriebsleiter von Betrieb 7 sprach im Interview davon, welche große Arbeitserleichterung die Pferdehaltung mit sich bringe, und dass man so mehr Zeit habe. Darüber hinaus sei das auch noch lukrativer. Zusammenfassend merkte er an, dass das Ziel eigentlich ist, *„dass ich weniger Arbeit habe und dass ich damit dann ungefähr das gleiche Einkommen erziele“*.

Außerdem betonte die Betriebsleiterin von Betrieb 8 die weniger starke zeitliche Gebundenheit bei der Pferde- gegenüber der Rinderhaltung: *„Du bist ja angehängt! Mit den Pferden bin ich auch angehängt, aber ich bin halt nicht so zeitlich gebunden, dass ich in der Früh und abends zum Melken da sein muss. Ich kann einmal sagen, sie kriegen jetzt einfach mal mehr Heu [...] und dann ist es egal, ob ich jetzt eine halbe Stunde früher oder später komme. Das macht dann nicht so viel aus.“*

Die klassische Urproduktion muss aber nicht unter der großen Bedeutung von Einkommenskombinationen am Betrieb leiden. In Betrieb 7 ermöglichte gerade der Einkommensbeitrag aus der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof eine Konzentration des jungen Betriebsleiters auf den Forst. Der Betriebsleiter betonte dabei die Bedeutung einer vielseitigen Tätigkeit und die Vorteile einer flexiblen Kombination: *„Wenn im Steinbruch im Moment nichts ist, dann kann ich mir für eine Woche Zeit nehmen und im Forst etwas machen. Und die Woche drauf baue ich dann den Tourismus wieder aus. Also, das flexibel sein im Gegensatz zum eingespannt sein, das war für mich ein Hauptgrund [zu übernehmen, Anmerkung des Verfassers] und das spricht halt auch ziemlich gegen die Rinderhaltung.“*

Für ihn nahm gemäß seiner Ausbildung als Forstwirt die Nutzung der großen Waldflächen eine zentrale Position ein (siehe Betrieb 7). Die Grünlandnutzung hat er extensiviert und setzte bei der Heuwerbung auf überbetriebliche Zusammenarbeit.

3.3.3.5.3 Aufrechterhaltung der Landwirtschaft durch Synergieeffekte

Je enger die Identität der Betriebsleitung mit der landwirtschaftlichen Nutzung verbunden war, desto weniger stark rückte die „eigentliche“ Landwirtschaft in den Hintergrund. Betrieb 4 war ein solcher Fall. Hier konnte die landwirtschaftliche Nutzung gerade wegen der Einkommenskombination und deren synergetischer Wirkung aufrechterhalten werden. Dieser Sonderfall könnte durchaus idealtypische Züge tragen und soll daher in seiner Entwicklung etwas genauer dargestellt werden.

Der Betrieb wäre (zumindest im Haupterwerb) ohne die Einkommenskombination nicht denkbar und zu wenig rentabel. Dennoch setzte der Betriebsleiter neben Urlaub auf dem Bauernhof und der Haltung von Beritt- und Pensionspferden weiterhin auf die Milchviehhaltung. Die Diversifizierung bot dem Betriebsleiter die Möglichkeit, eine üblicherweise als unrentabel geltende Haltung von 20 Milchkühen nicht nur beizubehalten, sondern mit Investitionsaufwand fortzuführen. Für das Jahr 2014 war ein Stallneubau geplant, was nach Aussage des Betriebsleiters in Bayern in dieser Größenordnung selten ist.

Der Betriebsleiter von Betrieb 4 betonte, dass es sich bei der Milchviehhaltung um seine Arbeit handle. Es sei schwierig, die Landwirtschaft mit 20 Kühen zu erhalten, erläuterte er im Interview, aber *„man will die Milchviehwirtschaft, die Lebensmittelproduktion, einfach erhalten. Weil man auch dran hängt! [Pause] Und weil man das auch für wichtig erachtet. Vor allem jetzt auch im Biobereich und so. Da ist man jetzt eh nicht immer dem Wachstum verpflichtet. Und da hat man eh ein wenig eine andere Denkweise.“*

Aus gesamtbetrieblicher Sicht ermöglichten die stark einkommenswirksamen Ferienwohnungen die Verwirklichung dieses Wunsches. Die Milchkühe am Hof zu halten, bedeutete für den Betriebsleiter auch ein Alleinstellungsmerkmal, das ihn von anderen Betrieben mit Ferienwohnungen unterscheidet, die sich zunehmend auf Urlaub auf dem Bauernhof fokussierten. Der neue Laufstall, der den 40 Jahre alten Anbindestall ersetzen wird, sollte dem neuesten Stand in Sachen Tierwohl gerecht werden. Dies wiederum bot die Chance, den Urlaubern die Tiere auch im Winter „verbraucherfreundlich“ zu präsentieren. Zusätzlich war vonseiten der Ehefrau angedacht, den Gästen die Verarbeitung von Milch zu Butter am Betrieb vorzuführen. Diese Idee fügte sich nahtlos in das Konzept ein, innerbetriebliche Synergien zu schaffen.

Zusammenfassend konnte also festgestellt werden, dass sich die Bedeutung der Einkommenskombinationen nicht invers auf die Landwirtschaft übertragen lässt. Die individuellen Neigungen der Betriebsleiter drückten sich ganz besonders im Umgang mit der landwirtschaftlichen Nutzung aus.

3.3.4 Diskussion

3.3.4.1 Flexibilität im Umgang mit sich verändernden Kapazitäten

Das große Ausmaß, in dem die Überbergeneration bis ins hohe Alter ihre Arbeitskraft in Betrieb, Familie und Haushalt einbringt (Schmitt, 2009), ist ein zentraler Faktor in Bezug auf Gesamtarbeitskapazitäten und spielt auch eine große Rolle für die Weiterbewirtschaftung von Betrieben mit Einkommenskombinationen. Ein gelungenes, kooperatives Miteinander ist eine zentrale Stärke bäuerlicher Familienbetriebe, setzt aber auch ein hohes Maß an gegenseitigem Verständnis voraus und kann gehöriges Konfliktpotenzial bergen. Die Interviews bestätigten, dass die außerordentliche Bedeutung von zwischenmenschlichen Beziehungen für die Hofnachfolge hervorzuheben ist. „Nur wer sich vorstellen kann, mit seinen Eltern zusammenzuarbeiten, wird willens sein, den elterlichen Betrieb zu übernehmen“ (Mann, 2007, S. 165).

Natürlich lassen sich nicht alle Betriebe eindeutig einem der beiden Muster aus Abschnitt 3.3.3.4 zuordnen. Betriebe können sich auch in einem Spektrum zwischen beiden Modellen befinden und zeichnen sich durch Flexibilität in ihrer Ausrichtung je nach den verfügbaren Kapazitäten aus. Die Entwicklung der eigentlichen landwirtschaftlichen Nutzung ist zwar (kurzfristig) im Zusammenhang mit diesen beiden Mustern zu sehen, aber bestimmend sind letztlich auch hier die vorhandenen Kapazitäten sowie die Vorstellungen und Entscheidungen der Betriebsleitung.

Die Nutzung landwirtschaftlicher Flächen wird in allen Betrieben in irgendeiner Form aufrechterhalten und damit bleiben Entwicklungspotenziale erhalten. Die Ergebnisse zeigen vor allem, dass sich die Betriebsausrichtung in einem stetigen Wandel befinden kann. Wie Weinberger-Miller (2013a) feststellte, ist bei Diversifizierungsmaßnahmen der Versuch einer möglichst guten Ressourcennutzung maßgeblich. Die Flexibilität der Anpassung der bäuerlichen Familienbetriebe an die sich verändernden Kapazitäten ist bemerkenswert. Gerade das macht eindeutige Aussagen zur längerfristigen Rolle von Einkommenskombinationen in landwirtschaftlichen Betrieben schwierig.

3.3.4.2 Geschlechterrollen in der Landwirtschaft

Bäuerliche Familienbetriebe sind nach wie vor durch eine traditionelle, geschlechtsspezifische Aufgabenverteilung gekennzeichnet (Siller, 2013). Im Kontext der Weiterbewirtschaftung von diversifizierenden Betrieben wird diese klassische Rollenverteilung besonders offensichtlich. Frauen in der Landwirtschaft erledigen, neben der Haus- und Familienarbeit, typischerweise auch die durch Einkommenskombinationen wie Ferienwohnungen, Gastronomie, Direktvermarktung oder Reitangebote anfallenden Arbeiten. Leben und Arbeiten sind dementsprechend miteinander verwoben. Gerade während der Kindererziehung spielt es eine wichtige Rolle, dass durch die Diversifizierung vielfach auf eine räumliche Trennung von Arbeitsplatz und Wohnort verzichtet werden kann.

Es finden sich aber auch männlich belegte Einkommenskombinationen wie der Steinbruch in Betrieb 7 sowie die von mehreren Betrieben in kleinem Umfang betriebene Aufbereitung von Holz zum Verkauf als Brennholz. Im Rahmen der Untersuchung erweckte besonders der Bereich Forst den Eindruck einer klar männlichen Domäne.

Dennoch sind Frauen eher in männliche Tätigkeitsbereiche involviert als Männer in weibliche und vergeben die „weiblichen“ Arbeiten gegebenenfalls an andere weibliche Familienmitglieder (Siller, 2013), was sich gerade im Umgang der untersuchten Betriebe mit Ferienwohnungen bestätigte. Durch die Organisationsform des bäuerlichen Familienbetriebs gelingt es, sowohl männliche als auch weibliche Tätigkeitsbereiche abzudecken. Auf die Wichtigkeit der Bäuerinnen (ob Betriebsleiterinnen oder Partnerinnen), die als „Grenzüberschreiterinnen“ (Schmitt, 1997) tätig sind, wird aus der Perspektive feministischer Agrarforschung mit Nachdruck verwiesen.

Nach Schmitt (2009) wird die Bedeutung traditionell weiblich belegter Reproduktionsarbeit für die Weiterführung der Landwirtschaft nicht anerkannt. Analog dazu ist besonders auf die Rolle von Frauen in diversifizierenden Betrieben zu verweisen. Ihre Relevanz für den Fortbestand der landwirtschaftlichen Betriebe wird auch auf Akteursebene häufig als selbstverständlich betrachtet. Die in Abschnitt 3.3.3.3 aufgeführten Möglichkeiten im Umgang mit Einkommenskombinationen unterstreichen jedoch die große Bedeutung von Frauen – insbesondere für diversifizierende Betriebe.

3.3.4.3 Pluriaktivität

Die Dynamik und Flexibilität in der Betriebsentwicklung der untersuchten Betriebe deutet darauf hin, wie groß das Spektrum möglicher sozioökonomischer Betriebsformen (gerade in diversifizierenden Betrieben der Berglandwirtschaft) sein kann. Die klassische Einteilung in Haupt- und Nebenerwerbsbetriebe kann die „Vielfalt der Erscheinungsformen landwirtschaftlicher Betriebe“ nicht widerspiegeln (Schmitt, 2009). Einkommenskombinationen erfüllen durch den zusätzlichen Einkommensbeitrag eine ähnliche Funktion wie außerlandwirtschaftliche Tätigkeiten. In Übereinstimmung mit den Ergebnissen von Weinberger-Miller (2013a) werden außerbetriebliche Tätigkeiten von den Hofnachfolgern auch als „Übergangslösung“ gewählt, die je nach familiärer und betrieblicher Situation im Zuge der Hofübernahme sofort aufgegeben (Betrieb 7), schrittweise zurückgefahren (Betrieb 2) sowie mittel- oder langfristig beibehalten werden (Betriebe 1, 5 und 8).

Während nur einige der neuen Betriebsleiter bereits eigene Einkommenskombinationen geschaffen haben, wurden in allen Interviews vielfältige Ideen und Pläne zur Weiterentwicklung von bestehenden Diversifizierungsmaßnahmen oder der Schaffung neuer Einkommenskombinationen geäußert. Weinberger-Miller (2013a) weist darauf hin, dass Betriebsleiter üblicherweise nicht unmittelbar nach der Übernahme neue Einkommenskombinationen erschließen, sondern sich zunächst in die praktische Unternehmensführung eines landwirtschaftlichen Betriebs einarbeiten.

Genau wie die Nebenerwerbslandwirtschaft stellen diversifizierende Betriebe dauerhafte Betriebsformen dar (Doluschitz et al., 2013). Die Situation in der bayerischen Berglandwirtschaft folgt einem „Trend zur Pluriaktivität“, der sich als langfristige Perspektive für bäuerliche Familien „in vielen westlichen Industriestaaten“ beobachten lässt, schreibt Schmitt (2009, S. 128). Eine Vielzahl von Untersuchungen verweist darüber hinaus laut Schmitt (2009) auf die Bedeutung dieser vielfältigen Erwerbsformen für eine nachhaltige Entwicklung des ländlichen Raums.

Zwar widersetzt sich diese Entwicklung der Logik des Strukturwandels hin zu immer weniger größeren Betrieben; dennoch zeugt die Statistik vom ungebrochenen „Höfesterben“. Der verlangsamt Abnahme von Betrieben in der naturräumlich benachteiligten, extensiver genutzten Berglandwirtschaft steht so ein vorweggenommener Strukturwandel in anderen Gebieten entgegen. Laut ART (2010) ist der Rückgang von Betrieben für Bayern in der benachteiligten Agrarzone aus der Gebietskulisse überdurchschnittlich hoch.

3.3.4.4 Territorialisierung landwirtschaftlicher Nutzung

Wilson (2001) thematisiert den Diskurs über den Übergang von einer „produktivistischen“ Landwirtschaft hin zu einer Phase des „Post-Produktivismus“ und dessen räumliche Übertragbarkeit von Großbritannien auf andere westliche Industriestaaten. Aufgrund des Fehlens einer klaren Definition ist Post-Produktivismus als „Spiegelbild“ eines „produktivistischen Agrarregimes“ zu verstehen, das nach Lowe et al. (1993) von der laufenden Steigerung landwirtschaftlicher Produktion gekennzeichnet ist. Die in den untersuchten Betrieben unterschiedlich stark vertretene Pluriaktivität oder Tendenzen hin zur Extensivierung der landwirtschaftlichen Nutzung sind Beispiele für Post-Produktivismus (Evans et al., 2002).

Es wird hervorgehoben, dass sich eine „Territorialisierung“ landwirtschaftlicher Nutzung vollzieht, bei der sich Gebiete mit Betrieben, die auf Produktionssteigerung ausgerichtet sind, von solchen Regionen abgrenzen, die „post-produktivistischen“ Mustern folgen. Post-Produktivismus ist demnach gerade in der Berglandwirtschaft zu beobachten (Wilson, 2001).

Wenn auch eine Herausbildung von derartigen Territorien am ehesten in Form einer Polarisierung von Landnutzung konzeptualisiert wird, sollte vielmehr von einem Spektrum die Rede sein, denn „die meisten Akteure befinden sich zwischen produktivistischem und post-produktivistischem Handeln und Denken“ (übersetzt nach Wilson, 2001, S. 93). Bereits innerhalb der wenigen untersuchten Betriebe, die Gemeinsamkeiten in Form von Lage und Betriebsorganisation aufwiesen, waren in Bezug auf die Ausrichtung der landwirtschaftlichen Nutzung deutliche Unterschiede erkennbar. Extensive und intensive Bewirtschaftung existierten auch in der Berglandwirtschaft nebeneinander, teilweise auch innerhalb eines Betriebs (Wilson, 2001).

Pluriaktivität vermag einzelbetrieblich die große Lücke zwischen dem Anspruch der Öffentlichkeit und den ökonomischen Sachzwängen zu schließen. Die unterschiedlichen Vorstellungen von zukunftsfähiger Landwirtschaft und deren Widersprüchlichkeiten erfahren so jedoch umso mehr eine räumliche Manifestierung. Diese Territorialisierung wird nicht nur am einfachsten als Polarisierung konzeptualisiert, sondern auch am ehesten so wahrgenommen.

3.3.4.5 Die ungelöste Strukturfrage

Obwohl eine gebührende Betrachtung und Anerkennung der Leistungen pluriaktiver, multifunktionaler und eher klein strukturierter Landwirtschaft vonseiten der Verantwortlichen in Politik und Agrarwissenschaft weitestgehend aussteht, gibt es weltweit Anzeichen für eine Aufwertung und Zunahme bäuerlicher Landwirtschaft (Van der Ploeg, 2008) und damit auch Zweifel an der prognostizierten Fortsetzung des Agrarstrukturwandels.

Groier (2006) nennt folgende Ansatzpunkte, um dem ungebrochenen Trend des Agrarstrukturwandels entgegenzuwirken:

- Vermeidung unfreiwilliger Betriebsaufgaben,
- Moderation nicht vermeidbarer Betriebsaufgaben,
- Förderung von Existenzgründungen in der Landwirtschaft.

Laut Mann (2007) wird der Strukturwandel – trotz der zentralen Bedeutung der Berufswahl potenzieller Hofnachfolger für die Entwicklung der Agrarstruktur – meistens unabhängig von der Berufsentscheidung untersucht. Doch ebenso wenig wie die Hofnachfolge ausschließlich von ökonomischen Faktoren abhängt, kann davon ausgegangen werden, dass Betriebe lediglich aufgrund der wirtschaftlichen Situation aufgegeben werden (Vieth und Thomas, 2013). Gleichzeitig sind Betriebsleiter, die nicht in der Landwirtschaft aufgewachsen sind, nach wie vor seltene Ausnahmen (Mann, 2007). Vor dem Hintergrund eines spürbar steigenden allgemeinen Interesses an der Landwirtschaft ist die Etablierung der Alternative, die eine außerfamiliäre Hofnachfolge gegenüber einer Betriebsaufgabe bietet, als vielleicht wichtigste Maßnahme einzuschätzen, um der scheinbaren Alternativlosigkeit des „Höfesterbens“ zu entkommen.

Das Beispiel von Betrieb 1 aus der Untersuchung zeigt, dass eine außerfamiliäre Hofnachfolge gelingen kann, und unterstreicht, dass die aktive Weiterbewirtschaftung ihres Lebenswerks ein Herzenswunsch der übergebenden Generation ist. Die steigenden Zahlen von Absolventen landwirtschaftlicher Ausbildungen und Studiengänge ohne bäuerlichen Hintergrund (Vieth und Thomas, 2013) geben Anlass dazu, die Notwendigkeit der Erhaltung bäuerlicher Betriebe den Sachzwängen des Strukturwandels gegenüberzustellen.

3.3.4.6 Kritische Betrachtung der Vorgehensweise und mögliche weitere Forschung

Im Rahmen der Konzeption der Interviews wurde bewusst auf eine zeitnahe Realisierbarkeit der Befragungen Wert gelegt. Dieser Entschluss schloss die Suche nach diversifizierenden Betrieben der bayerischen Berglandwirtschaft aus, bei denen der Generationswechsel mit einer Aufgabe der Bewirtschaftung einherging. Für weitere, umfangreicher angelegte Untersuchungen bietet sich an, auch solche Betriebe zu betrachten, bei denen eine (im Sinne der Weiterbewirtschaftung als eigenständiger Betrieb) erfolgreiche Hofübergabe nicht zustande kam. So ließe sich ein vollständigeres Bild über die Rolle von Einkommenskombinationen bei der Hofnachfolge zeichnen. Aufgrund der (in dieser Hinsicht) eindimensionalen untersuchten Fälle verschob sich der Fokus der vorliegenden Arbeit vom Einfluss der Einkommenskombinationen auf die Hofnachfolge hin zur Rolle der Diversifizierung im Zuge der Weiterbewirtschaftung.

Die Betriebsauswahl betreffend, ist ein deutlicher Überhang von Angeboten des Agrotourismus im Vergleich zu anderen Einkommenskombinationen festzustellen. Das spiegelt zwar die prägende Rolle von Urlaub auf dem Bauernhof in den touristischen Regionen der Berglandwirtschaft wider, macht aber Aussagen zu diversifizierenden Betrieben im Allgemeinen schwierig. Oft geht die Bedeutung von Urlaub auf dem Bauernhof weit über die Wichtigkeit anderer, in kleinerem Umfang betriebener Einkommenskombinationen hinaus. Weitere Untersuchungen in Bezug auf das Zusammenspiel von Hofnachfolge und Einkommenskombinationen sollten dies berücksichtigen und möglicherweise Betriebe mit einheitliche(re)n Einkommenskombinationen heranziehen.

In dem Zusammenhang eröffnet auch die Frage nach geschlechtsspezifischen Einkommenskombinationen, die in Abschnitt 3.3.4.2 aufgeworfen wurde, ein weiteres Forschungsfeld. Die von Steiner und Hoffmann (2012) entwickelte Taxonomie der Diversifizierung kann als Ausgangspunkt solcher Überlegungen dienen. Auch den gewonnenen Eindruck, wonach Betriebsleiterinnen eher geneigt sind, sich auf Einkommenskombinationen zu fokussieren, gilt es zu bestätigen oder zu widerlegen.

Im Hinblick auf Unterschiede zwischen dem bayerischen Alpenraum und den Mittelgebirgen wie dem Bayerischen Wald in Bezug auf die Zukunftsperspektiven diversifizierender Betriebe kann diese (auf acht Betriebe beschränkte) Untersuchung keine Antworten geben. Während im Alpenraum die naturräumliche Benachteiligung der Flächen (gerade die Steilheit der bewirtschafteten Flächen) ein tendenziell größeres Problem darzustellen scheint, sehen sich die grenznahen Mittelgebirge oft stärker mit sozioökonomischen Schwierigkeiten konfrontiert. Was das für die Berglandwirtschaft bedeutet und ob (oder inwiefern) sich bestimmte Muster der Betriebsentwicklung mehr oder weniger stark in den jeweiligen Regionen wiederfinden, muss weitere Forschung zeigen.

3.3.5 Fazit

Die vorliegende Untersuchung konnte die Bedeutung der mehrgliedrigen Fördermaßnahmen bestätigen, welche die Aufrechterhaltung einer (relativ klein strukturierten) Bewirtschaftung in naturräumlich benachteiligten Berggebieten ermöglichen sollen. Wesentlich bei der Entscheidung der Hofnachfolger für eine Weiterbewirtschaftung sind nach Aussagen der Betriebsleiter allerdings identitätsbezogene Faktoren. Der Einfluss von Einkommenskombinationen auf die Sicherheit der Hofnachfolge war sehr schwer festzustellen. Zumeist wurden sie von den Hofnachfolgern als (integraler) Bestandteil jenes elterlichen Betriebs wahrgenommen, den sie von klein auf so kennen gelernt hatten.

Die finanzielle Rolle der Einkommenskombinationen in den Betrieben legte eine hohe indirekte Bedeutung der Diversifizierungsmaßnahmen nahe. Die neuen Betriebsleiter gingen nach der Hofübergabe ganz unterschiedlich mit den bestehenden Einkommenskombinationen um. Männliche Betriebsleiter schienen in der Regel die Arbeit in der „eigentlichen“ Landwirtschaft zu favorisieren. Eltern, die weiterhin in den Betrieb involviert waren und zunächst „ihre“ Einkommenskombinationen weiterführten, und Partnerinnen, die sukzessive die Aufgaben in den Einkommenskombinationen (insbesondere Urlaub auf dem Bauernhof betreffend) übernahmen, spielten in solchen Fällen die tragende Rolle für deren Fortbestehen.

Das unterstreicht die wesentliche Bedeutung von Frauen in der Landwirtschaft, die oft nicht ausreichend gewürdigt wird. Traditionelle Rollenmuster mögen gesamtgesellschaftlich im Aufweichen begriffen sein, in der Berglandwirtschaft spielen sie nach wie vor eine wichtige Rolle. Bäuerliche Familien können (wert)konservativ im besten Sinne und gleichzeitig immens fortschrittlich sein.

Betriebsleiter in der Berglandwirtschaft bewirtschaften diversifizierende Betriebe unternehmerisch dynamisch und abhängig von den Kapazitäten des Familienbetriebs, die sowohl zyklischen als auch azyklischen Veränderungen unterworfen sind. Sie tragen maßgeblich zur Vitalität ländlicher Räume bei und folgen keinesfalls ausnahmslos der ökonomischen Logik des Strukturwandels. Auch kleine Höfe werden unter benachteiligenden Bedingungen im Nebenerwerb weitergeführt.

Diversifizierung und die Nebenerwerbslandwirtschaft sind pluriaktive Erwerbsformen in Reaktion auf eine geringe Rentabilität der landwirtschaftlichen Nutzung oder flexible Antworten auf überschüssige Arbeitskraftkapazitäten innerhalb der Familienbetriebe. Pluriaktivität ist als eine langfristige Strategie landbewirtschaftender Familien zu sehen, welche die Aufrechterhaltung einer flächendeckenden Bewirtschaftung sicherstellt und eine Verlangsamung des Agrarstrukturwandels bewirkt.

In manchen Betrieben kommt es zu einem erheblichen innerbetrieblichen Strukturwandel. Die Einkommenskombinationen werden zum Kern des Betriebs und die landwirtschaftliche Nutzung wird weitestgehend extensiviert. Den Wert dieser besonders multifunktionalen Betriebe für den ländlichen Raum kann dies jedoch nicht schmälern. Bereits in erstaunlichem Umfang ist „post-produktivistisches“ Denken und Handeln aufseiten junger Betriebsleiter in der Berglandwirtschaft erkennbar. Es vollzieht sich eine „Territorialisierung“ verschiedener Muster von mehr oder weniger stark multifunktionaler Landwirtschaft. Während die Widersprüchlichkeiten zwischen ökonomischer Notwendigkeit sowie gesellschaftlichen und ökologischen Ansprüchen unüberbrückbar erscheinen, wird die Strukturfrage einzelbetrieblich beantwortet.

3.4 Diversifizierung in der Berglandwirtschaft – Chancen und Risiken von Einkommenskombinationen (Boneberger)

Im Rahmen der Masterthesis „Diversifizierung in der Berglandwirtschaft – Chancen und Risiken von Einkommenskombinationen“ an der Universität Hohenheim ging Anja Boneberger der Frage nach, inwieweit ausgewählte Einkommenskombinationen (EKK) zum Erhalt der Landwirtschaft in Bergregionen beitragen können (Boneberger, 2013). Hierbei sollte herausgefunden werden, in welchem Ausmaß landwirtschaftliche Betriebe ein zusätzliches Einkommen benötigen, um die Existenz zu sichern, und darüber hinaus, welchen Beitrag verschiedene Diversifikationsformen dazu beisteuern können. Als Untersuchungsraum wurde hierfür der Landkreis (LK) Oberallgäu herangezogen.

3.4.1 Modellkalkulationen mit Einkommenskombinationen

3.4.1.1 Zielsetzung

Sollen Einkommenskombinationen zur Sicherung der Existenz von landwirtschaftlichen Betrieben unterschiedlicher Betriebsorganisation beitragen, müssen sie ihrer Art und ihrem Umfang entsprechend so an die Situation des Betriebs und Haushalts angepasst werden, dass sie ergänzende Einkommensbeiträge liefern können. Unter Anwendung von Modellbetrieben sollte deshalb analysiert werden, wie hoch der Gewinn ohne Diversifikation ist und welcher Zugewinn durch die jeweilige Einkommenskombination erwirtschaftet werden kann. Weiterhin sollte gezeigt werden, welche Arbeitskapazitäten in den Modellbetrieben verfügbar sind und wie hoch der zusätzliche Arbeitsbedarf durch die Diversifizierung ist.

Über eine empirische Erhebung anhand eines Fragebogens sollte zudem erfragt werden, ob die angenommenen und berechneten Werte aus den Modellkalkulationen mit der Praxis übereinstimmen. Des Weiteren galt es zu analysieren, welche Gründe zur Einführung von Einkommenskombinationen beigetragen haben und zu welchen Problemen und Schwierigkeiten es dabei kommen kann. Darüber hinaus sollte über die Befragung herausgefunden werden, wie sich Einkommenskombinationen auf die Zukunftsperspektive von Betrieben auswirken.

3.4.1.2 Vorgehensweise

In einem ersten Schritt wurden die Modellbetriebe aufgestellt. Auf deren Grundlage erfolgten anschließend anhand des Betriebsplanungsprogrammes Einfachanalyse die Darstellungen der Betriebsergebnisse aus der Urproduktion. Im Folgenden wurde für die Modellbetriebe herausgefunden, welchen zusätzlichen Gewinn diese benötigen. Dafür wurde das Existenzminimum auf der Basis des Haushaltsaufwands aufgestellt. Durch Abziehen des Gewinns aus der Urproduktion vom spezifischen Haushaltsaufwand der Modellbetriebe wurde der Bedarf an zusätzlichem Gewinn ermittelt.

Darauf folgten die Kalkulationen des Gewinns aus den Einkommenskombinationen. Diese wurden unter Anwendung der zuvor erwähnten Einfachanalyse mit der Urproduktion kombiniert. Zuletzt wurde ein Fragebogen für eine empirische Erhebung per Interview ausgearbeitet. Mithilfe dessen wurden stichprobenartig Praxisbetriebe aus der Region befragt, welche die gewählten Einkommenskombinationen bewirtschaften.

3.4.2 Methodik

In diesem Kapitel werden die Aufstellung der Modellbetriebe, die Wirtschaftlichkeitsberechnung mit der Einfachanalyse, der Abgleich mit dem Haushaltsaufwand und die Vorgehensweise der Modellkalkulationen sowie der Befragungen erläutert.

3.4.2.1 Aufstellung der Modellbetriebe

Für die Aufstellung der Modellbetriebe wurden drei Gruppen gebildet, die sich in ihrer Größe bis zur Wachstumsschwelle des Landkreises Oberallgäu staffeln. Unter Wachstumsschwelle wird die Betriebsgröße verstanden „ab der die Betriebszahlen innerhalb einer Größenklasse zunehmen“ (Zenger, 2011). Das bedeutet, Betriebe unterhalb der Wachstumsschwelle nehmen ab, Betriebe oberhalb nehmen zu.

Die Wachstumsschwelle im Landkreis Oberallgäu liegt laut einer Betriebsstatistik des Amtes für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (AELF) Kempten bei 50 Milchkühen (AELF, 2012). Davon ausgehend wurden die Modellbetriebe gebildet, die aus Betriebsgruppen bestehen, deren Milchviehbestand bei 1 bis 15, 16 bis 30 und 31 bis 50 Milchkühen liegt.

Innerhalb der einzelnen Gruppen wurden Mittelwerte gebildet, um darauf verzichten zu können, sensible Einzelbetriebsdaten verwenden zu müssen. Die verwendeten Betriebsdaten wurden den Jahresabschlüssen aus dem Wirtschaftsjahr 2011/12 der landwirtschaftlichen Buchstelle der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) in München entnommen und in das Betriebsplanungsprogramm Einfachanalyse (ILB, 2013) eingelesen. So wurde die landwirtschaftliche Urproduktion dargestellt, mit der anschließend die Einkommenskombinationen kombiniert wurden.

Bei der Vorstellung der Modellbetriebe wurden die Betriebsgröße, die Ausgleichszahlungen und die Betriebsprämie, die Erfolgskennzahlen (u. a. der Gewinn) sowie der spezifische Haushaltsaufwand und der daraus berechnete benötigte zusätzliche Gewinn dargestellt. Außerdem wurden das aufgenommene Fremdkapital und der jährlich zu leistende Kapitaldienst aufgeführt. Dabei wurde die kurzfristige Kapitaldienstreserve als verfügbares Eigenkapital aufgezeigt, da jährliche Investitionen in dieser Höhe getätigt werden können (Schindler, 2010). Die Amortisationsdauer wurde für die Bewertung der Einkommenskombinationen herangezogen, weil dieser Wert auf eigenen Berechnungen beruht und sich somit belegen lässt. Eine Investition ist dann wirtschaftlich bzw. risikoarm, wenn die Amortisationsdauer kürzer ist als die Nutzungsdauer (Vahs und Schäfer-Kunz, 2007).

Um einen Überblick über die Arbeitskapazitäten zu erhalten, wurden die ständig zur Verfügung stehenden Arbeitskräfte (AK) und die freien Arbeitskraftstunden pro Jahr (AKh/Jahr) abgebildet. Es wurde davon ausgegangen, dass eine Vollzeitarbeitskraft 2.300 AKh/Jahr im Betrieb arbeitet (Annahme aus der Einfachanalyse).

3.4.2.2 Wirtschaftlichkeitsberechnung mittels Einfachanalyse

Wie im vorangegangenen Abschnitt erwähnt, wurde zur Darstellung der finanziellen Situation der Urproduktion in den Modellbetrieben sowie zur Kombination mit den Einkommenskombinationen das Betriebsplanungsprogramm Einfachanalyse in der Version 2.6 Vollversion mit dem Stand von September 2011 verwendet (ILB, 2013). Dieses Betriebsplanungsprogramm wird vom Institut für Agrarökonomie (ILB) der LfL herausgegeben und von der ALB Bayern e. V. (Arbeitsgemeinschaft Landtechnik und Landwirtschaftliches Bauwesen in Bayern e. V.) vertrieben.

Um die Ist-Situation von Betrieben darzustellen, können mit der Einfachanalyse Betriebe angelegt und in diese Betriebsdateien in Form von Buchführungs- und InVeKoS-Daten (StMI, o. J.) eingelesen oder manuell eingegeben werden. Für die drei Modellbetriebe dieser Masterthesis wurden InVeKoS-Daten von der LfL zur Verfügung gestellt, die jeweils über das Dateiformat .csv in die Einfachanalyse eingelesen wurden.

In einem weiteren Schritt können bis zu vier Varianten (hier Einkommenskombinationen) mit der Ist-Situation kombiniert werden, indem die Daten aus der Ist-Situation in die neuen Varianten kopiert werden. Anschließend müssen die Investitionen, wenn welche getätigt werden, eingegeben werden. Diese müssen wiederum mit Eigenkapital und/oder über Fremdkapital finanziert werden.

In einem nächsten Schritt kann ein neuer Deckungsbeitrag hinzugefügt werden, der automatisch mit der Ist-Situation verrechnet wird, wobei dieser folgendermaßen errechnet wurde:

- Ertrag (Euro pro Einheit)
- variable Maschinenkosten (Instandhaltungskosten)
- Strom, Heizung, Wasser (SHW)
- sonstige variable Kosten
- = Deckungsbeitrag

3.4.2.3 Haushaltsaufwand

Als Existenzminimum wurde in dieser Arbeit der Haushaltsaufwand herangezogen. Er ist definiert als „Aufwand für die Lebenshaltung plus dem Aufwand, der der Sicherung und Vorsorge der Haushaltsangehörigen dient“ (LfL, 2003, S. 6). Es wurde ein spezifischer Haushaltsaufwand für die Modellbetriebe ermittelt, der für alle Modellbetriebe einen 5-Personen-Haushalt unterstellt und abhängig ist von der Familienzusammensetzung. Dabei ergibt sich ein Haushaltsaufwand für den Modellbetrieb 1 von 35.836 Euro, für Modellbetrieb 2 von 38.626 Euro und für den Modellbetrieb 3 von 59.234 Euro.

Die Werte des spezifischen Haushaltsaufwands beruhen auf Auswertungen von Haushaltsannahmen, die in der LfL-Information Arbeitszeit und Geld alljährlich veröffentlicht werden (Weinberger-Miller, 2012). Die Daten der ausgewählten Modellhaushalte werden darüber hinaus von Weinberger-Miller (2013) bestätigt.

3.4.2.4 Vorgehensweise bei den Modellberechnungen

Der Aufbau der Szenarien für die Modellberechnungen wurde folgendermaßen gestaltet: Die Modellbetriebe (MB) wurden jeweils mit den folgenden Einkommenskombinationen (EKK) kombiniert und lediglich bezüglich der Menge variiert: Anzahl Ferienwohnungen (Fewo), Doppelzimmer (Dz), Blockhütten sowie bei der Direktvermarktung (DV) die produzierte Menge für die Vermarktung. Es ergaben sich folgende Szenarien:

- Modellbetriebe mit Ferienwohnungen
- Modellbetriebe mit Doppelzimmern
- Modellbetriebe mit Blockhütten
- Modellbetriebe mit bäuerlicher Gastronomie
- Modellbetriebe mit Direktvermarktung von Milch
- Modellbetriebe mit Direktvermarktung von Milch und Joghurt

- Modellbetriebe mit Direktvermarktung von Milch und Milchmischgetränken
- Modellbetriebe mit Direktvermarktung von Frischmilch über Automaten

Für diesen Auszug wurden lediglich als exemplarische Einkommenskombination die Ferienwohnungen herangezogen. Die vollständige Ausführung aller Einkommenskombinationen ist in der zu Beginn erwähnten Masterthesis vorzufinden (Boneberger, 2013).

Um die notwendige Anzahl der Einheiten bei den Einkommenskombinationen herauszufinden, wurde stufenweise vorgegangen. Bei den Übernachtungsmöglichkeiten (Unterkünften) wurde mit der Anzahl eins begonnen. Dann wurden weitere Einheiten hinzugefügt, bis der ermittelte zusätzliche Gewinn über dem benötigten zusätzlichen Gewinn lag. Um eine Aussage über die Wirtschaftlichkeit einer Einkommenskombinationen treffen zu können, fand anschließend ein Vergleich mit den Erfolgskennzahlen Gewinn, Fremdkapital, Kapitaldienst pro Jahr und benötigte jährliche Arbeitszeit (AKh/Jahr) mit der Urproduktion statt sowie eine Berechnung der Amortisationsdauer.

Die Unternehmerentlohnung wurde dargestellt, um zu prüfen, inwieweit die Arbeitszeit der Familienarbeitskräfte sinnvoll und gewinnbringend eingesetzt wird, ohne unterbezahlte Arbeitsstunden zu leisten. Als Lohnuntergrenze wurde der derzeit in Süddeutschland gebräuchliche Lohnansatz von 15 Euro/AKh verwendet (Schindler, 2010).

Es wurde davon ausgegangen, dass die Modellbetriebe Eigenkapital zur Verfügung haben. Dieses entspricht der kurzfristigen Kapitaldienstreserve. Für die Aufnahme eines Kredits wurde von den zum Zeitpunkt der Erstellung der Arbeit aktuellen Finanzierungsbedingungen ausgegangen, die bei einer örtlichen Bank erfragt wurden. Demzufolge wurde mit einem Zinssatz von 3,5 % gerechnet. Es wurde von der Aufnahme eines langfristigen Tilgungsdarlehens mit einer Laufzeit von 15 Jahren und einem Tilgungssatz von 6,67 % ausgegangen.

3.4.2.5 Aufbau und Auswertung der Interviews

Einen weiteren Bestandteil dieser Arbeit stellt eine empirische Erhebung dar. Sie wurde mündlich in Einzelinterviews mit Fragebogen durchgeführt (Atteslander et al., 2006). Hierfür wurden stichprobenartig mit den Modellbetrieben vergleichbare Praxisbetriebe ausgewählt.

3.4.2.5.1 Aufbau der Interviews

Die Form des Fragebogens ist weder strukturiert noch unstrukturiert und enthält somit nicht nur geschlossene oder offene Fragen. Stattdessen wurden überwiegend halboffene Fragen, so genannte Hybridfragen, verwendet. Diese setzen sich aus geschlossenen Antwortkategorien und einer offenen Fragestellung zusammen, die hier mit Sonstige vorgegeben wurde.

Der angewendete Fragetypus wurde vor allem herangezogen, um damit die einzelnen interviewten Praxisbetriebe miteinander vergleichen und einen Konsens aus den Antworten ziehen zu können (Diekmann, 2007). Darüber hinaus sollte mit den vorgegebenen Antwortmöglichkeiten der Zeitaufwand für die Befragten so gering wie möglich gehalten werden, da die Befragungen im Sommer während der Arbeitsspitzen der landwirtschaftlichen Betriebe stattfanden.

Die 23 Fragen wurden in die folgenden Themenblöcke unterteilt:

1. Daten zum Betrieb
2. Abgleich der Betriebsdaten mit den Modellkalkulationen
3. Angaben zu den Einkommenskombinationen
4. Fördermittel für die Einkommenskombinationen
5. Betriebliche Zukunftsperspektiven

In einem vorab geführten Telefonat wurden die Betriebsgröße und die vorhandenen Einkommenskombinationen der Betriebe erfasst. Dadurch konnten die Praxisbetriebe den Modellbetrieben zugeordnet und außerdem die Werte für die betriebspezifischen Modellkalkulationen in Erfahrung gebracht werden. Die berechneten Werte wurden im Zuge des Interviews in Form von Skalenfragen mit denen der Praxisbetriebe verglichen (Atteslander et al., 2006).

Bei den zu erfragenden Werten handelte es sich um die in der Modellkalkulation eingesetzte Übernachtungszahl je Einheit und Jahr und/oder die Vermarktungsmenge pro Jahr sowie um den berechneten zusätzlichen Gewinn durch die Einkommenskombinationen. Diese Werte wurden abgefragt, weil davon ausgegangen wurde, dass sie den Betriebsleitern geläufig sind und zudem darüber Auskunft geben können, ob die für die Modellkalkulationen angenommenen Werte mit der Praxis vereinbar sind.

Bei der Auswahl der Praxisbetriebe wurde einerseits nach dem Kriterium Betriebsgröße vorgegangen, weil diese mit den Modellbetrieben vergleichbar sein sollte. Andererseits mussten die Praxisbetriebe mindestens eine der kalkulierten Einkommenskombinationen in den Bereichen Tourismus oder Direktvermarktung bewirtschaften.

Die Interviews fanden im Zeitraum vom 15. bis zum 28. August 2013 statt. Die Gesprächsergebnisse wurden durch einen Fragebogen dokumentiert.

3.4.2.5.2 Auswertung der Ergebnisse

Die Auswertung der Ergebnisse fand über Kausalmechanismen statt, wobei Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Fällen analysiert wurden (Gläser und Laudel, 2006). Dafür wurden zunächst der Fragebogen in die zuvor erwähnten Themenblöcke aufgegliedert und die Antworten innerhalb der Blöcke miteinander verglichen. Aus Gründen der Anonymität der Betriebe wurde auf die Angabe von Namen verzichtet.

Im Anschluss an die Abhandlung der einzelnen Themenblöcke wurden Rückschlüsse auf bereits vorgestellte Sachverhalte herausgearbeitet. Dabei ist aber zu berücksichtigen, dass die Anzahl der Betriebe, die im Rahmen dieser Masterthesis befragt wurden, lediglich eine stichprobenartige Auswahl darstellt. Aus diesem Grund kann diese Erhebung keine bayern- oder bundesweiten Tendenzen aufzeigen.

3.4.3 Ergebnisse der Modellberechnungen und der Interviews

Im Ergebnisteil werden zuerst die Modellbetriebe vorgestellt, anschließend die Kalkulation der Einkommenskombination Ferienwohnung und zuletzt die Kombination mit den Modellbetrieben. Die Berechnungen zur Einkommenskombination Direktvermarktung werden hier nicht aufgeführt. Sie sind vollständig in der Masterthesis enthalten (Boneberger, 2013).

3.4.3.1 Modellberechnungen

Tab. 3.20 enthält eine übersichtliche Darstellung der Betriebsdaten und Erfolgskennzahlen aus der Urproduktion der Modellbetriebe.

Tab. 3.20: Betriebsdaten und Erfolgskennzahlen aus der Urproduktion der Modellbetriebe (MB)
(Wirtschaftsjahr 2011/12)

	MB 1	MB 2	MB 3
Anzahl Milchkühe	11	25	37
Jahresmilchleistung/Kuh (kg/l pro Jahr)*	6.188/6.066	6.613/6.488	6.598/6.468
Produzierte Milch (l/Jahr)	66.727	162.200	239.316
Milchpreis (€/l)	0,43	0,41	0,42
Milchkontingent (kg)	73.078	162.815	240.096
Dauergrünland (ha)	22	30	35
Forst (ha)	8	4	4
Ausgleichszahlungen, Betriebsprämie (€)	16.063	18.773	20.199
Haushaltsaufwand der Betriebe (€)	35.836	38.626	59.234
Gewinn (€)	19.757	36.107	47.630
Benötigter zusätzlicher Gewinn (€)	16.079	2.519	11.604
Fremdkapital (€)	16.973	45.458	56.190
Kapitaldienst (€/Jahr)	4.065	9.360	15.497
Kurzfristige Kapitaldienstreserve (verfügbares Eigenkapital) (€)	10.850	7.633	8.160
Ständige Arbeitskräfte (AK)	1,20	1,46	1,68
Arbeitszeit (AKh/Jahr)	2.760	3.358	3.864

* Umrechnungsfaktor: 1 l Milch \cong 1,02 kg (VMB, 2013b)

Modellbetrieb 1

Modellbetrieb 1 hat im Jahresdurchschnitt elf Milchkühe, die eine Jahresmilchleistung von 6.066 l Milch und somit im Durchschnitt 66.727 l Milch pro Jahr produzieren. Die Betriebsfläche von Modellbetrieb 1 beträgt annähernd 30 ha, darunter befinden sich 22 ha Dauergrünland und 8 ha Forst (Tab. 3.20).

Der Haushaltsaufwand des Betriebs liegt bei 35.836 Euro, woraus sich ein zusätzlich durch Diversifikation zu erwirtschaftender Gewinn von 16.079 Euro ergibt. Als Eigenkapital zur Umsetzung von Einkommenskombinationen stehen dem Modellbetrieb 1 kalkulierte 10.850 Euro zur Verfügung.

Bezüglich der ständigen Arbeitskraft kann dieser Modellbetrieb über 1,2 Arbeitskräfte verfügen, woraus sich 2.760 AKh/Jahr ergeben. Für die betrieblichen Arbeiten fallen in etwa 1.460 AKh pro Jahr an, sodass für Einkommenskombinationen noch etwa 1.300 AKh zur Verfügung stehen.

Die Arbeitskräfte setzen sich aus 1,13 Familienarbeitskräften und 0,07 Fremdarbeitskräften zusammen. Die Unternehmerfamilie von Modellbetrieb 1 hat im Durchschnitt fünf Familienmitglieder, nämlich das Betriebsleiterehepaar, zwei Schulkinder sowie ein Altenteiler.

Modellbetrieb 2

Modellbetrieb 2 produziert im Jahresdurchschnitt mit 25 Milchkühen, die eine Jahresmilchleistung von durchschnittlich 6.644 l Milch haben, in etwa 162.200 l Milch. Der Betrieb entspricht hinsichtlich der Anzahl an Milchkühen der durchschnittlichen Betriebsgröße im Landkreis Oberallgäu. Die Betriebsfläche liegt bei 34 ha. Darunter befinden sich 30 ha Dauergrünland und 4 ha Forst.

Beim Modellbetrieb 2 ergibt sich ein Haushaltsaufwand von 38.626 Euro. Dies bedeutet, dass durch die Einkommenskombinationen ein zusätzlicher Gewinn von 2.519 Euro erwirtschaftet werden muss. Dieser Betrag liegt im Vergleich zu den Modellbetrieben 1 und 3 sehr niedrig. Dem Modellbetrieb 2 stehen als Eigenkapital zur Umsetzung von Einkommenskombinationen 7.633 Euro zur Verfügung.

Die betrieblichen Arbeiten erfordern pro Jahr in etwa 3.196 AKh. Somit können bei 3.358 zur Verfügung stehenden Arbeitskraftstunden 176 AKh für die Bewirtschaftung von Einkommenskombinationen genutzt werden. Die 1,46 Arbeitskräfte rekrutieren sich hier ausschließlich aus Familienarbeitskräften. Die Unternehmerfamilie von Modellbetrieb 2 hat im Durchschnitt fünf Familienmitglieder, das ist das Betriebsleiterehepaar, zwei Schulkinder, wovon eines der Hofnachfolger ist und bereits zeitweise auf dem Betrieb mitarbeitet, sowie ein Alntenteiler.

Modellbetrieb 3

Modellbetrieb 3 hat im Jahresdurchschnitt 37 Milchkühe mit einer Jahresmilchleistung von durchschnittlich 6.468 l und liefert somit im Mittel 239.316 l Milch an die Molkerei. Die Betriebsfläche liegt bei etwa 39 ha. Darunter befinden sich 35 ha Dauergrünland und 4 ha Forst.

Der Haushaltsaufwand des Betriebs liegt bei 59.234 Euro, woraus sich ein zusätzlich durch Einkommenskombinationen zu erwirtschaftender Gewinn von 11.604 Euro ergibt. Dem Modellbetrieb 3 stehen als Eigenkapital zur Umsetzung von Einkommenskombinationen 8.160 Euro zur Verfügung.

Zur Verrichtung der betrieblichen Arbeiten stehen 1,68 Arbeitskräfte ständig zur Verfügung, was 3.864 AKh/Jahr ergibt. Benötigt werden 3.940 AKh, was bedeutet, dass die Arbeitskräfte in der aktuellen Konstellation mit einem zusätzlichen Bedarf von 76 AKh überlastet sind. Die Arbeitskräfte setzen sich aus 1,65 Familienarbeitskräften und 0,03 Fremdarbeitskräften zusammen. Die Unternehmerfamilie des Modellbetriebs 3 hat im Durchschnitt fünf Familienmitglieder und besteht aus dem Betriebsleiterehepaar, dem Hofnachfolgeehepaar und deren Kind.

3.4.3.2 Einkommenskombination Ferienwohnung

Bei der Einkommenskombination Ferienwohnung wurde davon ausgegangen, dass zum Ausbau der Ferienwohnungen geeignete Bausubstanz für einen Umbau vorhanden ist. Deswegen wurde lediglich mit einer Grundausstattung kalkuliert. Bei der Belegung der Ferienwohnungen wurden durchschnittlich 225 Übernachtungen im Jahr unterstellt. Das ist für eine touristische Region wie das Oberallgäu realistisch, die sommers wie winters ein beliebtes Urlaubsziel darstellt.

Im Untersuchungsraum ist außerdem zu beachten, dass die erlaubte Anzahl an Ferienwohnungen bzw. Betten an den Ertrag aus der Landwirtschaft gekoppelt ist. Das Einkommen aus der Vermietung muss dabei der Landwirtschaft untergeordnet sein. Im Zuge der Einzelfallprüfung für die Baugenehmigung wird die zulässige Anzahl an Ferienwohnungen ermittelt. Im Landkreis Oberallgäu wurden allerdings aufgrund eher kleinerer Betriebsstrukturen noch nie mehr als drei Ferienwohnungen mit insgesamt acht Betten genehmigt (Pesch, 2013). Aus diesem Grund wurden die Ferienwohnungen nur bis zur Anzahl drei kalkuliert.

Zur Erstellung der Kalkulation wurde in Ferienwohnungen mit durchschnittlicher und mit hochwertiger Ausstattung differenziert. Diese Differenzierung diente einem Vergleich der Ausstattungsform im Hinblick auf den zu erzielenden Gewinn.

Die etwa 60 m² große Ferienwohnung für zwei bis vier Personen beinhaltet ein Schlafzimmer, eine weitere Schlafmöglichkeit im Wohnzimmer (ausziehbares Sofa), ein Badezimmer und eine Küche inklusive Esstisch sowie benötigtem Geschirr und Küchengeräten. Während für die durchschnittliche Ausstattung die Durchschnittskosten verwendet wurden, fanden bei der hochwertigen Ausstattung die höheren Kosten Anwendung.

Für die durchschnittliche Ausstattung wurden Landurlaubshöfe mit der Klassifizierung F*** herangezogen, was für eine „wohnliche Gesamtausstattung mit gutem Komfort“ steht (Kempten Tourismus- und Veranstaltungsservice, 2013, S. 12). Für die hochwertige Ausstattung wurden Angebotspreise von ‚Landurlaubshöfen‘ mit der Klassifizierung F**** verwendet. Dies steht für eine „hochwertige Gesamtausstattung mit gehobenem Komfort“ (Kempten Tourismus- und Veranstaltungsservice, 2013, S. 12).

3.4.3.2.1 Anschaffungs- und Investitionskosten

Den Annahmen zu den Anschaffungskosten sowie zur Kalkulation der variablen und fixen Kosten liegen Daten von Weinberger-Miller et al. (2006) zugrunde. Die Anschaffungs- und Investitionskosten in Tab. 3.21 gelten für die Ferienwohnung mit durchschnittlicher Ausstattung. Tab. 3.22 führt die Ferienwohnung mit hochwertiger Ausstattung auf.

Tab. 3.21: Anschaffungs- und Investitionskosten Ferienwohnung mit durchschnittlicher Ausstattung (nach Weinberger-Miller et al., 2006)

Art der Investition	Anschaffungspreis		Abschreibungen		Instandhaltungskosten	
	€	%	€Jahr	%	€Jahr	
Um- und Ausbau	30.000	4	1.200	2	600	
Küche	3.490	10	349	2	70	
Einrichtung	9.458	10	946	4	378	
Freizeiteinrichtungen	1.141	10	114	4	46	
Summe	44.089		2.609		1.094	

Tab. 3.22: Anschaffungs- und Investitionskosten Ferienwohnung mit hochwertiger Ausstattung (nach Weinberger-Miller et al., 2006)

Art der Investition	Anschaffungspreis		Abschreibungen		Instandhaltungskosten	
	€	%	€Jahr	%	€Jahr	
Um- und Ausbau	37.500	4	1.500	2	750	
Küche	4.600	10	460	2	92	
Einrichtung	12.950	10	1.295	4	518	
Freizeiteinrichtungen	1.655	10	166	4	66	
Summe	56.705		3.421		1.426	

Wie in Tab. 3.21 und Tab. 3.22 ersichtlich, entstehen die folgenden Investitionssummen: Für die Ferienwohnung mit durchschnittlicher Ausstattung müssen 44.089 Euro veranschlagt werden und für die Ferienwohnung mit hochwertiger Ausstattung 56.705 Euro. Die Kosten setzen sich aus dem Umbau vorhandener Bausubstanz, was Sanitäranlagen, Bodenbeläge und Heizung beinhalten, und dem Einbau einer Küche inklusive Küchenzeile, Geschirr und einem Tisch zusammen. Außerdem sind die Einrichtung (u. a. ein Doppelbett und zwei Kinderbet-

ten, Tisch, Stühle und Garderobe) sowie Freizeiteinrichtungen enthalten, wozu u. a. eine Gartenbank, Liegestühle oder ein Sonnenschirm zählen (Weinberger-Miller et al., 2006).

3.4.3.2.2 Fixkosten

Die Abschreibungen in Höhe von 2.609 Euro bzw. 3.421 Euro, die sich aus den Investitionskosten in Tab. 3.21 und Tab. 3.22 ergeben, werden in Tab. 3.23 zu den Fixkosten hinzugefügt. Die sonstigen Fixkosten setzen sich zusammen aus Versicherungen, Entsorgung (Müllabfuhr), Werbung, Porto und Telefon. Daraus ergibt sich für die Ferienwohnung für vier Personen mit durchschnittlicher Ausstattung eine jährliche Summe von 3.859 Euro und für die Ferienwohnung mit hochwertiger Ausstattung von 4.671 Euro.

Tab. 3.23: Fixkosten der Ferienwohnung (nach Weinberger-Miller et al., 2006)

	Fixkosten (€/Jahr)	
	Durchschnittliche Ausstattung	Hochwertige Ausstattung
Abschreibung	2.609	3.421
Sonstige Fixkosten	1.250	1.250
Zinsen für Fremdkapital	abhängig vom Kapitalbedarf der Modellbetriebe	
Tilgung		
Summe	3.859 + Kapitaldienst	4.671 + Kapitaldienst

Zu beachten ist außerdem der Kapitaldienst, der sich aus den Zinsen für das aufgenommene Fremdkapital und der Tilgung zusammensetzt. Diese sind abhängig von der benötigten Anzahl an Ferienwohnungen sowie vom verfügbaren Eigenkapital der Modellbetriebe. Die Daten können somit nicht pauschal dargestellt werden. Daher wird in Tab. 3.23 lediglich darauf hingewiesen.

3.4.3.2.3 Deckungsbeitrag und Arbeitszeitbedarf

Die Deckungsbeiträge für die beiden Kategorien sind in Tab. 3.24 dargestellt. Zur Ermittlung der Übernachtungspreise wurde auf der Homepage von ‚Mir Allgäuer – Urlaub auf dem Bauernhof e. V.‘ in der Kategorie ‚Landurlaubshöfe‘ recherchiert. Die kalkulierten Übernachtungspreise entsprechen in etwa den Mittelwerten der dort angebotenen Preise.

Unter die sonstigen variablen Kosten fallen Schönheitsreparaturen, Wäschepflege und Reinigung. Für die Kategorie durchschnittliche Ausstattung ergibt sich ein Deckungsbeitrag von 41 Euro, für die hochwertige Ausstattung liegt der Deckungsbeitrag bei 50 Euro. Der Arbeitszeitbedarf pro Ferienwohnung und Jahr liegt bei 306 AKh.

Tab. 3.24: Deckungsbeitrag der Ferienwohnung (nach Weinberger-Miller et al., 2006)

	Deckungsbeitrag pro Ferienwohnung und Übernachtung (€)	
	Durchschnittliche Ausstattung	Hochwertige Ausstattung
Übernachtungspreis	60	70
– variable Maschinenkosten	3	4
– Strom, Heizung, Wasser	8	8
– sonstige variable Kosten	8	8
= Deckungsbeitrag	41	50

3.4.3.3 Kombination mit den Modellbetrieben

Im Folgenden werden die Ergebnisse aus den Kombinationen der Ferienwohnungen mit den einzelnen Modellbetrieben vorgestellt.

3.4.3.3.1 Modellbetrieb 1

Die Kombinationsvarianten mit Modellbetrieb 1 werden in Tab. 3.25 übersichtlich dargestellt. Die Übersicht zeigt auf, welcher zusätzliche Gewinn im Modellbetrieb 1 mit der Einkommenskombination Ferienwohnung erwirtschaftet werden kann und welche Unternehmerentlohnung sich dabei ergibt.

Tab. 3.25: Übersicht über zusätzlichen Gewinn, Arbeitszeit und Unternehmerentlohnung für Modellbetrieb 1 mit Ferienwohnungen (Fewo)

Einkommenskombination	Benötigter zusätzlicher Gewinn (€)	Zusätzlicher Gewinn durch Fewo (€)	Benötigte Familien-AKh	Unternehmerentlohnung (€/h)
3 Ferienwohnungen: durchschnittliche Ausstattung, für 2 bis 4 Personen	16.079	16.078	920	17,48
3 Ferienwohnungen: hochwertige Ausstattung, für 2 bis 4 Personen		16.664	920	18,11

Wird die Einkommenskombination Ferienwohnung gewählt, so müssen, 225 Übernachtungen pro Jahr unterstellt, bei durchschnittlicher oder hochwertiger Ausstattung jeweils drei Ferienwohnungen ausgebaut werden, um das Existenzminimum zu erreichen. Die Ferienwohnung mit hochwertiger Ausstattung schneidet bei gleichem Arbeitszeitbedarf wie bei durchschnittlicher Ausstattung in Bezug auf den zusätzlichen Gewinn nur geringfügig besser ab und liegt mit 16.664 Euro circa 600 Euro über dem benötigten zusätzlichen Gewinn von 16.079 Euro. Hingegen liegt die Ferienwohnung mit durchschnittlicher Ausstattung um 1 Euro darunter. Dies spiegelt sich auch in der Unternehmerentlohnung wider, die bei der Ferienwohnung mit durchschnittlicher Ausstattung bei 17,48 Euro/h und bei der Ferienwohnung mit hochwertiger Ausstattung bei 18,11 Euro/h liegt (Tab. 3.25).

Die Veränderungen der wichtigsten Erfolgskennzahlen im Vergleich zur Urproduktion sind in Tab. 3.26 dargestellt. Neben der Gewinnsituation hat sich auch der Kapitaldienst erhöht, wie am Fremdkapital und Kapitaldienst ersichtlich wird. Der höhere Gewinn durch drei Ferienwohnungen mit hochwertiger Ausstattung wird durch mehr Fremdkapital und somit einen höheren jährlichen Kapitaldienst erkaufte. Auch die Amortisation dauert 1,7 Jahre länger. Der Modellbetrieb 1 hat insgesamt 2.760 AKh zur Verfügung. Betrachtet man die benötigte jährliche Arbeitszeit von 2.380 AKh, wird transparent, dass der Betrieb keine Fremdarbeitskräfte benötigt.

Tab. 3.26: Vergleich der Erfolgskennzahlen für Modellbetrieb 1 mit Urproduktion und Ferienwohnungen

	Urproduktion	Urproduktion plus 3 Ferienwohnungen mit durchschnittlicher Ausstattung	Urproduktion plus 3 Ferienwohnungen mit hochwertiger Ausstattung
Gewinn (€)	19.757	35.157	36.420
Fremdkapital (€)	16.973	138.389	176.238
Kapitaldienst (€/Jahr)	4.065	16.414	20.236
Amortisationsdauer (Jahre)		7,9	9,6
Benötigte AKh/Jahr	1.460	2.380	2.380

3.4.3.3.2 *Modellbetrieb 2*

Tab. 3.27 führt die Anzahl der benötigten Ferienwohnungen auf, mit denen Modellbetrieb 2 das Existenzminimum erreicht. Es zeigt sich, dass dieser Betrieb jeweils nur eine Ferienwohnung benötigt, um über das Existenzminimum zu gelangen. Obwohl Modellbetrieb 2 nur zusätzlich 200 AKh über Familienarbeitskräfte aufbringen kann, wurde bei den Übernachtungsmöglichkeiten davon ausgegangen, dass zu Arbeitsspitzen weitere Familienarbeitskräfte mitarbeiten und keine Fremdarbeitskräfte eingesetzt werden.

Tab. 3.27: *Übersicht über zusätzlichen Gewinn, Arbeitszeit und Unternehmerentlohnung für Modellbetrieb 2 mit Ferienwohnung (Fewo)*

Einkommens-kombination	Benötigter zusätzlicher Gewinn (€)	Zusätzlicher Gewinn durch Fewo (€)	Benötigte Familien-AKh	Unternehmerentlohnung (€/h)
1 Ferienwohnung: durchschnittliche Ausstattung, für 2 bis 4 Personen	2.519	4.771	306	15,59
1 Ferienwohnung: hochwertige Ausstattung, für 2 bis 4 Personen		5.543	306	18,11

Wird die Einkommenskombination Ferienwohnung gewählt, muss bei Unterstellung von 225 Übernachtungen je Ferienwohnung und Jahr unabhängig von der Ausstattung lediglich eine Ferienwohnung errichtet werden, um das Existenzminimum zu erreichen. Die Ferienwohnung mit hochwertiger Ausstattung schneidet bei gleichem Arbeitszeitbedarf in Bezug auf den zusätzlichen Gewinn geringfügig besser ab. Er liegt mit 5.543 Euro um 3.024 Euro über dem benötigten zusätzlichen Gewinn von 2.519 Euro.

Auch mit einer Ferienwohnung mit durchschnittlicher Ausstattung liegt der tatsächlich erreichte zusätzliche Gewinn um 2.252 Euro über dem Bedarf. Dies spiegelt sich auch in der Unternehmerentlohnung wider, die bei der Ferienwohnung mit durchschnittlicher Ausstattung mit 15,59 Euro/h knapp über der Lohnuntergrenze für die Unternehmerentlohnung und bei der Ferienwohnung mit hochwertiger Ausstattung mit 18,11 Euro/h etwas höher liegt.

Die Veränderungen der wichtigsten Erfolgskennzahlen im Vergleich zur Urproduktion zeigt Tab. 3.28. Bei identischem Arbeitszeitbedarf für die Einkommenskombination fällt der Gewinn bei der Variante mit hochwertiger Ausstattung höher aus. Allerdings liegt der Kapitalbedarf etwa 12.500 Euro und der Kapitaldienst um 1.000 Euro über dem der durchschnittlichen Ausstattung und die Amortisation dauert ein Jahr länger.

Tab. 3.28: *Vergleich der Erfolgskennzahlen für Modellbetrieb 2 mit Urproduktion und Ferienwohnung*

	Urproduktion	Urproduktion plus 1 Ferienwohnung mit durchschnittlicher Ausstattung	Urproduktion plus 1 Ferienwohnung mit hochwertiger Ausstattung
Gewinn (€)	36.107	40.878	41.650
Fremdkapital (€)	45.458	81.914	94.530
Kapitaldienst (€/Jahr)	9.369	13.068	14.351
Amortisationsdauer (Jahre)		7,6	8,9
Benötigte AKh/Jahr	3.196	3.502	3.502

3.4.3.3.3 Modellbetrieb 3

Die Übersicht in Tab. 3.29 zeigt die benötigte Anzahl der Ferienwohnungen für Modellbetrieb 3 sowie den zusätzlichen Gewinn, den Bedarf an Familien-AK_h und die daraus zu generierende Unternehmerentlohnung. Bezüglich der Übernachtungsmöglichkeiten wurde bei Modellbetrieb 3 ebenfalls davon ausgegangen, dass keine Fremdarbeitskräfte eingestellt werden und zusätzliche Arbeiten von einer weiteren Familienarbeitskraft übernommen werden.

Tab. 3.29: Übersicht über zusätzlichen Gewinn, Arbeitszeit und Unternehmerentlohnung für Modellbetrieb 3 mit Ferienwohnungen

Einkommens-kombination	Benötigter zusätzlicher Gewinn (€)	Zusätzlicher Gewinn durch Fewo (€)	Benötigte Familien-AK _h	Unternehmerentlohnung (€/h)
3 Ferienwohnungen: durchschnittliche Ausstattung, für 2 bis 4 Personen	11.604	14.254	920	15,49
2 Ferienwohnungen: hochwertige Ausstattung, für 2 bis 4 Personen		12.980	613	21,17

Wird die Einkommenskombination Ferienwohnung gewählt, müssen bei unterstellten 225 Übernachtungen je Ferienwohnung und Jahr drei Ferienwohnungen mit durchschnittlicher oder zwei Ferienwohnungen mit hochwertiger Ausstattung ausgebaut werden. Die Ferienwohnung mit durchschnittlicher Ausstattung kann in Bezug auf den zusätzlichen Gewinn, der ungefähr 2.500 Euro über dem benötigten zusätzlichen Gewinn liegt, geringfügig besser bewertet werden. Der zusätzliche Gewinn der Ferienwohnung mit hochwertiger Ausstattung übertrifft den benötigten dagegen um nur knapp 1.400 Euro. Die Unternehmerentlohnung liegt jedoch bei den Ferienwohnungen mit hochwertiger Ausstattung mit 21,17 Euro/h über dem Wert der Unternehmerentlohnung, die mit den Ferienwohnungen bei durchschnittlicher Ausstattung erzielt wird, da hier zwei Ferienwohnungen ausreichen (Tab. 3.29).

Die Veränderungen der wichtigsten Erfolgskennzahlen im Vergleich zur Urproduktion sind aus Tab. 3.30 ersichtlich. Die Variante mit der hochwertigen Ausstattung stellt sich auch hier als vorteilhafter dar. Der zusätzliche Gewinn dieser Variante liegt ungefähr 1.000 Euro unter der durchschnittlichen Variante. Dafür muss etwa 35.000 Euro weniger Fremdkapital aufgewendet werden und der zu leistende jährliche Kapitaldienst unterschreitet den der durchschnittlichen Variante um annähernd 4.000 Euro. Darüber hinaus ist die Amortisationszeit um zwei Jahre kürzer, sodass diese Variante vorzuziehen ist.

Tab. 3.30: Vergleich der Erfolgskennzahlen für Modellbetrieb 3 mit Urproduktion und Ferienwohnungen

	Urproduktion	Urproduktion plus 3 Ferienwohnungen mit durchschnittlicher Ausstattung	Urproduktion plus 2 Ferienwohnungen mit hochwertiger Ausstattung
Gewinn (€)	47.630	61.884	60.610
Fremdkapital (€)	56.190	180.296	144.740
Kapitaldienst (€/Jahr)	15.499	28.121	24.504
Amortisationsdauer (Jahre)		8,7	6,8
Benötigte AK _h /Jahr	3.940	4.860	4.553

Die Vorteilhaftigkeit der hochwertigen Variante gilt auch für den Arbeitszeitbedarf. Da in der Variante mit gehobener Ausstattung nur zwei Ferienwohnungen benötigt werden, fallen 306 AKh weniger an.

3.4.4 Ergebnisse der Interviews

Die Interviews wurden anhand eines Fragebogens geführt (siehe Abschnitt 3.4.2.5.1). In diesem Kapitel wird lediglich eine Zusammenfassung der Ergebnisse der Interviews aufgeführt:

- Der Abgleich der Kalkulationswerte mit denen der Praxisbetriebe ergab, dass diese überwiegend auch in der Praxis so vorzufinden sind. Dennoch ist bezüglich der Belegung der Unterkünfte der Standort zu berücksichtigen.
- In allen befragten Betrieben wurde aus Motivation und Interesse die Einkommenskombination aufgenommen. Zusätzlich war auch die unzureichende Gewinn-situation aus der Urproduktion ein Anreiz dafür, weitere Einkommensquellen zu erschließen. Eine geeignete Qualifikation für die Einkommenskombination war dagegen nur in zwei der befragten Betriebe vorhanden.
- Schwierigkeiten bei der Planung hatten zwei Betriebe in Bezug auf die Baugenehmigung und die Kapitalbeschaffung. Bei der Umsetzung gaben alle Befragten an, den Arbeitsaufwand unterschätzt zu haben.
- Verbesserungsvorschläge wurden in Bezug auf die Bauplanung geäußert. Das nächste Mal würden einige Befragte risikofreudiger bauen, z. B. in größerem Umfang oder einen Neubau einem Umbau vorzuziehen. Des Weiteren würde die Werbung anders gestaltet werden, z. B. durch die Nutzung sozialer Netzwerke als Werbepattform.
- Fördermittel waren für diejenigen Betriebe unabdingbar, die größere Investitionen in eine Hofkäserei oder eine bäuerliche Gastronomie getätigt haben. Vor allem das Agrarinvestitionsförderprogramm (AFP) spielte bei zwei Betrieben eine wesentliche Rolle für die notwendigen Investitionen.
- Für Erweiterungen bei Einkommenskombinationen sind insbesondere die Hofnachfolgesituation, das Alter der Betriebsleiter und der Standort bedeutend. Da bis auf einen Betrieb alle befragten Betriebe den Vorteil eines idealen Standorts vorwiesen, wirkte sich dieser Faktor positiv aus.

3.4.5 Diskussion

3.4.5.1 Diskussion der Modellkalkulationen

Der Modellbetrieb 1 muss als kleinster Betrieb auch den höchsten zusätzlichen Gewinn mit den Einkommenskombinationen erwirtschaften, um den durchschnittlichen Haushaltsaufwand zu decken. Deshalb benötigt er im touristischen Bereich den höchstmöglichen Umfang an Unterkünften. Bei den Ferienwohnungen ist die durchschnittliche Ausstattung zu bevorzugen, da mit der hochwertigen Variante nur 1.263 Euro mehr Gewinn erwirtschaftet werden, aber der Kapitaldienst mit 3.822 Euro mehr als doppelt so hoch ist. Darüber hinaus ist die Amortisationsdauer bei der durchschnittlichen Variante um 1,7 Jahre kürzer als bei der hochwertigen.

Dennoch kann für Modellbetrieb 1 die Beantragung eines Kredits die erste Herausforderung darstellen, da dessen Gewinn aus der landwirtschaftlichen Urproduktion gering ist. Betriebe, die mit Produktionsproblemen konfrontiert sind und somit keine Kapitaldienstfähigkeit nach-

weisen können, scheiden von größeren Investitionen aus (DLG, 2008). Dies trifft auch dann zu, wenn die Nachfolgesituation des Betriebs noch nicht geklärt ist.

Schwierigkeiten könnten sich beim Modellbetrieb 1 auch dann ergeben, wenn keine geeignete Bausubstanz für mehrere Ferienwohnungen vorhanden ist. Des Weiteren könnte die Baugenehmigung Probleme bereiten. Um im Landkreis Oberallgäu eine Baugenehmigung zu erhalten, muss der Gewinn aus den Einkommenskombinationen kleiner sein als der Gewinn aus der landwirtschaftlichen Urproduktion, damit die Einkommenskombination als der Landwirtschaft zugehöriger Nebenbetrieb eingeordnet werden kann. Somit sind besonders Betriebe der Größenordnung von Modellbetrieb 1 mit der erwähnten Problematik konfrontiert. Da dieser Betrieb einen geringen Gewinn aus der Landwirtschaft erwirtschaftet und der benötigte zusätzliche Gewinn diesen übersteigt, muss über eine Baugenehmigung im Einzelfall entschieden werden.

Eine Konsequenz daraus könnte z. B. sein, dass zusätzlich zu den Einkommenskombinationen im Bereich Tourismus der Betriebsleiter oder die Frau des Betriebsleiters einer außerlandwirtschaftlichen Tätigkeit nachgeht. Dies muss aber nicht zwingend bedeuten, dass der landwirtschaftlichen Urproduktion der Rücken gekehrt wird, vor allem wenn diese schon seit Generationen geführt wird und eine starke Verbundenheit besteht.

Gewinnbringend ließen sich hier beispielsweise zwei oder mehrere Einkommenskombinationen kombinieren, die einen geringen Investitionsbedarf erfordern. Anstelle von drei könnten nur zwei Ferienwohnungen mit durchschnittlicher Ausstattung und zusätzlich ein Milchautomaten etabliert werden. Als wichtige Voraussetzung ist aber dennoch ein geeigneter Standort für die gewählten Einkommenskombinationen vorzuweisen. In Bezug auf die Ferienwohnung müssen geeignete Räumlichkeiten vorhanden sind.

Der Modellbetrieb 2 ist sehr differenziert zu betrachten, da er aufgrund des geringen Haushaltsaufwands nur 2.519 Euro an zusätzlichem Gewinn benötigt. Dass dieser Sachverhalt bei einem realen Betrieb dieser Größenordnung ebenfalls zutrifft, ist unwahrscheinlich und kann auf den unverhältnismäßig hohen Gewinn, der den Modelldaten entnommen wurde, zurückzuführen sein. Geht man von der Grundlage dieser Modelldaten aus, reicht es für den Modellbetrieb 2 aus, jeweils in eine Unterkunftseinheit Ferienwohnung zu investieren. Der Umbau geeigneter Bausubstanz, die Baugenehmigung sowie die Beschaffung finanzieller Mittel stellt für diesen Betrieb daher ein geringes Problem dar.

Der Modellbetrieb 3 benötigt zwei Ferienwohnungen mit einer hochwertigen oder drei mit einer durchschnittlichen Ausstattung, um damit das Existenzminimum zu erreichen. Da mit der hochwertigen Ferienwohnung das Existenzminimum bereits mit zwei Einheiten erreicht werden kann, ist zum einen der Arbeitszeitaufwand und zum anderen der zu leistende Kapitaldienst geringer. Daraus ergibt sich eine höhere Unternehmerentlohnung und eine kürzere Amortisationsdauer. Somit ist bei diesem Betrieb ebenfalls die hochwertige Variante zu bevorzugen.

Allgemein kann die Einkommenskombination Ferienwohnung wie folgt bewertet werden:

- Unter den Ferienwohnungen gestalten sich bei den Modellbetrieben 2 und 3 die hochwertigen Varianten trotz höherer Anschaffungskosten wirtschaftlicher. Beim Modellbetrieb 1 ist die durchschnittliche Variante zu bevorzugen, vor allem aufgrund des zu leistenden hohen Kapitaldiensts bei Ferienwohnungen mit hochwertiger Ausstattung.
- Die hochwertig ausgestattete Variante hat den Vorteil, dass diese zu einem höheren Preis angeboten werden kann als die durchschnittliche, wodurch ein höherer Gewinn erwirt-

schaftet werden kann. Dieser Vorteil zeigt sich bei den Modellbetrieben 2 und 3. Weinberger-Miller (2013a) erläutert dazu, dass höhere Anschaffungskosten in der Regel durch eine bessere Auslastung und höhere Preise ausgeglichen werden.

- Vorteilhaft bei der Einkommenskombination Ferienwohnung im Vergleich zu den Einkommenskombinationen Direktvermarktung und bäuerliche Gastronomie ist der geringere Arbeitszeitaufwand.
- Bei der Bewertung der Kalkulationsergebnisse darf der Standort des Untersuchungsgebiets als touristisch stark frequentierte Region nicht außer Acht gelassen werden. Generell ist in einer Region wie im Oberallgäu, aufgrund großer Beliebtheit bei Touristen die Einführung von Einkommenskombinationen (vor allem im Bereich Tourismus) einfacher als in Regionen mit weniger Tourismus. Kling (2013) bestätigt, dass der Fremdenverkehr die Existenzgrundlage Nummer 1 im Allgäu ist und vor allem die Kreise Ober- und Ostallgäu zum Großteil vom Tourismus abhängig sind.
- Vom Vorteil eines attraktiven Standorts für den Tourismus können und sollten die Berglandwirte in der Region profitieren, gerade deshalb, weil sie bei der Bewirtschaftung der Landwirtschaft Erschwernisse haben.

3.4.5.2 Diskussion der Interviews

Die Interviews ergaben, dass die Gründe für die Einführung von Einkommenskombinationen vor allem Motivation und Interesse für die jeweilige Einkommenskombination sind. Darüber hinaus wurde aber auch die in der Urproduktion vorherrschende finanzielle Situation als Grund genannt. Zu diesem Ergebnis kommt auch Rathmann et al. (2010), der beschreibt, dass primär die Steigerung des Einkommens als Hauptmotiv für Einkommenskombinationen zu nennen ist. Motivation ist vor allem für diejenigen Einkommenskombinationen ein ausschlaggebendes Kriterium, bei denen ein hoher Arbeitszeitaufwand anfällt.

Bei der Frage nach den Problemen und Schwierigkeiten bei der Planung und Umsetzung der Einkommenskombinationen zeigte sich, dass vor allem der zusätzlich erforderliche Arbeitszeitbedarf durch die Einkommenskombination unterschätzt wurde. Gerade deshalb ist eine ausführliche Betriebsanalyse eine wichtige Grundlage. Dabei müssen die verfügbaren Arbeitskapazitäten sowie die eigenen Fähigkeiten und Neigungen berücksichtigt werden, um ein Scheitern der Einkommenskombination zu verhindern.

Dass eine Betriebsanalyse für ein Betriebswachstum von Vorteil ist, wird auch von der DLG (2008) bestätigt. Darüber hinaus wird hier erwähnt, dass durch ein weiteres Betriebswachstum Belastungsgrenzen überschritten werden können. Diese Gefahr sollte vorab über Diskussionen im Rahmen der Familie abgewendet werden. Andererseits können freie Arbeitskapazitäten diversifizierungsfördernd wirken, wie Rathmann et al. (2010) beschreiben.

3.4.6 Fazit

Der Einsatz von Modelldaten für die Aufstellung von Modellbetrieben stellte sich erwiesenermaßen als schwierig dar, weil vor allem die Gewinne aus der Urproduktion sowie der Haushaltsaufwand von realen Betrieben abwichen. Doch ausgehend von diesen Ergebnissen können die Modellbetriebe 2 und 3 im Vergleich zu Modellbetrieb 1 mit geringem Aufwand über die analysierten Einkommenskombinationen ihr Existenzminimum erreichen.

Da bei Modellbetrieb 1 die notwendigen Investitionen für die Einkommenskombination im Vergleich zum Gewinn aus der landwirtschaftlichen Urproduktion relativ hoch sind, wird dadurch dessen Kreditwürdigkeit gemindert. Somit stellte sich bei diesem Betrieb heraus,

dass vor allem Hürden bezüglich der Kapitalbeschaffung zu überwinden sind, wenn mit den analysierten Einkommenskombinationen die Existenz gesichert werden soll. Des Weiteren kann hierbei – zumindest im Landkreis Oberallgäu – die Baugenehmigung zu einer unüberwindbaren Hürde werden.

Eine ähnliche Problematik konnte auch über die Befragungen herausgefunden werden. Schwierigkeiten bei der Planung und Umsetzung von Einkommenskombinationen ergeben sich hauptsächlich bezüglich der Baugenehmigung und der unterschätzten zusätzlichen Arbeitszeit. Hinsichtlich Verbesserungsvorschläge äußerten sich die Befragten überwiegend zur Bauplanung, bei der sie zu Beginn unsicher waren.

Dieses Ergebnis könnte ein Hinweis auf einen existenten Beratungsbedarf sein. Mit Hilfe einer entsprechenden Beratung sollten sich die genannten Hindernisse für den Einstieg in eine Einkommenskombination beheben lassen und Betriebe vermehrt für Einkommenskombinationen gewonnen werden können, so dass letztlich die landwirtschaftliche Urproduktion weitergeführt und eine Betriebsaufgabe verhindert wird.

Basierend auf den Ergebnissen der Modellberechnungen und den Interviews stellte sich heraus, dass der Standort für Einkommenskombinationen im Bereich Tourismus eine wichtige Rolle spielt. Für den Untersuchungsraum Oberallgäu kann behauptet werden, dass dieser vor allem im Bereich Tourismus im Vergleich zu anderen weniger touristisch geprägten Bergregionen von Vorteil ist.

Die Berglandwirtschaft kann folglich trotz Benachteiligung aufgrund der natürlichen Gegebenheiten in der landwirtschaftlichen Produktion vom Vorteil eines attraktiven Standorts für den Tourismus profitieren. Für eine erfolgreiche Umsetzung von Einkommenskombinationen ist dennoch eine genaue Betriebsanalyse von Bedeutung. Nur so können die Einkommenskombinationen auf die betrieblichen Kapazitäten abgestimmt werden. Gleichzeitig wird damit die Eignung und Motivation der Betriebsleiterfamilie für die geplante Art der Einkommenskombination ermittelt.

3.4.7 Zusammenfassung

In der vorliegenden Arbeit sollte gezeigt werden, welchen Gewinn zusätzlich zu dem aus der Urproduktion Betriebe in der Berglandwirtschaft erzielen müssen, um ihre Existenz zu sichern, und welchen Beitrag bestimmte Einkommenskombinationen dazu leisten können. Über eine empirische Erhebung wurde die Situation in Praxisbetrieben analysiert. Dazu wurden auf der Basis von InVeKoS-Daten drei Modellbetriebsvarianten aufgestellt, die von der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) aufbereitet wurden.

Die Modellbetriebe waren typisch für den Untersuchungsraum Landkreis Oberallgäu, gestaffelt nach der Anzahl Milchkühe bis zur Wachstumsschwelle des Landkreises. Dadurch entstanden die Modellbetriebe mit durchschnittlich 1 bis 15 Milchkühen (Modellbetrieb 1), mit 16 bis 30 Milchkühen (Modellbetrieb 2) und mit 31 bis 50 Milchkühen (Modellbetrieb 3). Als Existenzminimum wurde der spezifische Haushaltsaufwand für landwirtschaftliche Betriebe herangezogen, der beim Modellbetrieb 1 bei 35.836 Euro liegt, beim Modellbetrieb 2 bei 38.626 Euro und beim Modellbetrieb 3 bei 59.234 Euro.

Im Anschluss galt es, den Gewinn aus der Urproduktion der Modellbetriebe zu ermitteln, wofür deren Jahresabschlüsse herangezogen wurden. Die Gewinne lagen im Vergleich zu Durchschnittsbetrieben ihrer Größenordnung relativ hoch. Dies spiegelte sich im zusätzlich erforderlichen Gewinn der Modellbetriebe wider. Ausgehend von diesen Modelldaten muss Modellbetrieb 1 mit 16.079 Euro den höchsten zusätzlichen Gewinn über Einkommenskombina-

tionen erwirtschaften. Modellbetrieb 2 benötigt mit 2.519 Euro den geringsten zusätzlichen Gewinn und Modellbetrieb 3 muss 11.604 Euro Gewinn erwirtschaften.

Im nächsten Schritt wurden die Kalkulationen für die ausgewählten Einkommenskombinationen erstellt und im Anschluss mit den Modellbetrieben kombiniert. Im Bereich Tourismus wurde in diesem Auszug aus der Masterthesis die Einkommenskombination Ferienwohnung mit durchschnittlicher und hochwertiger Ausstattung kalkuliert. Für die Kombination von Urproduktion und Einkommenskombination wurden die Jahresabschlüsse in das Betriebsplanungsprogramm Einfachanalyse eingelesen. Mithilfe dieses Programms konnten die Betriebsdaten aus der Urproduktion der Modellbetriebe dargestellt und mit bis zu vier weiteren Varianten kombiniert werden.

Die Ergebnisse für die einzelnen Modellbetriebe stellten sich folgendermaßen dar:

- Für den Modellbetrieb 1 sind Ferienwohnungen mit einer durchschnittlichen Ausstattung zu bevorzugen. Jedoch wird ein größerer Umfang an Übernachtungseinheiten (drei Ferienwohnungen) benötigt, um mit 16.078 Euro einen ausreichenden Gewinn zu erzielen. Für diesen Betrieb können sich Probleme hinsichtlich einer Baugenehmigung für geeignete Räumlichkeiten ergeben. Da der Modellbetrieb 1 aus der Urproduktion einen geringen Gewinn erwirtschaftet, ist eine geringe Kreditwürdigkeit gegeben, was wiederum mit Schwierigkeiten bei der Beschaffung von Kapital für mögliche Einkommenskombinationen verbunden sein könnte.
- Für den Modellbetrieb 2 ist es ausreichend, in eine Ferienwohnung mit hochwertiger Ausstattung zu investieren, da nur eine geringer zusätzlicher Gewinn von 2.519 Euro erforderlich ist. Die Ferienwohnung kann einen zusätzlichen Gewinn von 5.543 Euro gewährleisten.
- Aus den Berechnungen für Modellbetrieb 3 ergaben sich zwei Ferienwohnungen mit hochwertiger Ausstattung, um damit den Haushaltsaufwand zu decken. Der dabei zu erwirtschaftende Gewinn errechnet sich mit 12.920 Euro je Jahr. Die Ferienwohnung mit der hochwertigen Ausstattung ist dabei rentabler als eine mit durchschnittlicher Ausstattung, weil dafür ein höherer Unterkunftspreis angesetzt werden kann.

In dieser Arbeit konnte gezeigt werden, dass bei identischer, unterstellter Belegung Ferienwohnungen je nach Art und Umfang in unterschiedlichem Maße zur Existenzsicherung der drei Modellbetriebe beitragen können. Auf einzelbetrieblicher Ebene ist es allerdings erforderlich, die betriebliche Situation hinsichtlich verschiedener Einkommensalternativen zu analysieren.

Regionale Gegebenheiten spielen zudem eine wesentliche Rolle. Der Landkreis Oberallgäu hat bezüglich Einkommenskombinationen im Bereich Tourismus einen bedeutenden Vorteil gegenüber weniger touristisch frequentierten Regionen. Letztlich kann der gewählte Untersuchungsraum die erschwerte landwirtschaftliche Urproduktion in der Berglandwirtschaft dahingehend ausgleichen, dass er die Vorteile nutzt, die sich durch den Tourismus für mögliche Einkommenskombinationen ergeben, um davon zu profitieren.

3.5 Bedeutung der Diversifizierung in der Berglandwirtschaft – Untersuchung über die wirtschaftliche und sozioökonomische Situation sowie Perspektiven in ausgewählten bayerischen Betrieben (Büchl)

Stephanie Büchl (2014a) bearbeitete im Rahmen ihrer Bachelorarbeit an der Fakultät für Land- und Ernährungswirtschaft der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf das Thema „Die Bedeutung der Diversifizierung in der Berglandwirtschaft – Untersuchung über die wirtschaftliche und sozioökonomische Situation sowie Perspektiven in ausgewählten bayerischen Betrieben“. Ein Ausschnitt dieser Arbeit ist in den Zusammenhang mit dem Forschungsvorhaben gestellt.

3.5.1 Einleitung

3.5.1.1 Problemstellung und Zielsetzung

Ein Viertel des gesamten Alpenraums von über 4,5 Mio. ha Fläche wird derzeit von etwa 500.000 Landwirten bewirtschaftet (Psenner und Lackner, 2006). Ähnlich der gesamteuropäischen Entwicklung gingen die Arbeitsplätze in der Landwirtschaft auch im Bereich der Alpen zurück. Auswertungen von Bätzing (2001) zufolge sank die Anzahl der landwirtschaftlichen Betriebe in zwölf Jahren (von 1979 bis 1991) um 11 %.

Insgesamt kann das geografische Gebiet der Alpen im europäischen Vergleich als strukturschwach bezeichnet werden (Bätzing, 2001). Entscheidend hierfür sind die Gegebenheiten der Bergregionen, die sich insbesondere aus der Höhenlage sowie der Beschränkung der Landnutzung und der Produktionsausweitung ergeben (Lauber, 2006; Streifeneder, 2009). Als Folge des Strukturwandels haben die heutigen Berglandwirte nach Aussagen von Sironi und Peter (1993) gleichzeitig mit drei verschiedenen Barrieren zu kämpfen: ökonomische, ökologische und kulturelle Beschränkungen. Das verhältnismäßig niedrige Einkommen resultiert aus verminderten Erträgen sowie steigenden Kosten aufgrund intensiverer und nicht nachhaltiger Nutzung des Bodens (Sironi und Peter, 1993).

Auf der einen Seite verliert die an die Urproduktion gekoppelte Versorgung der Gesellschaft mit Nahrungsmitteln für die Berglandwirte immer mehr an Größe und Wert. Andererseits erlangt die Wahrung der natürlichen Lebensräume und der alpinen Kulturlandschaften einen höheren Stellenwert (Lauber, 2006). Um die Berggebiete auch zukünftig als Lebens- und Wirtschaftsraum attraktiv zu gestalten, muss auf die neuen Gegebenheiten reagiert werden, denn Bergbetriebe können allein über die landwirtschaftliche Urproduktion nicht überleben (Psenner und Lackner, 2006).

Um langfristig den Betrieb aufrechtzuerhalten und somit die Versorgung der Familie zu sichern, lassen sich außerlandwirtschaftliche Erwerbsmöglichkeiten nutzen oder Diversifizierungsmaßnahmen im Betrieb aufgreifen. Möglichkeiten sind hier der Einstieg in die bäuerliche Direktvermarktung (DV) oder Gastronomie oder auch das Angebot von Ferienwohnungen (Fewo) und Ferienzimmern im Rahmen von Urlaub auf dem Bauernhof (UadB).

Ziel dieser Bachelorarbeit war es, die Bedingungen in der Berglandwirtschaft für den Einstieg in eine Diversifizierung zu erläutern und Perspektiven zu beschreiben. Welche Möglichkeiten der Diversifizierung bieten sich den Berglandwirten, um zukünftig wettbewerbsfähig zu sein? Wie ist der aktuelle Stand der diversifizierenden Betriebe? Welche Beweggründe können Anlass für eine Diversifizierung sein und welche Voraussetzungen müssen Betriebe hierfür erfüllen? Auf der Grundlage einer Befragung von fünf Betrieben im Landkreis Miesbach

(voralpines Hügelland) soll die Arbeit Transparenz hinsichtlich der wirtschaftlichen und sozioökonomischen Situation der jeweiligen Berglandwirte bringen. Vor dem Hintergrund des Agrarstrukturwandels hat sich die Arbeit weiterhin zum Ziel gesetzt, Vorschläge für notwendige Anpassungsmaßnahmen sowohl durch die Landwirte selbst als auch durch den Staat herauszuarbeiten.

3.5.1.2 Inhalte der Arbeit

In dieser Arbeit (Auszug aus der Bachelorarbeit) werden drei Arten der Diversifizierung behandelt: Urlaub auf dem Bauernhof, landwirtschaftliche Direktvermarktung und bäuerlicher Gastronomiebetrieb. Die Ergebnisse aus der Befragung der fünf Betriebe beinhalten die geografische Lage, die Anzahl und Qualifikation der Arbeitskräfte, die Betriebssituation und die Diversifizierung sowie die Bedingungen des landwirtschaftlichen Betriebs bei der Diversifizierung in der Berglandwirtschaft. Abgeleitet davon werden Perspektiven aufgezeigt, die für die Berglandwirte zukünftig von Bedeutung sein werden und zielführende Maßnahmen vorgeschlagen, die sowohl von den Landwirten als auch seitens des Staats zu ergreifen sind. In der Zusammenfassung der Arbeit werden die gewonnenen Erkenntnisse veranschaulicht. Schließlich wird ein kurzer Ausblick über zukünftige Entwicklungen gegeben.

3.5.2 Diversifizierung in der Berglandwirtschaft

3.5.2.1 Begriffsbestimmung

Für den Begriff Diversifizierung (auch Diversifikation) gibt es in der Literatur sehr unterschiedliche Definitionen. Schöpe (2011) beschreibt die allgemeine Diversifizierung in der Landwirtschaft als die Entstehung neuer Betriebszweige, die „nicht originär der landwirtschaftlichen Produktion zuzurechnen sind“. Die zusätzlich entstandene Einkommensquelle knüpft dabei an der landwirtschaftlichen Urproduktion an.

Durch Diversifizierung steigert der Landwirt mithilfe neuer Tätigkeitsbereiche außerhalb der Erzeugung von pflanzlichen und tierischen Produkten seine Wertschöpfung (LfULG, 2007; Weinberger-Miller, 2013a). Die Mehrdimensionalität der landwirtschaftlichen Produktion wird „durch die Aufnahme neuer Produktionsverfahren, neuer Betriebszweige oder neuer Produkte, Erweiterung der Produktpalette und/oder Einführung oder Ausdehnung von Dienstleistungen“ ausgebaut (Zander et al., 2008). Folglich entstehen durch Diversifizierung eine oder mehrere zusätzliche Einkommensalternativen für den landwirtschaftlichen Betrieb, so genannte Einkommenskombinationen.

Um eine Einschränkung hinsichtlich der geografischen Region vorzunehmen, auf die in dieser Arbeit Bezug genommen wird, wird zu Beginn der Begriff Berglandwirtschaft und das damit verbundene Gebiet Alpenraum definiert. Bätzing (2001) definiert ein Bergbauerngebiet als „ein Gebiet mit erschwerten landwirtschaftlichen Produktionsbedingungen“, d. h., hierbei sind „bestimmte Flächen im Berggebiet mit günstigen Bedingungen für eine landwirtschaftliche Produktion (wenig geneigte oder flache Tal- und Beckenlagen) ausgeklammert“. Demnach gibt es keine einheitliche Alpenabgrenzung (Bätzing, 2001).

Zusätzlich zur landwirtschaftlichen Definition wird eine Eingrenzung durch nationale Berggebietsabgrenzungen genannt. Darin sind alle Lagen eingeschlossen, auch wenn diese keinen Hochgebirgscharakter aufweisen. Aufgrund der vielen unterschiedlichen Gegebenheiten in den einzelnen Alpenregionen können keine allgemein gültigen Aussagen über die wirtschaftliche Situation und die zukünftigen Perspektiven der Berglandwirte bezüglich Diversifizierung getroffen werden (Bätzing, 2001). Die vorliegende Arbeit befasst sich mehrheitlich mit dem Alpenteilraum Bayern.

3.5.2.2 Formen und Motive der Diversifizierung

Die derzeitigen und zukünftig zu erwartenden politischen, sozioökonomischen und rechtlichen Rahmenbedingungen der Landwirtschaft sind Anlass für einen zunehmenden Einstieg von Landwirten in Einkommenskombinationen. Die Anzahl der in der Landwirtschaft beschäftigten Personen geht zusehends zurück. Bei einer Tendenz hin zu immer größeren Betrieben verschwinden kleinere allmählich.

Steigende Pachtpreise, der Flächenmangel zur Ausdehnung der ursprünglichen Produktion landwirtschaftlicher Erzeugnisse führen zum Rückgriff der Landwirte auf Alternativen (Landkreis Miesbach, 2009; Wanas, 2010; Schöpe, 2011). Mit Einkommenskombinationen wie Urlaub auf dem Bauernhof, einer hofeigenen Direktvermarktung oder einem bäuerlichen Gastronomiebetrieb kann dem Strukturwandel auf dem Land entgegengewirkt, Arbeitsplätze und damit neue Zukunftschancen für künftige Generationen können geschaffen werden.

In der Berglandwirtschaft trägt die Diversifizierung erheblich zur Sicherung der Wertschöpfung bei. Schöpe (2011) bezeichnet die Diversifizierung sogar als wesentliches Merkmal des landwirtschaftlichen Strukturwandels. Dabei entstehen durch die Schaffung neuer Märkte oder den Einstieg in ein Nischensegment zusätzliche finanzielle Standbeine für den Betrieb, mithilfe derer sich Markt- und Preisrisiken sowie die Abhängigkeit des Betriebs von Preisschwankungen und Entscheidungen der Agrarpolitik verringern lassen (Schmidlein, 1999; LfULG, 2007; Wanas, 2010).

Die Notwendigkeit von Einkommenskombinationen hat aber oftmals familiäre oder persönliche Hintergründe, beispielsweise in Betrieben mit mehreren Generationen das Bestreiten der Lebenshaltungskosten. Vielfach können bei begrenzten Erweiterungsmöglichkeiten der landwirtschaftlichen Produktion frei verfügbare Arbeitskräfte oder andere unzureichend genutzte betriebliche Ressourcen für den Einstieg in die Diversifizierung hilfreich sein (Schöpe, 2011).

Zu den persönlichen Gründen zählen auch bestimmte Interessen oder Vorlieben, die beispielsweise dahin gehen, dass landwirtschaftliche Unternehmer ihre Erzeugnisse selbst vermarkten wollen (LfULG, 2007). Die Bewirtschaftung von Ferienwohnungen und Hofläden hat den Vorteil, dass hierbei vom Betriebsstandort ausgehend auch der Betriebsablauf des neuen Geschäftsfelds gesteuert werden kann. Zudem werden neue Perspektiven für die Menschen auf dem Land geschaffen (Schöpe, 2011).

3.5.2.3 Ist-Situation der Diversifizierung in der Berglandwirtschaft

Der derzeitige Stand der Entwicklung hinsichtlich Diversifizierung, speziell in der Berglandwirtschaft, lässt sich nur schwer mit Zahlen konkretisieren, weil keine Meldepflicht besteht und keine verlässlichen Buchführungsdaten existieren. Auswertungen von Bätzing (1996) zufolge gewinnen Einkommenskombinationen in der Berglandwirtschaft immer mehr an Bedeutung. Im Jahr 1991 erwirtschafteten 3,3 % der Landwirte in Bayern einen Teil ihrer Einnahmen in der Tourismusbranche. In den alpinen Landkreisen waren es hingegen durchschnittlich 17,9 %. Dabei lagen die Anteile zwischen 6,3 % im Kreis Weilheim-Schongau und 28 % im Landkreis Berchtesgadener Land (Bätzing 1996).

Gemäß Psenner und Lackner (2006) stiegen Verknüpfungen zwischen landwirtschaftlicher Produktion und anderen Wirtschaftsbereichen in den letzten Jahren stetig an. Als Ursache nennen die Autoren eine Vielzahl möglicher Einkommenskombinationen und eine Zunahme der Nebenerwerbsbetriebe im alpinen Raum auf 55 bis 75 %.

Das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) gab in einer Pressemitteilung vom 19. Juli 2013 bekannt, dass ein Großteil der landwirtschaftli-

chen Betriebe mittlerweile mehrere Betriebszweige bewirtschaftet. Diese steigende Tendenz hat dazu geführt, dass dem Strukturwandel in Bayern entgegengewirkt werden konnte, der derzeit bei 1,6 % liegt. Im Vergleich zu anderen Bundesländern ist dies der beste Wert (StMELF, 2013c).

Konkrete Daten zu Einkommenskombinationen in der Bundesrepublik Deutschland wurden erstmals in der Landwirtschaftszählung 2010 erhoben. Die Landwirtschaftszählung 2010 weist von der Gesamtzahl von 98.300 landwirtschaftlichen Betrieben in Bayern etwa 38.600 mit Einkommenskombinationen auf (Statistisches Bundesamt, 2011). Dabei werden jedoch nur Betriebe mit Einkommenskombinationen aufgeführt, die als Nebenbetriebe der Landwirtschaft eingeordnet werden.

Im Vergleich dazu werden in Untersuchungen der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) auch gewerblich wirtschaftende Betriebe berücksichtigt. Demzufolge haben 61,2 % aller bayerischen Betriebe Einkommenskombinationen. Davon werden 45,2 % im Nebenerwerb geführt. Der Anteil der direktvermarktenden Betriebe beträgt 9,51 % und der der Betriebe mit Fremdenverkehr einschließlich Gastronomie 9,42 % (Weinberger-Miller, 2013a). In der vorliegenden Arbeit wurden die Ergebnisse der Bestandsaufnahme im Forschungsbericht von Weinberger-Miller (2013a) verwendet.

3.5.3 Einflüsse auf die Entwicklung von Einkommenskombinationen in der Berglandwirtschaft

Bei einer Erweiterung des Betriebs in Richtung Einkommenskombinationen sollten auch die Risiken abgewogen werden, denn der Ausbau neuer Betriebszweige erfordert diverse persönliche, betriebliche und außerbetriebliche Voraussetzungen sowie Kenntnisse über rechtliche Folgen der Diversifizierung. Ein Einstieg in eine größer angelegte Einkommenskombination hat weitreichende persönliche, arbeitswirtschaftliche, organisatorische und finanzielle Konsequenzen für eine Familie.

3.5.3.1 Entwicklungen beim Konsumentenverhalten

Einfluss auf die zukünftige Entwicklung einer Diversifizierung in der Berglandwirtschaft haben u. a. die so genannten Megatrends. Diese werden von Loock und Weinberger-Miller (2011) als Veränderungen der gesellschaftlichen Werte, der sozioökonomischen Merkmale und des Informations- und Kommunikationsverhaltens beschrieben und haben den demografischen Wandel, ein steigendes Gesundheits-, Umwelt- und Qualitätsbewusstsein, die Hinwendung zur Informations- und Kommunikationsgesellschaft und Veränderungen des Einkommens der Bevölkerung als Ursache (Loock und Weinberger-Miller, 2011).

Demografische Veränderungen mit immer mehr älteren und immer weniger jüngeren Menschen, mehr Singles, der abnehmenden Kinderzahl in Familien sowie der steigenden Zahl an Doppelverdienerhaushalten lassen neue Märkte entstehen. Dies pusht vor allem den Convenience-Trend im Lebensmittelbereich dahingehend, dass seltener aufwendig gekocht wird, denn Zeitersparnis und Bequemlichkeit haben sowohl beim Einkauf als auch bei der Zubereitung Vorrang. Ein Einkauf auf dem Bauernhof ist hierbei kaum eine gangbare Option.

Entgegengesetzt laufende Trends in Richtung zunehmenden Qualitätsbewusstseins und einer gesundheitsorientierteren Lebensweise kommen zwar der Direktvermarktung entgegen, erfordern aber neue Denkweisen und vielfältigere Angebote von den diversifizierenden Betrieben. Insbesondere das steigende Umweltbewusstsein in der Bevölkerung im Zusammenhang mit dem Klimawandel stellt Risiken für die zukünftige Entwicklung in der Bergwirtschaft dar (Wirthgen und Maurer, 2000; Wilckens und Michels, 2007; Loock und Weinberger-Miller, 2011).

3.5.3.2 Veränderungen der Umwelt

Die Notwendigkeit von Produktivitätssteigerungen in der Landwirtschaft führt dazu, dass sich die Landwirtschaft aus ungünstigen und schwerer erreichbaren Berggebieten in Richtung leichter zugänglicher Standorte bewegt. Dies hat Folgen in Richtung abnehmender Attraktivität sowohl für Touristen als auch für Einheimische (Bätzing et al., 2003).

Die Auswirkungen des Klimawandels für Umwelt und Natur, aber auch für die Berglandwirtschaft sind vielfältig (Psenner und Lackner, 2006). Aufgrund schwindender erosionsschützender Waldflächen treten in alpinen Gebieten vermehrt Lawinen, Muren oder Steinschläge auf (Bätzing et al., 2003). Die Gewährleistung von Schneesicherheit in den Berggebieten gelingt nicht mehr dauerhaft und bringt einen Rückgang der Touristenzahlen mit sich, falls nicht hohe finanzielle Investitionen für Anlagen zur künstlichen Beschneidung sowie zur Errichtung von Seilbahnsystemen aufgebracht werden (Bätzing et al. 2003).

3.5.3.3 Marktsituation

Aufseiten der Märkte erschweren wachsende Konkurrenz und eine verstärkte Wettbewerbssituation die Situation der diversifizierenden Betriebe. Insbesondere zu Urlaub auf dem Bauernhof sind alternative Urlaubsreisen oder andere Freizeitangebote wie Ferien- und Erlebnisparcs auf dem Urlaubsmarkt zu finden (Schmidlein, 1999; Herrmann et al., 2008; Loock und Weinberger-Miller, 2011). Touristische Angebote der Nachbarländer wie Österreich oder der neuen Ostländer der EU (z. B. Polen) erfüllen zwar nicht die deutschen Qualitätsnormen, vergrößern jedoch mit preiswerten Urlaubsangeboten den Druck auf den gesamten Tourismusmarkt (Herrmann et al., 2008).

Auch Direktvermarkter und bäuerliche Gastronomiebetriebe haben mit der steigenden Konkurrenz zu kämpfen, wenn neue Anbieter mit niedrigeren Preisen als die bereits ansässigen Betriebe werben (Wimmer, 1999).

3.5.3.4 Unerwartete Störfaktoren

Externe Umstände, die nicht vorhersehbar sind und als nicht beeinflussbare Störfaktoren definiert werden, wie Tierseuchen, Gentechnik oder Umweltemissionen, können für plötzlich auftretende Existenzprobleme verantwortlich sein (Herrmann et al., 2008).

3.5.4 Perspektiven für die Entwicklung von Einkommenskombination in der Berglandwirtschaft

3.5.4.1 Schwächen und Risiken des ländlichen Raums im Landkreis Miesbach

Der Landkreis Miesbach hat im Rahmen einer umfassenden Untersuchung die Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken (SWOT) im ländlichen Raum herausgearbeitet und bewertet (Landkreis Miesbach, 2009). Auf dieser Grundlage ergaben sich im Hinblick auf die Handlungsfelder Landwirtschaft, Landschaft, Natur und Tourismus unzureichende Möglichkeiten zum Ausbau von Einkommenskombinationen durch die Landwirte. Insbesondere das Netzwerk innerhalb direktvermarktender Betriebe weist Schwachstellen auf (Tab. 3.31).

Tab. 3.31: Schwächen und Risiken in den Bereichen Landwirtschaft, Landschaft, Natur und Tourismus im Landkreis Miesbach (Landkreis Miesbach, 2009, S. 47–48 und S. 107–108)

	Handlungsfeld	Bewertung
Schwächen	Landwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> • Das vorhandene Potenzial alternativer Einkommensquellen für Landwirte ist zu gering. • Nicht nutzbare Gebäude stehen leer. • Die Landwirte sind in der Direktvermarktung schwach vernetzt.
	Natur	<ul style="list-style-type: none"> • Die Qualität der vorhandenen Maßnahmen zum bewussten und schonenden Umgang mit dem Naturraum ist mangelhaft. • Die Natur ist durch Naherholung und Tourismus stark belastet (fehlende „Ruhezonen“).
	Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> • Ein Angebot an 4- und 5-Sterne-Betrieben in der Region fehlt. • Die Wirtschaftskraft der Tourismusbetriebe und die Investitionen sind teilweise gering. • Die Nachfolge im Tourismus ist nicht geregelt. • Ganzjährig nutzbare Freizeiteinrichtungen fehlen. • Tourismusgesinnung und -bewusstsein sind nicht generell vorhanden. • Ein wettbewerbsfähiges Tourismusmarketing fehlt.
Risiken	Landschaft	<ul style="list-style-type: none"> • Es besteht eine große Gefahr, dass die Bewirtschaftung unwirtschaftlicher Flächen aufgegeben wird.
	Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> • Die Nachfolge im Tourismusbereich ist problematisch. • Es besteht ein Investitionsstau. • Der Internationalisierungsgrad ist mangelhaft. • Regionale Tourismusorganisation arbeiten nicht weiträumig genug. • Kleinvermieter geben ihren Betrieb auf.

Die Qualität der Vorkehrungen, mit der Natur nachhaltig und mit Sorgfalt umzugehen, wird als Schwäche eingestuft. Durch den Tourismus wird die Tier- und Pflanzenwelt stark beansprucht; notwendige „Ruhezonen“ fehlen. Ferner besteht das Risiko, dass die Kulturlandschaft durch den Verlust unrentabler landwirtschaftlich bewirtschafteter Flächen an Attraktivität verliert (Landkreis Miesbach, 2009).

Eine eingedämmte Entwicklung der Tourismusbranche und unzureichende Investitionen sind Kernpunkte der erarbeiteten Schwächen (Tab. 3.31). Hintergrund hierfür sind die fehlenden wirtschaftlichen Möglichkeiten der Tourismusbetriebe, die mangelnde Auswahl an Betrieben mit vier oder mehr Sternen sowie fehlende Entscheidungen hinsichtlich der Weiterführung. Das Bewusstsein in der Bevölkerung für den Tourismus ist nicht gut genug ausgeprägt und es fehlen Freizeitangebote, die zu jeder Jahreszeit interessant sind, sowie ein wettbewerbsfähiges Marketing im Tourismusbereich.

Mit den Schwächen im Tourismusbereich einhergehende Risiken könnten die Nachfolgeproblematik, ein Investitionsstau und ein mangelnder Internationalisierungsgrad sein. Zudem agieren die Tourismusorganisationen nicht weiträumig genug und viele kleinere Anbieter geben die Vermietung auf (Landkreis Miesbach, 2009).

3.5.4.2 Stärken und Chancen im Bereich Landwirtschaft, Landschaft, Natur und Tourismus

Tab. 3.32 zeigt gemäß der SWOT-Analyse die Stärken und Chancen der Bereiche Landwirtschaft, Landschaft, Natur und Tourismus im Landkreis Miesbach (Landkreis Miesbach, 2009). Zu den Stärken der Landwirtschaft im Landkreis Miesbach zählt das Potenzial für eine Diversifizierung, primär für die Direktvermarktung und insbesondere die Möglichkeit, regionale Produkte zu vermarkten. Eine Vielzahl von Initiativen, Vereinen und Netzwerken zur Vermarktung von regionalen Erzeugnissen erleichtern den Einstieg in diese Einkommens-

kombination und haben dazu geführt, dass insbesondere die Tendenz hin zu direktvermarktenden Betrieben steigt.

Tab. 3.32: Stärken und Chancen in den Bereichen Landwirtschaft, Landschaft, Natur und Tourismus im Landkreis Miesbach (Landkreis Miesbach, 2009, S. 47–48 und S. 107–108)

	Handlungsfeld	Bewertung
Stärken	Landwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> • ausreichende Qualität und Aktivitäten bei der bestehenden Regionalvermarktung • Vielzahl an Direktvermarktern in Landkreis
	Landschaft	<ul style="list-style-type: none"> • hoher Beitrag von Landwirten zur Landschaftspflege • Bewusstsein für den Beitrag der Landwirtschaft zur Kulturlandschaftspflege in der Bevölkerung vorhanden
	Natur	<ul style="list-style-type: none"> • Bewusstsein für den Wert des Naturraums im Ansatz vorhanden
	Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> • Bergbahn- und skitechnisches Angebot der Region • Angebot an Rad- und Wanderwegen • Erreichbarkeit und Lage der Region • Attraktivität des Landschaftsbilds im internationalen Vergleich • Attraktivität und Umfang der verkehrstechnischen Erschließung • Kooperationen im Tourismus und branchenübergreifend
Chancen	Landwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> • hohes Potenzial zur Vermarktung regionaler Produkte im Landkreis Miesbach
	Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> • Bekanntheitsgrad national und bayernweit • Landschaftsattraktivität • Gesundheit und Wellness • Aufbau einer zweiten Saison • Tagungstourismus

Angesichts der vor allem auf Erholung und Familie bezogenen Kriterien bieten Natur und abwechslungsreiche Berglandschaft optimale Voraussetzungen für einen Einstieg in den Tourismus. Die multioptionalen Freizeitangebote sowie die vielfältige und einmalige Kulturlandschaft können den diversifizierenden Betrieben dazu verhelfen, sich auf dem zukünftigen Tourismusmarkt zu etablieren. Zudem vereinfacht das hochfrequentierte Medium Internet den Zugang zum Kunden. Betriebe mit Urlaub auf dem Bauernhof profitieren insbesondere vom erleichterten Informationsaustausch zwischen Anbietern und Touristen sowie der schnelleren Möglichkeit einer Buchung (Loock und Weinberger-Miller, 2011).

Beispiele für eine Diversifikation sind die regelmäßig stattfindenden Wochenmärkte oder die Mitgliedschaft in der Solidargemeinschaft Oberland e. V. Landwirte und Gastronomen aus den Landkreisen Bad Tölz-Wolfratshausen und Miesbach engagieren sich für die Wahrung der Kulturlandschaft, eine zukunftssichere Landwirtschaft sowie die Erhaltung des Angebots an regionalen Lebensmitteln und Erzeugnissen mit hoher Qualität.

In Bezug auf die Landschaft wird in der SWOT-Analyse deren Mitwirkung bei der Pflege der Kulturlandschaft genannt. Dessen ist sich auch die Bevölkerung bewusst, jedoch differieren die Angaben der befragten Personen. Experten aus dem Fachbereich Wirtschaft stufen das Bewusstsein positiver ein. Weiter wird das Bewusstsein für den Wert des Naturraums als Stärke angegeben (Landkreis Miesbach, 2009).

Durch das gut ausgebaute Verkehrsnetz und die Lage des Landkreises ist die Region sehr gut erreichbar. Die Angebote für Winter-, Rad- und Wanderurlauber sowie die attraktive Kulturlandschaft werden ebenfalls als Stärke angesehen (Tab. 3.32). Positive Bewertungen erhalten die Kooperationen im Tourismusbereich.

Chancen sind primär auch in den Bereichen erkennbar, in denen zugleich sowohl zukünftige Markttrends als auch Stärken des Landkreises Miesbach erkennbar sind. So zeigen die Ergebnisse Potenziale hinsichtlich der Themen nationaler und bayernweiter Bekanntheitsgrad, Attraktivität der Landschaft, Gesundheit und Wellness, Organisation einer zweiten Saison sowie Tagungstourismus (Landkreis Miesbach, 2009).

3.5.5 Befragung von Landwirten

Im Rahmen der Arbeit wurden persönliche Interviews mittels Fragebogen in fünf landwirtschaftlichen Betrieben im Landkreis Miesbach in Oberbayern durchgeführt. Der Fragebogen war die Basis für die betriebswirtschaftliche Auswertung sowie die sozioökonomische Bewertung der Wirtschaftsweise durch die einzelnen Betriebe.

3.5.5.1 Auswahl der Betriebe

Das Hauptkriterium für die Auswahl der befragten Betriebe war die Lage im Alpengebiet. Weiterhin waren gemäß der Zielsetzung dieser Arbeit Betriebe auszuwählen, die bereits eine Einkommenskombination nutzten. Hierzu gehören die Betriebszweige landwirtschaftliche Direktvermarktung, Urlaub auf dem Bauernhof und bäuerlicher Gastronomiebetrieb. Zudem war eine landwirtschaftliche Bewirtschaftung, entweder im Neben- oder im Haupterwerb Kriterium für die Befragung. Letztlich war die Ausrichtung der Betriebe sehr unterschiedlich und reichte von zwei Betriebszweigen (Landwirtschaft plus eine Einkommenskombination) bis hin zur Kombination mehrerer Einkommenskombinationen in Verbindung mit der Landwirtschaft.

3.5.5.2 Inhalt der Befragung

Für die Befragungen wurde ein Leitfaden entwickelt, anhand dessen folgende Daten erhoben wurden:

- Betriebsstruktur einschließlich Informationen über Art und Umfang der Bewirtschaftung, geografische Lage, Investitionen und Entwicklung der Landwirtschaft,
- Einkommenskombinationen wie Urlaub auf dem Bauernhof, Gastronomie oder Direktvermarktung einschließlich Arbeitszeitbedarf und Entwicklung,
- Arbeitskräfte einschließlich Personen und Generationen im Haushalt, Qualifikationen, Schwerpunkte der Tätigkeit und Fremdarbeitskräften,
- Schwierigkeiten der Betriebe,
- persönliche Meinung der Betriebsleiter über die Zukunft der Landwirtschaft und Perspektiven der Diversifizierung in der Berglandwirtschaft,
- ökonomische Kennzahlen der einzelnen Einkommensquellen.

3.5.5.3 Untersuchungsgebiet

Zum Stichtag 31. Dezember 2012 lebten im oberbayerischen Landkreis Miesbach 94.759 Einwohner. Die Gesamtfläche betrug 863,5 km². Davon wurden 310,11 km² landwirtschaftlich genutzt (Landkreis Miesbach, 2014).

Die Autobahn A8 sowie die Bundesstraßen B307, B318 und B472 durchqueren den Landkreis Miesbach. Weiterhin stellt die Bayerische Oberlandbahn (BOB) eine wichtige Verkehrsanbindung dar. Die nördlichen Teile des Landkreises sind an das Münchner S-Bahnnetz angebunden.

Zum Landkreis Miesbach gehören sowohl alpine als auch voralpine Gebiete. Abb. 3.24 zeigt, dass das Befragungsgebiet landschaftlich gesehen größtenteils im alpinen Gebiet liegt. Tegernsee, Schliersee, Spitzingsee und Seehamer See sind sowohl aus der landschaftlichen als auch aus der touristischen Perspektive die wichtigsten Seen. Als bekanntester Berg gilt der Wendelstein mit 1.836 m Höhe (Landkreis Miesbach, 2009).

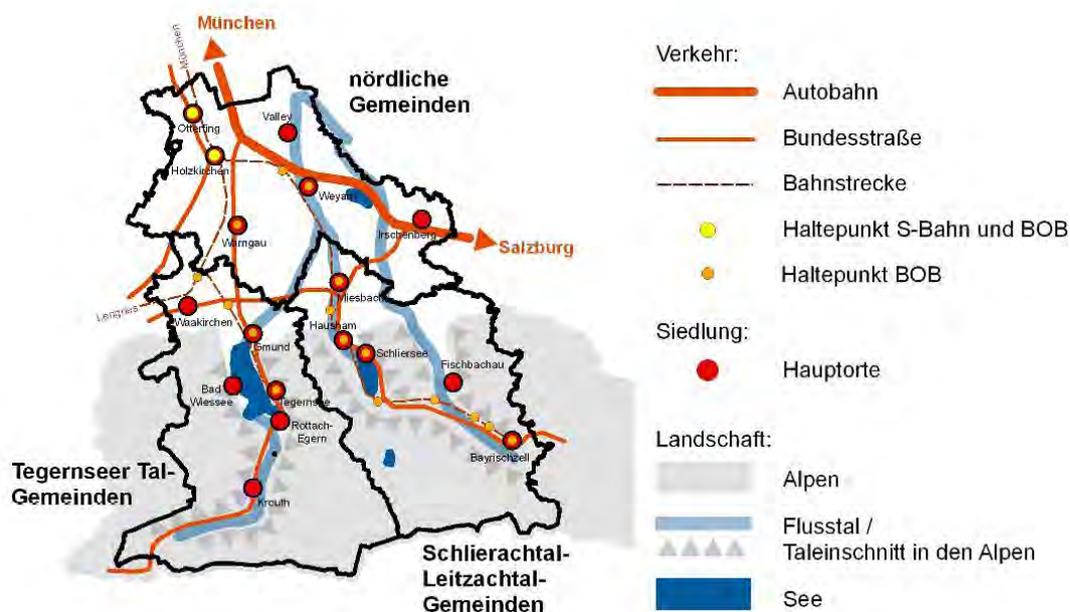


Abb. 3.24: Der Landkreis Miesbach (Landkreis Miesbach 2009, S. 6)

Von den 1.170 landwirtschaftlichen Betrieben sind 61,3 % Haupterwerbs- und 38,7 % Nebenerwerbsbetriebe (Stand 2007). 35,7 % der Flächen im Landkreis Miesbach werden für landwirtschaftliche Zwecke genutzt (Stand 2004). Der Wert ist gemessen am gesamt-bayerischen Wert von 50,1 % relativ niedrig, was darauf zurückzuführen ist, dass ein Großteil des Gebiets für die Landwirtschaft ungeeignet ist.

3.5.5.4 Vorstellung und ökonomische Bewertung der Betriebe

Anhand der Befragungen wurde die aktuelle Situation der Betriebe und der Einkommenskombinationen dargestellt und erläutert. Berechnungen zur Wirtschaftlichkeit der Betriebszweige ermöglichten den objektiven Vergleich der Einkommenskombinationen innerhalb des Betriebs und zwischen den fünf befragten Höfen. Unter Berücksichtigung der gesamten Einnahmen und aller anfallenden Kosten sowie des Arbeitszeitbedarfs der nicht entlohnten Arbeit konnte die Unternehmerentlohnung ermittelt werden. Dabei wurde zwischen dem Einkommen aus der Landwirtschaft und dem aus den Einkommenskombinationen Urlaub auf dem Bauernhof, bäuerlicher Gastronomiebetrieb und bäuerlicher Direktvermarktung differenziert. Basis der Kalkulationen waren Daten aus den jeweiligen Betriebsbefragungen, Plandaten des KTBL (Frisch, 2012) sowie angenommene Schätzwerte aus den Befragungen (Büchl, 2014a bis 2014f). Die Beschreibungen der Betriebe sind jeweils für den Zeitpunkt der Befragung dargestellt.

3.5.5.4.1 Betrieb 1

Betrieb 1 liegt in der Nähe des Schliersees in einer sehr abgelegenen Einzellage auf 840 m ü. NN. Der Hof profitiert vor allem von seiner Lage als Ausgangspunkt für mehrere hochfrequentierte Wanderwege zwischen dem Tegernsee und dem Schliersee. Bewirtschaftet wird

der Betrieb vom Betriebsleiterehepaar und den fünf gemeinsamen Kindern. Wohnhaft am Betrieb sind die Eltern und der Hofnachfolger. Die Betriebsleiterin hat eine Ausbildung als Konditoreiverkäuferin und Hauswirtschafterin.

Betriebssituation und Diversifizierung

Aus Sicht des Betriebsleiterehepaars waren für das bereits seit Jahrzehnten bestehende Angebot an Ferienwohnungen zwei Kriterien ausschlaggebend: die direkte Lage an einem viel genutzten Wanderweg und die damit einhergehende große Anzahl an Touristen (Büchl, 2014b). Der Neubau mit Bauernhofcafé, Hofladen und Unterkünften für Urlaub auf dem Bauernhof war als Lebenstraum der Familie bereits seit Längerem in Planung. Daher konnte er größtenteils durch Ersparnisse finanziert und der Anteil an Fremdfinanzierung durch einen hohen Anteil an Eigenleistung niedrig gehalten werden.

Nach dem erfolgreichen Umbau der Betriebsstätte absolvierte die gelernte Konditoreiverkäuferin und Hauswirtschafterin eine Ausbildung zur Kräuterpädagogin. Das Einkommen der Familie setzt sich aus den Einkommenskombinationen Bauernhofcafé, Hofladen, Urlaub auf dem Bauernhof sowie Kräuterführungen und -vorträgen zusammen. Großen Wert legt die Familie auf Regionalität, hofeigene Produkte und eine Bewirtschaftung im Einklang mit der Natur.

Der zum Zeitpunkt des Interviews erbaute Hühnerstall mit Freilauf für etwa 350 Legehennen soll in erster Linie der eigenen Versorgung mit Eiern dienen. Zur Förderung des regionalen Aspekts und des Bezugs zu den Tieren können Gäste durch ein Fenster die Tiere im Stall beobachten. Um die Attraktivität des Hofes für Familien mit Kindern zu steigern, hält das Betriebsleiterehepaar zudem Kleintiere wie Hasen und Ziegen. Die weitere landwirtschaftliche Bewirtschaftung wurde aufgegeben.

Das Bauernhofcafé mit zugehörigem Biergarten und der Hofladen sind ganzjährig samstags, sonn- und feiertags geöffnet. Das Angebot umfasst unter anderem selbstgebackene Kuchen und Gebäck, Hausmacherwürste, Kräuter- und Kaffeeprodukte, Räucherzubehör sowie Marmeladen und Liköre. Nach Voranmeldung gestaltet die Familie Programme für Busse inklusive Kräuterwanderung und Führungen für Schulklassen. Das Café mit 40 Sitzplätzen wird zudem für Feste wie Geburtstage oder Hochzeiten und das tägliche Frühstücksangebot genutzt.

Eine Differenzierung zwischen Haupt- und Nebensaison hinsichtlich des Angebots für Übernachtungsgäste besteht nicht. Die beiden Ferienwohnungen werden ganzjährig vermietet, aber die größte Auslastung kann das Betriebsleiterehepaar von Mai bis Oktober verzeichnen. Weitere Diversifizierungsprojekte sind derzeit nicht geplant.

Die Bau- und Umstellphase vom alten Pachtbetrieb zur neuen Betriebsstätte führte zu einer kurzzeitigen Doppelbelastung für die Familie. Bei der Realisierung des Vorhabens wurde die Familie hauptsächlich durch wenig kooperierende Behörden und Banken behindert. Insbesondere die Baugenehmigung und die Kreditgewährung stellten Hürden bei der Umsetzung des Neubaus dar.

Negative Auswirkungen der Einkommenskombinationen in diesem Betrieb sind hauptsächlich im privaten Bereich der Familie erkennbar. Die hohe zeitliche Belastung durch die verschiedenen Angebote und die Erweiterung des Gästebetriebs führt zur Einschränkung der eigenen Privatsphäre und dazu, dass weniger Zeit für familiäre Angelegenheiten zur Verfügung steht.

Ökonomische Betrachtung der Betriebszweige

Bei Betrieb 1 waren die Wirtschaftlichkeitsrechnungen zu den Einkommenskombinationen Urlaub auf dem Bauernhof, bäuerlicher Gastronomiebetrieb und bäuerlicher Hofladen für die weiteren Auswertungen relevant. Die Kalkulation zur Landwirtschaft (Hühnerstall) wurde außer Acht gelassen, da sich dieser noch im Bau befand und bislang noch keine konkreten Zahlen zur Verfügung standen.

Urlaub auf dem Bauernhof

Tab. 3.33 bis Tab. 3.37 zeigen den Einkommensbeitrag je Arbeitskraftstunde (AKh) für die beiden Ferienwohnungen von Betrieb 1. Die Betriebsdaten entstammen dem Interview mit dem Betriebsleiter (Büchl, 2014b) und wurden gemäß Frisch (2012) validiert. Die Einnahmen aus der Vermietung der beiden Ferienwohnungen liegen bei 30.080 Euro/Jahr (Tab. 3.33).

Tab. 3.33: Betrieb 1 – Einnahmen aus der Vermietung von Ferienwohnungen (Fewo)

	Belegtage/Jahr	Preis/Tag [€]	Aufpreis/(zusätzliche Person und Tag) [€]	Tage/Jahr	Summe [€/Jahr]
Fewo 1	200	90,00	8,00	10	18.080,00
Fewo 2	200	60,00			12.000,00
Gesamtsumme					30.080,00

Hinzu kommen folgende Einnahmen aus Zusatzangeboten:

- **Frühstück:** Die Zubereitung von 1.200 Mahlzeiten pro Jahr zu einem Preis von 8,50 Euro erbringt jährlich 10.200 Euro.
- **Freizeitangebote:** bei 200 Nutzungen und einem Preis von 15 Euro pro Angebot fallen 3.000 Euro jährlich an.

Die Einnahmen aus den beiden Ferienwohnungen betragen bei Berücksichtigung der Entgelte aus Zusatzangeboten Frühstück und Freizeitangebote 43.280 Euro.

Die Betriebskosten der Ferienwohnungen sind in Tab. 3.34 zusammengefasst. Ausgehend von 60 Heiztagen pro Jahr wurden die Betriebskosten in Höhe von 4.056,80 Euro ermittelt. Außerdem fallen Nebenkosten von insgesamt 6.171,88 Euro an, die sich aus Korrespondenz und Telefon, Fernseh- und Radiogebühren, Werbung, Versicherungen sowie den Kosten für das Frühstück und die Freizeitangeboten zusammensetzen (Tab. 3.35).

Tab. 3.34: Betrieb 1 – Betriebskosten der Ferienwohnungen (Fewo)

	Beleg-, Heiztage/Jahr	Zahl der Wohnungen	Preis/(Fewo und Tag) [€]	Summe [€/Jahr]
Durchschn. Betriebskosten	200	2	9,20	3.680,00
Durchschn. Heizkosten	60	2	3,14	376,80
Summe Betriebskosten				4.056,80

Tab. 3.35: Betrieb 1 – Nebenkosten der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

	Einheiten	Kosten/Einheit [€]	Kosten/Jahr [€]
Korrespondenz, Telefon			200,00
Fernseh-, Radiogebühren	1	71,88	71,88
Werbung			800,00
Versicherungen			180,00
Verpflegung (Frühstück)	1.200	3,60	4.320,00
Kosten für Freizeitangebote	200	3,00	600,00
Summe Nebenkosten			6.171,88

Die Finanzierung setzt sich aus 50.000 Euro Eigenkapital und 52.000 Euro Fremdkapital zusammen. Die Zinssätze und der Zinsanspruch sind in *Tab. 3.36* zusammenstellt.

Von den insgesamt investierten 102.000 Euro sind 72.000 Euro Baukosten, die mit jährlich 4 % oder 2.880 Euro abgeschrieben werden. Die Abschreibung der Investitionen in die Einrichtung von 30.000 Euro erfolgt über zehn Jahre und liegt bei jährlich 3.000 Euro. Die Instandhaltungskosten werden mit jährlich 2 % der Investitionskosten kalkuliert und ergeben somit 2.040 Euro/Jahr. Zusammen mit den Zinsen für Eigen- und Fremdkapital ist mit Kapitalkosten von 12.540 Euro zu kalkulieren.

Tab. 3.36: Betrieb 1 – Kapitaleinsatz für die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

	Kapitaleinsatz [€]	Zinssatz [%]	Zinsanspruch [€]
Eigenkapital	50.000,00	3,00	1.500,00
Fremdkapital	52.000,00	6,00	3.120,00
Summe	102.000,00		4.620,00

Die Arbeitszeit für die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof setzt sich folgendermaßen zusammen:

- **Ferienwohnungen:** Bei 200 Belegtagen und zwei Ferienwohnungen sowie 38 Arbeitszeitminuten pro Ferienwohnung und Tag fallen jährlich 253 Arbeitskraftstunden (AKh) an.
- **Sonstige Arbeitszeit:** Weiter fallen jährlich für Grundreinigung usw. 138 AKh und für Management und Freizeitleistungen usw. 88 AKh an.

Der Gesamtarbeitszeitbedarf für die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof liegt somit bei 479 AKh/Jahr.

Die abschließende Kalkulation des Unternehmerlohns ist in *Tab. 3.37* zusammengestellt. Aus den Einnahmen für die Ferienwohnungen und die Zusatzangebote abzüglich der Betriebs- und Nebenkosten konnte mit einem Deckungsbeitrag von 33.051 Euro kalkuliert werden. Nach Abzug der Kapitalkosten in Höhe von 12.540 Euro ergibt sich ein Arbeitsertrag von 20.511 Euro. Dividiert durch die Gesamtarbeitszeit an nicht entlohnter Arbeit in Höhe von 479 AKh errechnet sich eine Entlohnung der eingesetzten Arbeitszeit beim ersten Betrieb in Höhe von 42,82 Euro/AKh.

Tab. 3.37: Betrieb 1 – Kalkulation der Entlohnung einer Arbeitskraftstunde in der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

	Einheit	Betrag
Gesamteinnahmen	€Jahr	43.280,00
- Betriebskosten, Nebenkosten	€Jahr	10.228,68
= Deckungsbeitrag	€Jahr	33.051,32
- Kapitalkosten	€Jahr	12.540,00
= Einkommensbeitrag aus nicht entlohnter Arbeit pro Jahr	€Jahr	20.511,32
+ Zinsanspruch aus Eigenkapital	€Jahr	1.500,00
= Gewinnbeitrag der Einkommenskombination	€Jahr	22.011,32
Arbeitszeitbedarf gesamt	AKh/Jahr	479
- Arbeitszeit der entlohten Arbeitskräfte	AKh/Jahr	–
= Arbeitszeit der nicht entlohten Arbeitskräfte	AKh/Jahr	479
= Entlohnung der eingesetzten Arbeitszeit	€AKh	42,82

Bäuerlicher Gastronomiebetrieb und Hofladen

Die folgende Kalkulation zum Betrieb 1 gibt Auskunft über den Einkommensbeitrag, der mit dem Bauernhofcafé in der aktuellen Situation erwirtschaftet wird. Als Datengrundlage dienen die Angaben der Betriebsleiterin sowie die LfL-Plandaten (Frisch 2012, Büchl, 2014b).

Tab. 3.38 zeigt die Gesamteinnahmen aus der Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb von insgesamt 117.320 Euro. Sie setzen sich aus dem gastronomischen Angebot an den Öffnungstagen (Samstage sowie Sonn- und Feiertage) und aus 40 verschiedenen Veranstaltungen je Jahr zusammen. Pro Schulklasse erhält die Familie 140 Euro (bei 50 Kindern 2,80 Euro pro Person).

Tab. 3.38: Betrieb 1 – Einnahmen aus der Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb

	Anzahl der Tage bzw. Events	Zahl der Gäste pro Tag bzw. Event	Umsatz/Gast [€]	Summe/Jahr [€]
Gastronomie				
Samstage	52	60	6,00	18.720,00
Sonn-, Feiertage	62	100	6,00	37.200,00
Veranstaltungen				
Event 1: Hochzeiten, Geburtstage, sonstige Feiern	20	50	15,00	15.000,00
Event 2: Busse	10	100	45,00	45.000,00
Event 3: Schulklassen	10	50	2,80	1.400,00
Summe Einnahmen				117.320,00

Von den Betriebskosten für das Bauernhofcafé entfallen auf den Wareneinsatz von Speisen 19,5 % und von Getränken 7 % vom Ertrag. Die Kosten für Reinigung und Desinfektion sowie für Energie wurden mit 0,20 und 1,20 % berechnet. Zusammen mit den Personalkosten von 9.000 Euro/Jahr ergeben sich insgesamt 41.732 Euro Betriebskosten (Tab. 3.39).

Tab. 3.39: Betrieb 1 – Betriebskosten der Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb

	% vom Ertrag (117.320 €)	Gesamt [€]
Wareneinsatz		
Speisen	19,5	22.877,40
Getränke	7,0	8.212,40
Sonstige variable Kosten		
Kosten für Reinigung, Desinfektion	0,20	234,64
Kosten für Energie	1,20	1.407,84
Personalkosten (600 h/Jahr; 15 €/AKh)		9.000,00
Summe Betriebskosten		41.732,28
Gemeinkosten		1.900,00
Betriebs- und Gemeinkosten		43.632,28

Durchschnittlich arbeiten zwei Kinder auf dem Betrieb mit. Somit wurden bei den Personalkosten zwei Fremdarbeitskräfte unterstellt, die ganzjährig je 25 Stunden pro Monat beschäftigt sind. Deren Gesamtarbeitszeit pro Jahr beträgt somit 600 AKh. Bei einem Stundenlohn von 15 Euro fallen jährlich insgesamt 9.000 Euro Personalkosten an (Tab. 3.39).

Die Gemeinkosten betragen insgesamt 1.900 Euro/Jahr. Sie setzen sich aus Korrespondenz und Telefon (100 Euro), Werbung (1.200 Euro) sowie speziellen Versicherungen für den Gastronomiebetrieb (600 Euro) zusammen.

Für die Finanzierung der Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb wurden 100.000 Euro Eigenkapital und 150.000 Euro Fremdkapital eingesetzt (Tab. 3.40). Da der

Umbau vor allem durch Ersparnisse der Familie finanziert wurde, ergibt sich ein relativ hoher Kapitaleinsatz aus Eigenkapital.

Tab. 3.40: Betrieb 1 – Kapitaleinsatz für die Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb

	Kapitaleinsatz [€]	Zinssatz [%]	Zinsanspruch [€]
Eigenkapital	100.000,00	3,00	3.000,00
Fremdkapital	150.000,00	6,00	9.000,00
Summe [€]	250.000,00		12.000,00

In Tab. 3.41 sind die Investitions- und Instandhaltungskosten zusammengestellt. Die Abschreibung von Neubau, Installationen, Einrichtung sowie sonstiger Anschaffungen schlägt jährlich mit 13.500 Euro zu Buche. Inklusive Instandhaltungskosten ergeben sich Kosten in Höhe von 18.500 Euro im Jahr.

Tab. 3.41: Betrieb 1 – Investitions- und Instandhaltungskosten für die Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb

	Investitionskosten [€]	Abschreibung [%]	Kosten/Jahr [€]
Neubau	150.000,00	4	6.000,00
Installationen	40.000,00	5	2.000,00
Einrichtung	50.000,00	10	5.000,00
Sonstige Anschaffungen	10.000,00	5	500,00
Summe	250.000,00		13.500,00
Instandhaltung (2 % der Investitionen)			5.000,00
Summe Kosten			18.500,00

Der jährliche Arbeitszeitbedarf der nicht entlohnten Arbeitskräfte beinhaltet die Mitarbeit in der Gastronomie mit insgesamt 2.280 AKh und bei den verschiedenen Events (1.250 AKh). Zusammen mit dem Arbeitszeitbedarf für Sonstiges und dem Management ergibt sich ein Gesamtarbeitszeitbedarf von 3.908 AKh im Jahr (Tab. 3.42).

Tab. 3.42: Betrieb 1 – Arbeitszeitbedarf der nicht entlohnten Arbeitskräfte in der Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb

Betriebstage bzw. Event	Zahl der Tage bzw. Events	Arbeitszeit pro Tag bzw. Event [AKh]	Arbeitszeit pro Jahr [AKh]
Samstage	52	20	1.040
Sonn- und Feiertage	62	20	1.240
Event 1	20	40	800
Event 2	10	40	400
Event 3	10	5	50
Arbeitszeit für Sonstiges (Grundreinigung, Schönheitsreparaturen)			40
Arbeitszeit für das Management			338
Summe Arbeitszeit			3.908

Für die Kalkulation des Hofladens wurde angenommen, dass etwa jeder dritte Gast des Bauernhofcafés im Hofladen einkauft. Bei 9.320 Gästen im Bauernhofcafé (Tab. 3.43) entspricht das durchschnittlich 3.107 Kunden im Hofladen.

Tab. 3.43: Betrieb 1 – Anzahl der Gäste in der Einkommenskombination bäuerliche Gastronomie

Öffnungstag	Zahl der Öffnungstage	Zahl der Gäste pro Öffnungstag	Gäste/Jahr
Samstage	52	60	3.120
Sonn- und Feiertage	62	100	6.200
Summe der Gäste pro Jahr			9.320

Weiter wurde angenommen, dass jeder Kunde für 6,00 Euro einkauft, woraus 18.640 Euro Umsatz generiert werden. Bei einer Handelsspanne von 50 % ergeben sich somit Wareneinsatzkosten in Höhe von 9.320 Euro. Bei einem geschätzten Zeitaufwand von vier Minuten pro Kunde summiert sich die Arbeitszeit für den Einsatz im bäuerlichen Hofladen auf 207 AKh jährlich (Frisch, 2012, Büchl, 2014b).

In die Gesamtberechnung der beiden Einkommenskombinationen fließen die Kalkulationsdaten des bäuerlichen Hofladens sowie die Ergebnisse des Cafés mit ein (Tab. 3.44). Betrieb 1 wirtschaftet bei den Einkommenskombinationen bäuerliche Gastronomie und Hofladen mit einer Unternehmerentlohnung in Höhe von 12,76 Euro/AKh.

Tab. 3.44: Betrieb 1 – Gesamtkalkulation der Einkommenskombinationen bäuerlicher Gastronomiebetrieb und Hofladen (Frisch, 2012, Büchl, 2014b)

	Einheit	Gastronomie	Hofladen	Summe
Gesamteinnahmen	€Jahr	117.320,00	18.640,00	135.960,00
- Gesamtkosten	€Jahr	43.632,28	9.320,00	52.952,28
= Deckungsbeitrag	€Jahr	73.687,72	9.320,00	83.007,72
- Kapitalkosten	€Jahr	30.500,00	-	30.500,00
= Einkommensbeitrag aus nicht entlohnter Arbeit	€Jahr	43.187,72	-	52.507,72
+ Einkommensbeitrag aus Eigenkapital	€Jahr	3.000,00	-	3.000,00
= Einkommensbeitrag der Einkommenskombinationen	€Jahr	46.187,72	9.320,00	55 507,72
Arbeitszeitbedarf gesamt [h]	AKh/Jahr	4.508	207	4.715
- Arbeitszeit der entlohnten Arbeitskraft	AKh/Jahr	600	-	600
= Arbeitszeit der nicht entlohnten Arbeitskraft	AKh/Jahr	3.908	207	4.115
Entlohnung der eingesetzten Arbeitszeit	€/AKh			12,76

Vergleich der Betriebszweige

Die Ergebnisse der beiden Betriebszweige des ersten Betriebs werden in Tab. 3.45 vergleichend dargestellt. Zudem wurden die Gewinnbeiträge und die Arbeitszeit je Jahr der Einkommenskombinationen in Prozent des Gesamtgewinnbeitrags bzw. der Gesamtarbeitszeit errechnet. Der Gewinnbeitrag der jeweiligen Einkommenskombination ist der Quotient aus dem Gesamtgewinnbeitrag pro Jahr in Euro und der Arbeitszeitbedarf der jeweiligen Einkommenskombination der Quotient aus der Gesamtarbeitszeit pro Jahr in Arbeitskraftstunden.

Tab. 3.45: Betrieb 1 – Ökonomischer Vergleich der Betriebszweige (Frisch, 2012, Büchl, 2014b)

Einkommenskombination	Gewinnbeitrag pro Jahr		Arbeitszeit pro Jahr		Entlohnung der Arbeitszeit [€/AKh]
	[€]	[%]	[AKh]	[%]	
Urlaub auf dem Bauernhof	22.011,32	28,39	479	10,43	42,82
Bäuerlicher Gastronomiebetrieb und Hofladen	55.507,72	71,61	4.115	89,57	12,76
Summe	77.519,04		4.594		

Abb. 3.25 und Abb. 3.26 zeigen die Anteile der jeweiligen Einkommensquellen am Gesamtgewinn sowie an der Gesamtarbeitszeit je Jahr. Die Diagramme veranschaulichen deutlich, dass der Hauptbeitrag zum Einkommen des Betriebs in Höhe von 55.508 Euro aus dem bäuerlichen Gastronomiebetrieb und dem Hofladen stammt. Dies entspricht 71,61 % des Gesamteinkommens. Der Gewinnbeitrag aus dem Angebot Urlaub auf dem Bauernhof beträgt 22.011 Euro und entspricht mit 28,39 % etwa einem Drittel des Gesamteinkommens.

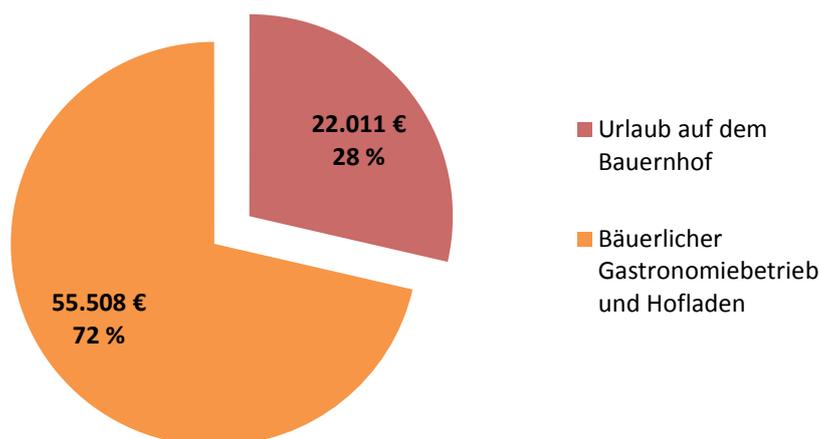


Abb. 3.25: Betrieb 1 – jährliche Gewinnbeiträge der Einkommenskombinationen

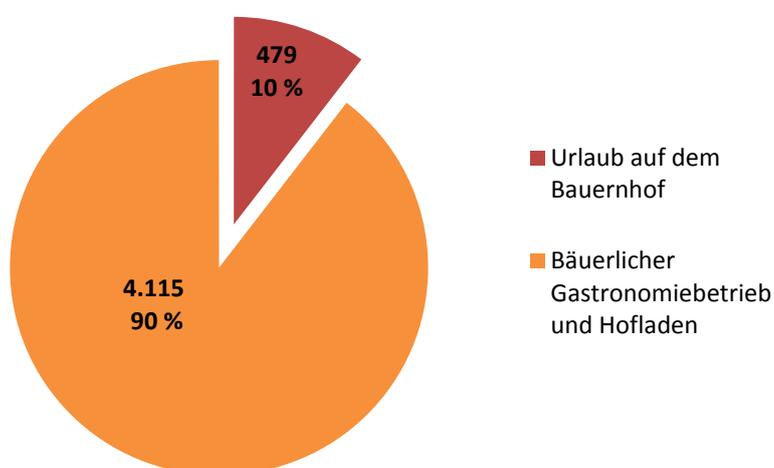


Abb. 3.26: Betrieb 1 – jährliche Arbeitszeit in Stunden in den Einkommenskombinationen

Hinsichtlich der Entlohnung der Familienarbeitskräfte ergeben sich für die Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb inklusive Hofladen 12,76 Euro/AKh bei einer Gesamtarbeitszeit von 4.115 Stunden pro Jahr. Mit der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof wird hingegen mit 42,82 Euro/AKh eine wesentlich höhere Entlohnung pro Arbeitsstunde bei einer Gesamtarbeitszeit pro Jahr von 479 AKh erzielt. Bei der Bewirtschaftung der beiden Geschäftsbereiche ist jedoch keine strikte Trennung möglich, weil sich jeweils Überschneidungen, aber auch gegenseitige Synergieeffekte ergeben. Zudem sind beide Einkommenskombinationen ähnlich kapitalintensiv einzuordnen.

3.5.5.4.2 Betrieb 2

Nachfolgend wird Betrieb 2 vorgestellt. Datengrundlage ist die Befragung des angehenden Betriebsleiters (Büchl, 2014c). Dieser Betrieb liegt in Einzellage 2 km vom nächsten Ort in der Alpenregion Tegernsee-Schliersee entfernt. Die nächsten Ausflugsziele befinden sich im Umkreis von etwa 20 km.

Das Betriebsleiterehepaar bewirtschaftet den Betrieb gemeinsam mit dem Sohn, der den Hof übernehmen wird. Seit 2011 ist der Sohn Landwirtschaftsmeister. Fremdarbeitskräfte werden auf dem Hof nicht beschäftigt.

Betriebssituation und Diversifizierung

Der milchviehhaltende Betrieb wird im Haupterwerb bewirtschaftet. Von den etwa 66 ha werden 52 ha landwirtschaftlich genutzt und 14 ha sind Wald. Der Sohn war bis Ende 2013 außerbetrieblich in einem Unternehmen als Halbtagskraft tätig. Anfang 2014 wurde ein neuer Stall errichtet und von bisher 30 Tieren (Anbindestall) mit etwa 8.000 l Milchleistung pro Kuh und Jahr auf 65 Tiere (Laufstall mit Melkstand) aufgestockt.

Der angehende Betriebsleiter plante, den alten Stall als Kalbinnenstall umzubauen. Der größere Teil des Jungviehs soll jedoch ausgelagert werden, da die Kapazitäten für die Aufzucht der gesamten Jungtiere auf dem Betrieb nicht ausreichend sind. Der Neubau des Stalls dient vor allem der Arbeitserleichterung. Zudem ist die Einstellung eines Auszubildenden geplant, der die Eltern bei der Arbeit unterstützen wird.

Der zweite Betriebszweig der Familie besteht aus einer Ferienwohnung und zwei Doppelzimmern (DZ), die der Betrieb bereits seit über 40 Jahren anbietet. Ausschlaggebend hierfür waren die ruhige Lage des Hofes und das große Wohnhaus mit der Option, einen Teil als Ferienwohnungen und zu vermietende Zimmer umzubauen. Größere Investitionen in die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof wurden in den letzten Jahren nicht getätigt.

Die ganzjährig vermietete Ferienwohnung bietet Platz für bis zu fünf Personen und ist aufgrund der kinderfreundlichen Gestaltung des Hofes sowie der Vielzahl an Tieren (Katzen, Pferde, Ponys usw.) vor allem für Familien geeignet (Spielplatz, Schaukel usw.). Derzeit ist keine weitere Einkommenskombination geplant, da die Landwirtschaft nach der Erweiterung die Haupteinkommensquelle der Familie sein wird. Es werden lediglich die nötigen Instandhaltungsmaßnahmen durchgeführt, um weiterhin die gewünschten Zertifizierungen für die Ferienwohnung und die beiden Doppelzimmer zu erlangen.

Der angehende Betriebsleiter nennt diverse Schwierigkeiten der Berglandwirtschaft, die die zukünftige Weiterbewirtschaftung und etwaige Entwicklungsmöglichkeiten des Betriebs erschweren. Zu den üblichen Problemen der Berglandwirte wie erhöhte Niederschläge und schwierigere Bodenverhältnisse erläutert der junge Landwirt die Schwierigkeit der Abgrenzung der Ausgleichszulage. Auch Betriebe mit besserer Lage bekämen diese, da die Auszahlung relativ pauschal getätigt werde.

Weiterhin sieht er die Abhängigkeit von Futterlieferanten und die erhöhten Pachtpreise in Berggebieten problematisch. Eine erhöhte Abwanderung der jungen Menschen sei in seiner Umgebung nicht der Fall, da diese immer noch sehr mit der Heimat und den Bergen verbunden seien.

Ökonomische Betrachtung der Betriebszweige

Bei der ökonomischen Auswertung des zweiten Betriebs werden die Ergebnisse der Landwirtschaft und der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof betrachtet.

Landwirtschaft

Im Folgenden wird der Erfolg des landwirtschaftlichen Betriebs mit wichtigen ökonomischen Kennzahlen wie Rentabilität, Stabilität und Liquidität dargestellt. Zur Orientierung wurden die Buchführungsergebnisse (Brutto) von 137 landwirtschaftlichen Vergleichsbetrieben des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten des Wirtschaftsjahres 2012/2013 verwendet (StMELF, 2013b). Bei den Vergleichsgruppen handelt es sich um Milchviehbetriebe, die im Haupterwerb bewirtschaftet werden und eine Milchleistung von mehr als 300.000 kg pro Betrieb und Jahr aufweisen. Die Betriebe befinden sich in den Alpen und im voralpinen Hügelland.

Nach StMELF (2013b) kann mit folgenden Werten kalkuliert werden:

- Erfolg (Gewinn/Verlust): 58.367 Euro
- Rentabilität (Gewinnrate): 22,9 %
- Stabilität (ordentliche Eigenkapitalveränderung): 5.445 Euro
- Liquidität (Cashflow III): 21.882 Euro

Urlaub auf dem Bauernhof

Als Datengrundlage für die Gewinnberechnung der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof dienen die Ergebnisse der Befragung des Betriebsleiters, KTBL-Plandaten sowie Schätzwerte (Frisch 2012, Büchl, 2014c). Die Einnahmen setzen sich folgendermaßen zusammen:

- **Ferienwohnung:** 130 Belegtage/Jahr x 50 Euro/Tag + 10 Tage/Jahr x 8 Euro Aufpreis pro zusätzlicher Person und Tag = 6.580 Euro
- **Doppelzimmer:** 2 Zimmer x 120 Belegtage x 20 Euro pro Bett und Tag = 9.600 Euro
- **Frühstück:** 185 Mahlzeiten x 7,50 Euro pro Person und Mahlzeit = 1.387,50 Euro

Die Gesamteinnahmen belaufen sich auf 17.567,50 Euro.

Bei den Betriebskosten wurde von 60 Heiztagen pro Jahr ausgegangen. Nach Abzug der Betriebs- und Nebenkosten (Tab. 3.46 und Tab. 3.47) ergibt sich ein Deckungsbeitrag in Höhe von 11.344,10 Euro (Tab. 3.48).

Tab. 3.46: Betrieb 2 – Betriebskosten der Ferienwohnung (Fewo) und der Doppelzimmer (DZ)

	Beleg-, Heiztage/Jahr	Zahl der Fewo bzw. DZ	Kosten/(Fewo bzw. Bett im DZ und Tag) [€]	Summe [€/Jahr]
Ferienwohnung				
Durchschn. Betriebskosten	130	1	9,20	1.196,00
Durchschn. Heizkosten	60	1	3,14	188,40
Doppelzimmer				
Durchschn. Betriebskosten	120	2	6,40	3.072,00
Durchschn. Heizkosten	60	2	0,64	77,00
Summe Betriebskosten				4.533,40

Tab. 3.47: Betrieb 2 – Nebenkosten der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

	Einheiten	Kosten/Einheit [€]	Kosten/Jahr [€]
Korrespondenz, Telefon			200,00
Fernseh-, Radiogebühren	2	71,88	143,76
Werbung			500,00
Versicherungen			180,00
Verpflegung (Frühstück)	185	3,60	666,00
Summe Nebenkosten			1.689,76

Die Finanzierung der Einrichtung im Wert von 15.000 Euro erfolgte vollständig aus Eigenkapital. Bei einem kalkulierten Zinssatz von 3 % ergibt sich ein Zinsanspruch von 450 Euro/Jahr. Die Abschreibung über zehn Jahre schlägt demnach mit 1.500 Euro jährlich zu Buche. Die Instandhaltungskosten wurden mit 2 % der Investitionskosten kalkuliert und betragen 300 Euro/Jahr. Somit ergeben sich Kapitalkosten von 2.250 Euro/Jahr.

Die Arbeitszeit für die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof liegt insgesamt bei 365 AKh/Jahr. Im Einzelnen setzt sie sich folgendermaßen zusammen:

- **Ferienwohnungen:** Bei einer Ferienwohnung mit 130 Belegtagen und 38 Arbeitszeitminuten pro Ferienwohnung und Tag fallen jährlich rund 82 AKh an.
- **Doppelzimmer:** Der Arbeitszeitbedarf für zwei Doppelzimmer mit 120 Belegtagen jährlich und 48 Arbeitszeitminuten pro Zimmer und Tag liegt bei 192 AKh/Jahr.
- **Sonstige Arbeitszeit:** Weiter fallen jährlich für Grundreinigung und dergleichen 79 AKh und für Management 20 AKh an.

In der in Tab. 3.48 dargestellten Gesamtberechnung ergibt sich ein Gewinnbeitrag der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof unter Berücksichtigung der Kapitalkosten und des Zinsanspruchs aus Eigenkapital von 9.544 Euro. Bei einer Gesamtarbeitszeit von 374 AKh/Jahr beträgt die Entlohnung 24,32 Euro/AKh.

Tab. 3.48: Betrieb 2 – Kalkulation der Entlohnung einer Arbeitskraftstunde bei der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

	Einheit	Betrag
Gesamteinnahmen	€Jahr	17.567,50
- Betriebskosten, Nebenkosten	€Jahr	6.223,40
= Deckungsbeitrag	€Jahr	11.344,40
- Kapitalkosten	€Jahr	2.250,00
= Einkommensbeitrag aus nicht entlohnter Arbeit pro Jahr	€Jahr	9.094,40
+ Zinsanspruch aus Eigenkapital	€Jahr	450,00
= Gewinnbeitrag der Einkommenskombination	€Jahr	9.544,40
Arbeitszeitbedarf gesamt	AKh/Jahr	374
- Arbeitszeit der entlohnten Arbeitskräfte	AKh/Jahr	-
= Arbeitszeit der nicht entlohnten Arbeitskräfte	AKh/Jahr	374
= Entlohnung der eingesetzten Arbeitszeit	€AKh	24,32

Vergleich der Betriebszweige

In Betrieb 2 werden die Gewinnbeiträge und die Arbeitszeit in der Landwirtschaft mit denen beim Urlaub auf dem Bauernhof verglichen. Bei der Berechnung des Gewinnbeitrags aus der Landwirtschaft wurde ein Arbeitszeitaufwand je Kuh und Jahr von 50 AKh angenommen (Dorfner und Frank, 2013). Multipliziert mit der Anzahl an Milchkühen auf dem Betrieb (65 Tiere) ergibt sich eine Gesamtarbeitszeit von 3.250 AKh pro Jahr.

Tab. 3.49: Betrieb 2 – Ökonomischer Vergleich der Landwirtschaft mit der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof (Frisch, 2012, Dorfner und Frank, 2013; Büchl, 2014c)

Betriebszweig bzw. Einkommenskombination	Gewinnbeitrag pro Jahr		Arbeitszeit pro Jahr		Entlohnung der Arbeitszeit [€AKh]
	[€]	[%]	[AKh]	[%]	
Landwirtschaft	58.366,59	85,95	3.250	89,68	17,96
Urlaub auf dem Bauernhof	9.544,40	14,05	374	10,32	24,32
Summe	67.910,99		3.624		

Abb. 3.27 und Abb. 3.28 stellen die Gewinnbeiträge und die Arbeitszeitsituation der Landwirtschaft und der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof von Betrieb 2 grafisch dar.

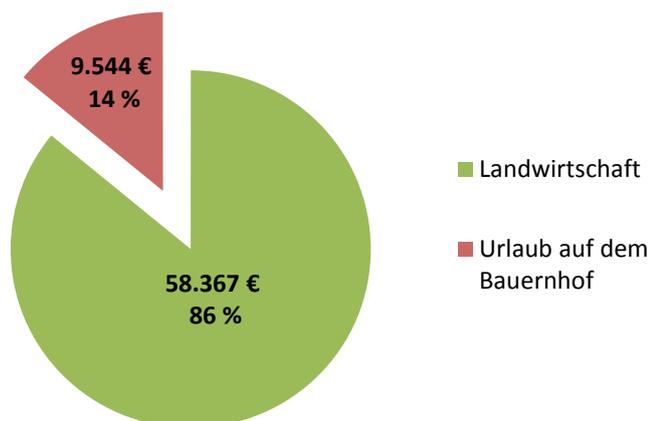


Abb. 3.27: Betrieb 2 – jährliche Gewinnbeiträge der Landwirtschaft und der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

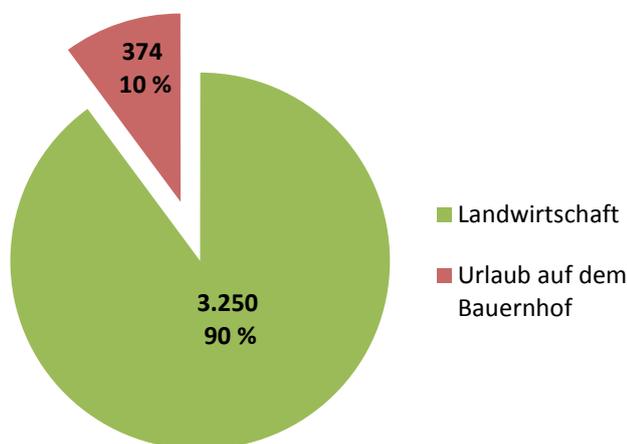


Abb. 3.28: Betrieb 2 – jährliche Arbeitszeit in Stunden in der Landwirtschaft und der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

Beim Vergleich der beiden Einkommensalternativen ergibt sich der Hauptbeitrag zum Betriebseinkommen mit einem Anteil von 85,95 % aus der Landwirtschaft (58.367 Euro). Die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof trägt lediglich mit 9.544 Euro (dies entspricht 14,05 %) zum Gewinn bei. Für die Landwirtschaft werden insgesamt Arbeitskapazitäten von 3.250 AKh pro Jahr benötigt, für die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof 374 AKh.

Rentabilität, Liquidität und Stabilität

In Milchviehbetrieben bewegt sich die Gewinnrate zwischen 20 und 30 % (Schmidtlein, 2013). Der Beispielbetrieb 2 liegt mit einer Gewinnrate von 22,9 % im durchschnittlichen Bereich.

Im vorliegenden Fall beträgt der Cashflow III 21.882 Euro. Im Vergleich zu den Auswertungen der Buchführungsergebnisse aus dem Zeitraum 2011/2012 von Schmidtlein (2013) liegt der Betrieb 2 etwa zwischen den Liquiditätsstufen eins „nicht gefährdet“ und zwei „leicht gefährdet“. Hinsichtlich der ordentlichen Eigenkapitalveränderung kann der Betrieb 2 mit 5.445 Euro in etwa zwischen den Bereichen „leicht gefährdet“ und „gefährdet“ eingeordnet werden. Tab. 3.50 zeigt die Kenndaten in der Gefährdungsskala von Schmidtlein (2013).

Tab. 3.50: Betrieb 2 – Vergleich von Stabilität und Liquidität (eigene Darstellung in Anlehnung an Schmidlein (2013))

Merkmal	Liquiditätsstufen			
	1 – nicht gefährdet	2 – leicht gefährdet	3 – gefährdet	4 – existenzgefährdet
Cashflow III [€]	50.601,00	24.098,00	1.554,00	- 18.127,00
Ordentliche Eigenkapitalbildung [€]	36.612,00	10.385,00	- 4.451,00	- 18.595,00

Schmidlein (2013) bezeichnet die Liquidität der Betriebe, die sich in Stufe zwei befinden, als „derzeit noch gut“. Fallen im Betrieb finanziell bedeutendere Nettoinvestitionen an, sollten jedoch im Vorfeld umfangreichere Prüfungen hinsichtlich der Finanzierung getätigt werden (Schmidlein, 2013).

Die Situation hinsichtlich der ordentlichen Eigenkapitalbildung in der Liquiditätsstufe zwei beschreibt Schmidlein als „durchaus zufriedenstellend“. Werden Betriebe als „gefährdet“ eingestuft, treten vermehrt Schwierigkeiten bei Investitionen auf. Insbesondere größere Anschaffungen mit einem hohen Anteil an Fremdkapital sind für landwirtschaftliche Betriebe vielfach nicht tragbar.

3.5.5.4.3 Betrieb 3

Betrieb 3 befindet sich östlich vom Schliersee am Rande eines Dorfes in Hanglage. Durch die Betriebsstätte hindurch führt ein viel genutzter Wanderweg. Diverse Ausflugsziele für Touristen befinden sich, ausgehend vom Hof in wenigen Kilometer Entfernung. Aufgrund der Lage und der geringen Schneesicherheit setzen sich die Feriengäste des Betriebs hauptsächlich aus Wanderern und weniger aus Winterurlaubern zusammen. Datengrundlage ist die Befragung des Betriebsleiters (Büchl, 2014d).

Der Betrieb wird vom Betriebsleiterehepaar und den Eltern des Landwirts geführt. Der Betriebsleiter bewirtschaftet zusammen mit seinem Vater den landwirtschaftlichen Betrieb und arbeitet zudem als Garten- und Landschaftsbauer. Die Betriebsleiterin ist gelernte Bankkauffrau, jedoch aufgrund der beiden Kinder, fünf und zwei Jahre alt, derzeit Hausfrau und hauptsächlich für die Erziehung zuständig.

Die Ferienwohnungen gehören zum Aufgabenbereich der Großmutter und der Betriebsleiterin. Da die Großeltern noch relativ jung und gesundheitlich fit sind, sind sie als Vollzeitarbeitskräfte auf dem Hof tätig. Die Melkarbeiten werden von den vier Arbeitskräften gemeinsam erledigt.

Betriebssituation und Diversifizierung

Am Hof werden derzeit etwa 39 Milchkühe mit 8.000 l Milch pro Tier und Jahr sowie eigener Nachzucht gehalten. Der Haupterwerbsbetrieb bewirtschaftet 72 ha, wovon 50 ha landwirtschaftlich und 22 ha forstwirtschaftlich genutzt werden.

Derzeit wird ein neuer Milchviehstall errichtet und auf 58 Tiere erweitert. Der alte Anbindestall wurde in den 1970er-Jahren erbaut und ist mittlerweile stark veraltet. Durch vier enge Gänge ist der Einsatz eines Futtermischwagens nicht möglich, was eine arbeits- und zeitintensive Fütterung der Tiere bedeutet. Der Neubau soll der Arbeitserleichterung dienen und die Zukunft der Landwirtschaft als Hauptbetriebszweig sichern. Finanzielle Investitionen durch frei werdende Mittel tätigt das Betriebsleiterehepaar hauptsächlich im landwirtschaftlichen Bereich.

Auf der Alm, die etwa 30 ha umfasst und zwischen dem Wendelstein und dem Breitenstein liegt, wird das Jungvieh in den Sommermonaten gehalten. Bewirtschaftet wird die Alm ge-

meinsam mit drei weiteren Betrieben. Von Juli bis September versorgt eine Sennerin die Tiere und organisiert selbstständig einen kleineren Brotzeitverkauf für Wanderer.

Das Zusatzeinkommen erwirtschaftet die Familie durch die Vermietung von drei Ferienwohnungen für zwei bis fünf Personen und einem Doppelzimmer. Falls gewünscht, können Feriengäste zudem in der gemeinsamen Stube gegen Aufpreis frühstücken.

Der Trend geht eher hin zu Ein-Kind-Familien und Kurzzeitaufenthalten von durchschnittlich sechs Tagen. Kinderfreundliche Angebote wie Tiere (Hasen, Pferde, Ziegen, Katzen) und die Möglichkeit, im Stall mitzuarbeiten oder beim Almauf- und Abtrieb dabei zu sein, begünstigen die Wahl des Betriebs als Urlaubsziel für Familien.

Um die nötigen Anforderungen für Zertifizierungen zu erfüllen, wurden die Ferienwohnungen und das Doppelzimmer erst vor Kurzem renoviert. Die Familie schließt nicht aus, die Einkommenskombination in naher Zukunft auszubauen, um neue Perspektiven zu schaffen.

Hinsichtlich der Landwirtschaft nennt die Betriebsleiterin als Hauptprobleme den stetigen Druck zu immer mehr Wachstum sowie die Abhängigkeit von Futterlieferanten. Der steigende Freizeitanspruch der Verbraucher beeinflusst die Verfügbarkeit der Flächen maßgeblich und führe zu steigenden Pachtpreisen.

Weiter werde durch die Hanglagen die Bewirtschaftung des Betriebs erschwert, da der Einsatz von Maschinen und Traktoren oft nicht möglich sei. Berglandwirtschaft sei trotz fortschreitender Entwicklung nach wie vor gefährlich. Körperlich beanspruchende und zeitintensive Handarbeiten auf den Wiesen und im Stall führen dazu, dass vom Betriebsleiterehepaar und den Großeltern weniger Zeit für sonstige Tätigkeiten zur Verfügung steht. Bei einem krankheitsbedingten Ausfall einer Arbeitskraft führt dies gemäß der Betriebsleiterin zu erheblichen Arbeitsspitzen, die von den weiteren Familienmitgliedern nicht tragbar wären.

Zusatzangebote, wie beispielsweise Führungen für Schulklassen auf dem Bauernhof, können aufgrund zeitlicher Engpässe nicht angeboten werden. Da die Familie aus betriebswirtschaftlichen Gründen eine Erweiterung der Einkommenskombination in Erwägung zieht, steigt vor allem der Arbeitsaufwand für die Betriebsleiterin. Es entsteht ein Interessenskonflikt zwischen dem Betrieb und der beruflichen Zukunft der Mutter, die derzeit ihrem erlernten Beruf Bankkauffrau aufgrund der Mehrbelastung durch Kinder und Betrieb nicht nachgehen kann. Würde die Einkommenskombination erweitert werden, käme ein Wiedereinstieg ins Berufsleben für die Betriebsleiterin nicht mehr infrage.

In Bezug auf die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof ist das derzeitige Klassifizierungssystem in diesem Betrieb mit erheblichem Mehraufwand und Mehrkosten für die Familie verbunden. Um das gewünschte Klassifizierungsergebnis zu erreichen, müssen in immer kürzer werdenden Zeitabständen die Ferienwohnungen und -zimmer renoviert und die Ausstattungen verbessert werden. Der ursprüngliche Gedanke, mit dem System der Klassifizierung die Betriebe unter anderem mit Hotels vergleichbar zu machen und den Anbietern von Urlaub auf dem Bauernhof somit Vorteile in der Tourismusbranche zu verschaffen, hat sich mittlerweile zu einer hohen finanziellen Belastung entwickelt. Dass diese Entwicklung den Tourismus generell und die Belegung der eigenen Unterkünfte fördert, bezweifelt die Familie.

Das oben genannte Zeitproblem spielt auch in der Landwirtschaft eine tragende Rolle. Nutzen die Feriengäste den Wanderweg durch den Hof, erleben sie die Arbeit auf dem Betrieb automatisch mit. Deshalb legt die Familie großen Wert auf Sauberkeit, sowohl im Stall als auch auf der gesamten Hofstätte. Dieser Mehraufwand wie auch die Arbeitsbelastung in der Landwirtschaft lässt die Zeit auf Betrieb 3 zum begrenzenden Faktor werden.

Weiterhin erschwert der Interessenskonflikt zwischen Landwirtschaft und Einkommenskombination die Weiterentwicklung der einzelnen Betriebszweige. Um das Einkommen der Familie zukünftig zu sichern, ist eine Erweiterung der Einkommenskombination unumgänglich. In diesem Fall müssen beispielsweise Freizeitflächen für die Feriengäste zur Verfügung gestellt und so Areale zum Nachteil der Landwirtschaft aufgegeben werden.

Für die Familie ist Aufklärungsarbeit über die Landwirtschaft vor allem bei Kindern besonders wichtig. Das Angebot, Feriengäste am Hof mitarbeiten zu lassen sowie landwirtschaftliche Hintergründe zu erläutern, führt zu weiteren zeitlichen Belastungen.

Ökonomische Betrachtung der Betriebszweige

In Betrieb 3 fließen die Buchführungsergebnisse aus der Landwirtschaft sowie den Einkommenskombinationen Garten- und Landschaftsbau und Urlaub auf dem Bauernhof in die Kalkulationen ein.

Landwirtschaft

Wie auch bei den vorangegangenen Betrieben wurden der Gewinn aus der Landwirtschaft und die betriebswirtschaftlichen Kennzahlen zur Rentabilität, Stabilität und Liquidität betrachtet. Als Grundlage dienten aufgrund der gleichen betrieblichen Ausgangssituation die Buchführungsergebnisse, die in Betrieb 2 verwendet wurden (StMELF 2013b):

- Erfolg (Gewinn/Verlust): 58.367 Euro
- Rentabilität (Gewinnrate): 22,9 %
- Stabilität (ordentliche Eigenkapitalveränderung): 5.445 Euro
- Liquidität (Cashflow III): 21.882 Euro

Garten- und Landschaftsbau

Für die Ermittlung des Einkommensbeitrags aus dem Garten- und Landschaftsbau wurden gemäß den Angaben des Statistischen Bundesamts (2014) der Bruttoverdienst einer Vollzeit beschäftigten Person im Baugewerbe mit durchschnittlich 3.037 Euro pro Monat zugrunde gelegt. Jährlich ergeben sich auf dieser Grundlage (auf zwölf Monate bezogen) 36.438 Euro Einkommensbeitrag für den Betrieb. Ausgehend von einer Arbeitszeit von 40 Stunden pro Woche und einer Gesamtarbeitszeit von 2.080 Stunden pro Jahr errechnet sich eine Entlohnung je Arbeitsstunde in Höhe von 17,52 Euro.

Urlaub auf dem Bauernhof

Bei der Berechnung des Gewinns aus der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof des Betriebs 3 dienen die Befragung des Betriebsleiters, Plandaten aus der KTBL und Schätzwerte als Grundlage (Frisch, 2012; Büchl, 2014d).

Die Einnahmen betragen bei Berücksichtigung von 117 Belegtagen je Einheit und Jahr und einem Preis von 40 Euro je Ferienwohnung und Tag sowie von 44 Euro je Doppelzimmer und Tag (zwei Personen) 24.436 Euro (Tab. 3.51). Bei der Berechnung des Frühstücks wird der Faktor 0,5 angenommen. Bei 1.658 Gästen pro Jahr insgesamt entspricht dies circa 800 Frühstücksmahlzeiten.

Tab. 3.51: Betrieb 3 – Einnahmen aus den Ferienwohnungen (Fewo) und dem Doppelzimmer (DZ)

	Belegtage/Jahr	Preis pro Tag bzw. pro Bett u. Tag [€]	Aufpreis pro zusätzliche Person u. Tag [€]	Tage/Jahr	Summe [€/Jahr]
Ferienwohnungen					
Fewo 1	117	40,00	5,00	10	4.730,00
Fewo 2	117	40,00	5,00	10	4.730,00
Fewo 3	117	40,00			4.680,00
Ferienzimmer					
DZ 1	117	44,00			10.296,00
Summe Einnahmen					24.436,00
Einnahmen aus dem Frühstücksservice (800 x 7,50 €)					6.000,00
Einnahmen gesamt					30.436,00

Für die Gesamtrechnung wurden Betriebs- (Tab. 3.52), Neben- (Tab. 3.53) und Kapitalkosten bzw. der Zinsanspruch aus dem Eigenkapital (Tab. 3.54) ermittelt. Die Summe der Kapitalkosten von 7.350 Euro beinhaltet außerdem Abschreibung und Instandhaltung:

- Die investierten 45.000 Euro für die Einrichtung werden über zehn Jahre abgeschrieben und verursachen somit Kosten von 4.500 Euro/Jahr.
- Für die Instandhaltung wurde pauschal mit 2 % der Investitionssumme kalkuliert; dies entspricht 900 Euro.

Tab. 3.52: Betrieb 3 – Betriebskosten der Ferienwohnungen (Fewo) und des Doppelzimmers (DZ)

	Beleg-, Heiztage/Jahr	Zahl der Fewo bzw. DZ	Preis/(Fewo bzw. Bett im DZ und Tag) [€]	Summe [€/Jahr]
Ferienwohnung				
Durchschn. Betriebskosten	117	3	9,20	3.229,20
Durchschn. Heizkosten	60	3	3,14	565,20
Doppelzimmer				
Durchschn. Betriebskosten	117	1	6,40	1.497,60
Durchschn. Heizkosten	60	1	0,64	38,40
Summe Betriebskosten				5.330,40

Tab. 3.53: Betrieb 3 – Nebenkosten der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

	Einheiten	Kosten/Einheit [€]	Kosten/Jahr [€]
Korrespondenz, Telefon			200,00
Fernseh-, Radiogebühren	3	71,88	215,64
Werbung			750,00
Versicherungen			300,00
Verpflegung (Frühstück)	800	3,60	2.880,00
Summe Nebenkosten			4.345,64

Tab. 3.54: Betrieb 3 – Kapitaleinsatz für die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

	Kapitaleinsatz [€]	Zinssatz [%]	Kapitalkosten bzw. Zinsanspruch [€]
Eigenkapital	25.000,00	3	750,00
Fremdkapital	20.000,00	6	1.200,00
Summe [€]			1.950,00

Der Arbeitszeitbedarf für die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof ist in Tab. 3.55 dargestellt. Schließlich errechnet sich ein Gewinnbeitrag dieser Einkommenskom-

bination in Tab. 3.55 des Betriebs 3 von 8.160 Euro (Tab. 3.56). Pro Arbeitsstunde ergibt sich bei einem Arbeitseinkommen von 7.410 Euro eine Entlohnung von 12,82 Euro.

Tab. 3.55: Betrieb 3 – Arbeitszeitbedarf der nicht entlohnten Arbeitskraft für die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

	Belegtage	Zahl der Fewo bzw. DZ	Arbeitszeit pro Tag und Fewo bzw. DZ [AKmin]	Arbeitszeit pro Jahr [AKh]
Ferienwohnungen (Fewo)	117	3	38	222
Doppelzimmer (DZ)	117	1	46	90
Arbeitszeit für Sonstiges (Grundreinigung, Schönheitsreparaturen)				93
Arbeitszeit für das Management, Freizeitleistungen usw.				173
Summe Arbeitszeit				578

Tab. 3.56: Betrieb 3 – Kalkulation der Entlohnung einer Arbeitskraftstunde in der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

	Einheit	Betrag
Gesamteinnahmen	€Jahr	24.436,00
- Betriebskosten, Nebenkosten	€Jahr	9.676,04
= Deckungsbeitrag	€Jahr	14.759,96
- Kapitalkosten	€Jahr	7.350
= Einkommensbeitrag aus nicht entlohnter Arbeit pro Jahr	€Jahr	7.409,96
+ Zinsanspruch aus Eigenkapital	€Jahr	750,00
= Gewinnbeitrag der Einkommenskombination	€Jahr	8.159,96
Arbeitszeitbedarf gesamt	AKh/Jahr	578
- Arbeitszeit der entlohnten Arbeitskräfte	AKh/Jahr	-
= Arbeitszeit der nicht entlohnten Arbeitskräfte	AKh/Jahr	578
= Entlohnung der eingesetzten Arbeitszeit	€AKh	12,82

Vergleich der Betriebszweige

Gemäß Dorfner und Frank (2013) wird ein Arbeitszeitaufwand je Kuh und Jahr von 50 AKh angenommen. Wie auch in Betrieb 2 wird die Anzahl der Milchkühe (58 Kühe ab 2014) mit dem Arbeitszeitaufwand multipliziert. Der Gewinnbeitrag pro Jahr von 58.367 Euro, dividiert durch die errechnete Arbeitszeit pro Jahr von 2.900 AKh, ergibt eine Entlohnung von 20,13 Euro/AKh für die nicht entlohnten Arbeitskräfte.

Tab. 3.57: Betrieb 3 – Ökonomischer Vergleich der Landwirtschaft mit den Einkommensalternativen Garten- und Landschaftsbau sowie Urlaub auf dem Bauernhof (Frisch, 2012, Dorfner und Frank, 2013; Büchl, 2014d)

Betriebszweig bzw. Einkommenskombination	Gewinnbeitrag pro Jahr		Arbeitszeit pro Jahr		Entlohnung der Arbeitszeit [€AKh]
	[€]	[%]	[AKh]	[%]	
Landwirtschaft	58.366,59	56,69	2.900	52,18	20,13
Garten- und Landschaftsbau	36.438,00	35,39	2.080	37,42	17,52
Urlaub auf dem Bauernhof	8.159,96	7,93	578	10,40	12,82
Summe	102.964,55		5.558		

Der Sachverhalt wird in Abb. 3.29 und Abb. 3.30 dargestellt. Mit 58.367 Euro oder 56,69 % bringt die Landwirtschaft den größten Anteil am Gesamtgewinn des Betriebs in Höhe von 102.965 Euro ein. Etwa ein Drittel des Betriebseinkommens wird durch die Tätigkeit des Betriebsleiters im Garten- und Landschaftsbau erwirtschaftet und 8.160 Euro stammen aus der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof. Entsprechend nehmen die Betriebszweige Landwirtschaft und Garten- und Landschaftsbau mit 2.900 und 2.080 Stunden auch wesentliche Anteile an der Arbeitszeit ein.

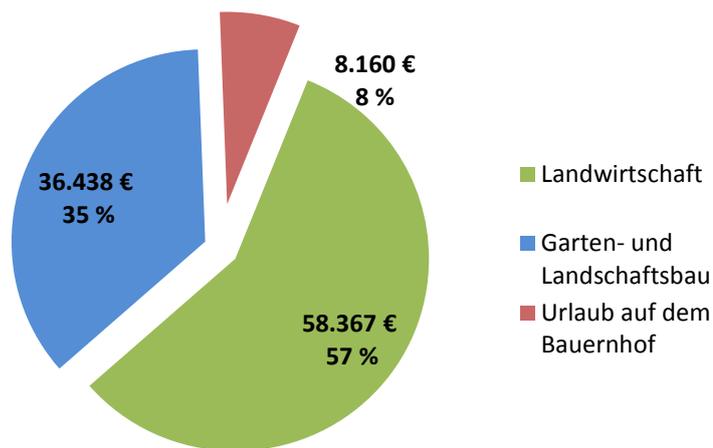


Abb. 3.29: Betrieb 3 – jährliche Gewinnbeiträge der Landwirtschaft, des Garten- und Landschaftsbaus und der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

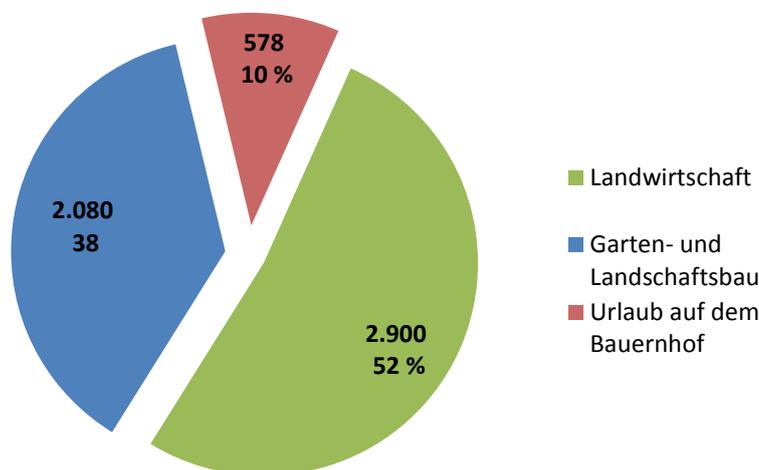


Abb. 3.30: Betrieb 3 – jährliche Arbeitszeit in Stunden in der Landwirtschaft sowie im Garten- und Landschaftsbau und in der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

3.5.5.4.4 Betrieb 4

Betrieb 4 befindet sich ebenfalls in der Alpenregion Tegernsee-Schliersee. Der Grünlandbetrieb mit ökologischer Bewirtschaftung hat seinen Standort in Einzellage etwa 3 km von der nächsten Ortschaft entfernt. Zur Vorstellung und Bewertung dieses Betriebs wird auf Informationen aus dem Interview mit dem Betriebsleiter zurückgegriffen (Büchl, 2014e).

Die Arbeitskräfte des vierten Betriebs setzen sich aus dem Betriebsleiterehepaar und den Eltern des Betriebsleiters zusammen. Der Betriebsleiter ist gelernter Landwirt und Schreiner und seine Frau hat eine Ausbildung zur Bankkauffrau.

Die Versorgung der Schafe gehört zum Aufgabengebiet der Betriebsleiterin, Feldarbeiten zum Aufgabenbereich des Manns. Der Betriebsleiter ist zudem als Schreiner tätig. Die Ferienwohnung obliegt der Verantwortung der Mutter des Betriebsleiters.

Betriebssituation und Diversifizierung

Bis zum Jahr 1992 hielt die Familie Milchkühe, die aus kostenwirtschaftlichen Gründen aufgegeben wurden. 2004 stand das Betriebsleiterehepaar vor der Entscheidung, die Landwirt-

schaft entweder komplett aufzugeben und sich auf die Schreinerei sowie das Einkommen aus Ferienwohnungen zu konzentrieren oder hinsichtlich der Landwirtschaft Investitionen zu tätigen und diese neu aufzubauen. Der Entschluss fiel zugunsten einer ökologischen Bewirtschaftung der Flächen im Nebenerwerb (etwa 12 ha).

Aufgrund der Lage der Grünlandflächen am Hang entschied sich das Ehepaar 2011, eine Milchschaferherde aufzubauen. Derzeit hält der Betrieb etwa 58 Schafe und Lämmer bis zu einem Jahr, circa 54 Mutterschafe sowie einen Schafbock. 2013 schloss sich der Betriebsleiter mit etwa zehn weiteren ziegen- und schafhaltenden Biolandwirten zusammen.

Die Schaf- und Ziegenmilch wird an eine kleine Molkerei im Kreis Rosenheim geliefert, die sich derzeit im Aufbau befindet. Ziel der Gemeinschaft ist es, die Schaf- und Ziegenhaltung zu erweitern und die Milchproduktion zu steigern. Die Vermarktung ist derzeit noch relativ unklar, soll sich jedoch in Richtung Feinkostläden, Gastronomie und kleineren Käsetheken bewegen. Hauptsächlich soll die Schaf- und Ziegenmilch zu Käse verarbeitet werden. Auf die Lammfleischvermarktung entfällt nur ein geringer Anteil am Gesamteinkommen durch die Schafhaltung.

Bis vor kurzem bot die Familie drei Ferienwohnungen zur Vermietung an Urlauber an. Aufgrund der Übernahme durch den Sohn und des damit einhergehenden privaten Bedarfs wurden zwei der Wohnungen aufgegeben. Die Gäste bestehen meist aus Familien, da sich der Hof besonders für Kinder anbietet. Senioren besuchen den Hof hauptsächlich wegen der ruhigen Lage. Verluste verzeichnet der Betrieb seit der Umstrukturierung in Bezug auf Familien oder Paare, die mit befreundeten Familien oder Paaren verreisen, da sich das Angebot auf nur noch eine Ferienwohnung beschränkt.

Die Produktion von Schafmilch befindet sich aktuell noch in der Entwicklung. Es gibt derzeit im engeren Umfeld nur wenige, vor allem kleinere schaf- oder ziegenhaltende landwirtschaftliche Betriebe. Zudem ist die Milchleistung der Tiere im Vergleich zu Milchkühen sehr gering. Die Erfassung der Milch stellt eine zeit- und kostenintensive Herausforderung dar. Die Transportkosten müssen letztendlich auf die Produktmenge und somit auf den Endverbraucher umgewälzt werden.

Weiterhin steht noch kein konkretes Vermarktungskonzept für die Produkte (Käse, sonstige Erzeugnisse) fest. Um dieses aufzubauen, sind weitere finanzielle Investitionen nötig, die mit einem hohen Risiko verbunden sind. Die derzeitigen Ideen bezüglich der Vermarktung der Milchprodukte basieren auf idealistischen Vorstellungen der Landwirte ohne konkrete Zielvereinbarungen. Zudem stellt das fehlende Marketing- und Finanzwissen der Landwirte in Bezug auf die Vermarktung ein Problem dar.

Hinsichtlich der Ferienwohnung belasten die „leeren Monate“, meist von November bis April, die Familie finanziell. In diesem Zeitraum können Anbieter von Urlaub auf dem Bauernhof wie Betrieb 4, die nicht unmittelbar in Wintersportgebieten liegen, nicht mit einem Zusatzeinkommen aus der Einkommenskombination rechnen.

Ökonomische Betrachtung der Betriebszweige

Das Betriebsergebnis von Betrieb 4 setzt sich aus der Landwirtschaft sowie den Einkommen aus der Schreinerei und dem Angebot von Urlaub auf dem Bauernhof zusammen.

Landwirtschaft

Da sich die Milchschaferhaltung als weitere Einkommensquelle noch im Aufbau befindet, liegen hierzu bislang keine betriebswirtschaftlichen Daten vor. Um den Betriebszweig jedoch mit den Einkommenskombinationen vergleichen zu können, wird auf eine Wirtschaftlichkeitsrechnung für eine ähnliche Betriebssituation zurückgegriffen. Der Beispielbetrieb hält 42

Mutterschafe mit einem Drittel Jungschafen. Die angenommenen Einnahmen, Preise und Kosten sind sehr vorsichtig gewählt und beruhen teilweise auf Schätzwerten. Folgende Anmerkungen sind zu beachten (Huber, 2011):

- Der Verkauf ab Hof und der Eigenbedarf fließen nicht in die Einnahmen mit ein.
- Als Verkaufspreise für Schaf- und Lammfleisch wurden Durchschnittswerte für andere Rassen angenommen.
- Es wurden 170 % Zuwachs angenommen.
- Der Maschinenverschleiß sowie die Kosten des privaten Fuhrparks wurden nicht berücksichtigt.
- Für weiteren Arbeitskräftebesatz (Familienmitglieder) wurden keine Arbeitskosten berechnet.

Die Einnahmen aus der Landwirtschaft setzen sich aus dem Verkauf von Milch, Wolle und Lammfleisch zusammen (Tab. 3.58). Das Milchgeld von den 54 Milchschafern bringt 23.436 Euro ein. Bei der Berechnung der Einkünfte aus dem Verkauf der Wolle wurde zusätzlich der Schafbock berücksichtigt (entspricht 55 Tieren). Für die Kalkulation der Einnahmen aus dem Verkauf der Lämmer wurde ein durchschnittlicher Preis von 1,60 Euro/kg angenommen (bis zu einem Lebendgewicht von 50 kg). Bei einer Nachzucht von 170 % werden somit 91,8 Lämmer verkauft. Die Milchschaferhaltung ergibt insgesamt Einnahmen in Höhe von 31.106 Euro.

Tab. 3.58: Betrieb 4 – Einnahmen aus der Schafhaltung (Huber, 2011; Büchl, 2014e)

	Anzahl Tiere	Ertrag pro Tier und Jahr bzw. Lebendgewicht [l bzw. kg]	Preis [€/l bzw. kg]	Summe [€/Jahr]
Milch	54	350	1,24	23.436,00
Wolle	55	3,95	1,50	325,88
Lammfleisch	91,8	50	1,60	7.344,00
Summe Einnahmen				31.105,88

In Tab. 3.59 sind die Kosten für die Schafhaltung zusammengestellt. Sie basieren auf Schätzdaten des Beispielbetriebs. Dabei wurde ein Drittel der Jungschafe berücksichtigt. Pachtkosten und Kosten für Milchaustauscher (aufgrund der ökologischen Bewirtschaftung) fallen im befragten Betrieb 4 nicht an.

Tab. 3.59: Betrieb 4 – Kosten für die Schafhaltung (Huber, 2011; Büchl, 2014e)

	Kosten [€/Jahr]
Wasser und Strom	1.702,38
10 % der Umbaukosten	196,43
10 % der Melkanlage	130,95
10 % der Kühlung	65,48
10 % des Lämmertränkeautomaten	196,43
10 % des Zaunpreises	327,38
10 % des Kaufwerts der Zuchttiere	720,24
Jährlicher Zuchtbockwechsel	654,76
Sonstige Aufwendungen	654,76
Schafscherer	301,19
Futterkosten (Hafer, Trockenschnitzel, Rüben usw.)	4.845,24
Lecksteine, Salz und Medikamente	654,76
Tierarzt	392,86
Lämmerkorn	720,24
Versicherungen	916,67
Summe Ausgaben	12.479,77

Der Gewinnbeitrag pro Jahr beläuft sich auf 18.625 Euro (Tab. 3.60). Der Arbeitszeitaufwand in Arbeitskraftstunden pro Tier und Jahr beträgt gemäß LfULG (2004) 51,68 Stunden. Bei 55 Tieren ergibt sich somit eine Gesamtarbeitszeit von rund 2.842 AKh jährlich. Die Arbeitszeit für die Nachzucht wurde bei der Berechnung des jährlichen Gesamtarbeitszeitaufwands nicht berücksichtigt. Wird der Gewinnbeitrag durch den Arbeitszeitaufwand dividiert, ergibt sich eine Entlohnung der eingesetzten Arbeitszeit in Höhe von 6,55 Euro/AKh.

Tab. 3.60: Betrieb 4 – Kalkulation der Entlohnung einer Arbeitskraftstunde in der Schafhaltung (Huber, 2011; Büchl, 2014e)

	Einheit	Betrag
Einnahmen	€/Jahr	31.105,88
- Ausgaben	€/Jahr	12.479,77
= Gewinnbeitrag der Schafhaltung	€/Jahr	18.625,31
Arbeitszeitbedarf gesamt	AKh/Jahr	2.842,40
= Entlohnung der eingesetzten Arbeitszeit	€/AKh	6,55

Schreinerei

Die Tätigkeit als Schreiner wird nach Angaben des Statistischen Bundesamts (2014) dem Baugewerbe zugeordnet und ein Bruttoeinkommen von durchschnittlich 3.036,50 Euro pro Monat bei einer Gesamtarbeitszeit von 2.080 Stunden pro Jahr unterstellt (40 Stunden pro Woche). Demnach erwirtschaftet der Betriebsleiter 36.438 Euro/Jahr durch seine Tätigkeit als Schreiner. Dies entspricht einer Entlohnung seiner Arbeitszeit von 17,52 Euro/AKh.

Urlaub auf dem Bauernhof

Bei durchschnittlich 150 Belegtagen pro Jahr und einem Preis von 60 Euro pro Tag sowie zehn Tagen jährlich mit 8 Euro pro zusätzlicher Person summieren sich die Einkünfte auf 9.080 Euro jährlich. Die Betriebskosten wurden mit 1.568,40 Euro kalkuliert (Tab. 3.61) und die Nebenkosten auf 750 Euro, wobei sich Letztere aus Korrespondenz und Telefon (200 Euro), Werbung (500 Euro) und Versicherungen (50 Euro) zusammensetzen.

Tab. 3.61: Betrieb 4 – Betriebskosten der Ferienwohnung

	Beleg-, Heiztage/Jahr	Zahl der Fewo	Preis/(Fewo und Tag) [€]	Summe [€/Jahr]
Durchschn. Betriebskosten	150	1	9,20	1.380,00
Durchschn. Heizkosten	60	1	3,14	188,40
Summe Betriebskosten				1.568,40

Der Kapitalaufwand für die Ferienwohnung war mit 25.000 Euro relativ gering, weil Investitionen lediglich in die Einrichtung und Installation erfolgten. Die Investitionen wurden aus Eigenkapital getätigt, sodass bei einem Zinsansatz von 3 % ein Zinsanspruch von 750 Euro jährlich entsteht. Die Errechnung der Kapitalkosten zeigt Tab. 3.62.

Tab. 3.62: Betrieb 4 – Kapitalkosten für die Ferienwohnung

	Investitionskosten [€]	Abschreibung [%]	Kosten/Jahr [€]
Umbau	–	–	–
Installationen	5.000,00	5	250,00
Einrichtung	20.000,00	10	2.000,00
Summe	25.000,00		2.250,00
Instandhaltung (2 % der Investitionen)			500,00
Summe Kosten			2.750,00
Zinsanspruch für Eigenkapital			750,00
Summe Kapitalkosten			3.500,00

Bei 150 Belegtagen der Ferienwohnung und 38 Minuten Arbeitszeitbedarf pro Tag fallen 95 AKh pro Jahr an. Zusammen mit den jährlich anfallenden 20 AKh für Grundreinigung usw. sowie die 20 AKh für Management und Freizeitleistungen summiert sich die Gesamtarbeitszeit für die Ferienwohnung auf 135 AKh/Jahr. In der Gesamtrechnung ergibt sich eine Entlohnung der eingesetzten Arbeitszeit in Höhe von 24,16 Euro/AKh bei einem Gewinnbeitrag in Höhe von 4.012 Euro (Tab. 3.63).

Tab. 3.63: Betrieb 4 – Kalkulation der Entlohnung einer Arbeitskraftstunde in der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

	Einheit	Betrag
Gesamteinnahmen	€Jahr	9.080,00
- Betriebskosten, Nebenkosten	€Jahr	2.318,40
= Deckungsbeitrag	€Jahr	6.761,60
- Kapitalkosten	€Jahr	3.500,00
= Einkommensbeitrag aus nicht entlohnter Arbeit pro Jahr	€Jahr	3.261,60
+ Zinsanspruch aus Eigenkapital	€Jahr	750,00
= Gewinnbeitrag der Einkommenskombination	€Jahr	4.011,60
Arbeitszeitbedarf gesamt	AKh/Jahr	135
- Arbeitszeit der entlohten Arbeitskräfte	AKh/Jahr	-
= Arbeitszeit der nicht entlohten Arbeitskräfte	AKh/Jahr	135
= Entlohnung der eingesetzten Arbeitszeit	€AKh	24,16

Vergleich der Betriebszweige

In Tab. 3.64 werden die Gewinnbeiträge sowie Arbeitszeiten der drei Betriebszweige verglichen. Die Abb. 3.31 und Abb. 3.32 stellen die Zusammenhänge grafisch dar.

Tab. 3.64: Betrieb 4 – Ökonomischer Vergleich der Landwirtschaft mit den Einkommensalternativen Schreinerei und Urlaub auf dem Bauernhof (Frisch, 2012, Dorfner und Frank, 2013; Büchl, 2014e)

Betriebszweig bzw. Einkommenskombination	Gewinnbeitrag pro Jahr		Arbeitszeit pro Jahr		Entlohnung der Arbeitszeit [€AKh]
	[€]	[%]	[AKh]	[%]	
Landwirtschaft	18.625,31	31,53	2.842	56,20	6,55
Schreinerei	36.438,00	61,68	2.080	41,13	17,52
Urlaub auf dem Bauernhof	4.011,60	6,79	135	2,67	24,16
Summe	59.074,91		5.057		

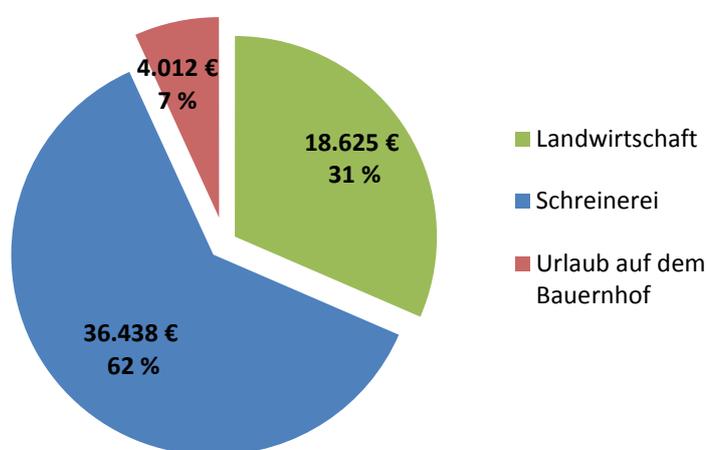


Abb. 3.31: Betrieb 4 – jährliche Gewinnbeiträge der Landwirtschaft und der Einkommensalternativen Schreinerei und Urlaub auf dem Bauernhof

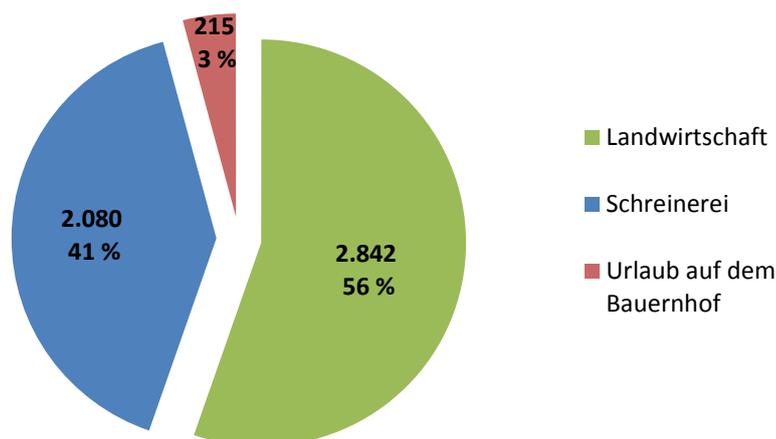


Abb. 3.32: Betrieb 4 – jährliche Arbeitszeit in Stunden in der Landwirtschaft und in den Einkommensalternativen Schreinerei und Urlaub auf dem Bauernhof

Mit der Arbeit als Schreiner wird der Hauptanteil des Betriebseinkommens erwirtschaftet. Über die Ferienwohnung kann die Familie insgesamt gesehen nur geringe Einnahmen erzielen, jedoch ist die Entlohnung je Arbeitsstunde aufgrund der arbeitsexensiven Bewirtschaftung mit 24,16 Euro relativ hoch.

Die Entlohnung aus der Schafhaltung liegt mit 6,55 Euro/AKh unter der Rentabilitätsgrenze von 10 Euro/AKh (LfULG, 2004). Leider gibt es derzeit nur wenige Kanäle, über die die Schafmilch vermarktet werden kann. Die Haltung von Schafen und Ziegen zur Milchproduktion wäre nur dann lukrativ, wenn ausgezeichnete Vermarktungsmöglichkeiten für den Betrieb bestünden (Lauber, 2006). Die Schreinerei bleibt somit vorerst das wichtigste Standbein.

3.5.5.4.5 Betrieb 5

Der fünfte Betrieb liegt etwa 7 km von der nächsten Gemeinde entfernt unmittelbar an einem viel genutzten Wander- und Mountain-Bike-Weg in Einzellage. Die Informationen für die Auswertungen stammen aus der Befragung der Betriebsleiter (Büchl, 2014f).

Der Arbeitskräftebesatz des Betriebs setzt sich aus dem Betriebsleiterehepaar, deren drei Kindern und der Mutter der Betriebsleiterin zusammen. Die Betriebsleiterin ist gelernte Konditormeisterin und absolvierte im Anschluss eine Ausbildung zur Polizistin in München. Derzeit befindet sie sich wegen der drei Kleinkinder in Elternzeit. Als weiteres finanzielles Standbein dient der Familie das Einkommen des Vaters als hauptberuflicher Fliesenleger. Die Mutter der Betriebsleiterin hilft fakultativ vor allem während Arbeitsspitzen mit.

Betriebssituation und Diversifizierung

Der Nebenerwerbsbetrieb wurde 1991 von der Mutter der Betriebsleiterin stillgelegt und die Flächen wurden verpachtet. Im Jahre 2011 entschied sich das Betriebsleiterehepaar, den Hof wieder landwirtschaftlich zu bewirtschaften. Seit 2011 hält die Familie etwa 16 Schafe (davon neun Mutterschafe) sowie einige Legehennen und Schweine im Nebenerwerb auf dem bäuerlichen Anwesen. Die Schafe werden hauptsächlich zur Beweidung der 6 ha landwirtschaftliche Fläche gehalten. Zudem gehören 4 ha Forstfläche zum Betrieb. Die relativ ebenen Flächen begünstigen die Bewirtschaftung. Der Bestand an Maschinen ist eng begrenzt.

Die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof gehört bereits seit einigen Jahrzehnten zum Angebot des Betriebs für Touristen. Bei der Belegung und den Preisen der drei Ferienwohnungen wird zwischen Haupt- und Nebensaison differenziert. Zudem wird ein Frühstücksservice für die Urlauber angeboten.

Da sich die Betriebsleiterin nach der Aufgabe ihres Berufs als Polizistin selbstständig machen wollte, schloss sie zusätzlich zur Ausbildung im Konditorbereich die Meisterprüfung ab. Zudem wurde der alte Stall in eine Backstube umgebaut. Die Konditormeisterin bäckt derzeit Torten und Kuchen für diverse Feiern (Geburtstage, Hochzeiten etc.) und beliefert Bäckereien im Umkreis.

2013 eröffnete der Betrieb zusätzlich zur Konditorei ein Bauernhofcafé mit Sitzgelegenheiten im Außenbereich, um die gute Lage direkt an einem viel genutzten Wander- und Mountain-Bike-Weg zu nutzen. Ein weiterer Vorteil für die Familie ist, dass es in der näheren Umgebung keine weiteren ähnlichen Angebote von Betrieben gibt. Somit ist der bäuerliche Gastronomiebetrieb mit Öffnungszeiten von Freitag bis Sonntag aufgrund der Lage und der geringen Konkurrenz gut besucht. Im Jahr 2014 sollen weitere Sitzgelegenheiten im Innenbereich hinzukommen, wofür die Backstube nochmals umgebaut werden muss.

Beim Umbau und bei der Erweiterung der Einkommenskombination waren für die Familie hauptsächlich bürokratische Hürden zu überwinden. Aufgrund der Lage im Außenbereich gestaltete sich die Genehmigung durch das Landratsamt schwierig. Dies führte zu Verzögerungen und höheren Kosten für den Betrieb. Weiterhin nennt die Betriebsleiterin die hohen Kosten für die Umbaumaßnahmen, um den steigenden Anforderungen für eine Klassifizierung in Richtung höherer Klasse gerecht zu werden.

Wie für die meisten Anbieter von Urlaub auf dem Bauernhof bedeuten die Leerzeiten vor allem von November bis März eine Lücke im Einkommen der Familie. Um diese Engpässe zu überbrücken, überlegt das Betriebsleiterehepaar, zusätzlich weiteren Internetportalen beizutreten oder andere etwaige Marketingmaßnahmen zu ergreifen.

Ökonomische Betrachtung der Betriebszweige

Die ökonomische Auswertung des landwirtschaftlichen Betriebs beinhaltet die Ergebnisse aus der Tätigkeit als Fliesenleger des Betriebsleiters und Einnahmen aus den Einkommenskombinationen Urlaub auf dem Bauernhof, bäuerlicher Gastronomiebetrieb und Konditorei. Zur Landwirtschaft wird aufgrund der Geringfügigkeit keine Wirtschaftlichkeitsrechnung erstellt. Es ist davon auszugehen, dass durch die Landwirtschaft keine nennenswerten zusätzlichen Einnahmen erzielt werden. Die Tierhaltung im Betrieb 5 und die damit einhergehende Produktion von Lebensmitteln (Eier, Milch etc.) dienen lediglich dem Eigenverbrauch sowie der Beweidung der Flächen.

Tätigkeit als Fliesenleger

Die Beschäftigung als Fliesenleger wird dem Baugewerbe zugeordnet. Die Einnahmen belaufen sich bei zwölf Monaten auf 36.438 Euro brutto jährlich bzw. 3.036,50 Euro brutto pro Monat. Bei einer 40-Stunden-Woche fallen 2.080 Stunden pro Jahr an. Die Stundenvergütung liegt somit bei 17,52 Euro (Statistisches Bundesamt, 2014b).

Urlaub auf dem Bauernhof

Grundlage für die Wirtschaftlichkeitsberechnungen der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof waren, wie auch bei den ersten vier Betrieben, die Befragung der Betriebsleiterin (Büchl, 2014f) sowie Plandaten der KTBL und Schätzwerte (Frisch, 2012).

In die Einnahmen in Höhe von 33.650 Euro der Einkommenskombination fließen neben den Erträgen aus der Vermietung auch die aus dem Zusatzangebot Frühstück in Höhe von 8.100 Euro ein (Tab. 3.65). Letzteres setzt sich aus 1.350 Mahlzeiten pro Jahr à 6 Euro zusammen.

Tab. 3.65: Betrieb 5 – Einnahmen aus den Ferienwohnungen (Fewo) und dem Doppelzimmer (DZ)

	Belegtage/Jahr	Preis pro Tag bzw. pro Bett u. Tag [€]	Aufpreis pro zusätzliche Person u. Tag [€]	Tage/Jahr	Summe [€/Jahr]
Fewo 1	150	35,00	5,00	10	5.300,00
Fewo 2	150	40,00			6.000,00
Fewo 3	150	45,00			6.750,00
DZ 1	150	25,00			7.500,00
Frühstück					8.100,00
Summe Einnahmen					33.650,00

Die Zusammensetzung der Betriebskosten von 6.663,60 Euro je Jahr für die Einkommenskombination zeigt Tab. 3.66. Zu den Nebenkosten von 6.325,64 Euro/Jahr zählen u. a. die Kosten für das Frühstück (Tab. 3.67).

Tab. 3.66: Betrieb 5 – Betriebskosten der Ferienwohnungen (Fewo) und des Doppelzimmers (DZ)

	Beleg-, Heiztage/Jahr	Zahl der Fewo bzw. DZ	Preis/(Fewo bzw. Bett im DZ und Tag) [€]	Summe [€/Jahr]
Ferienwohnung				
Durchschn. Betriebskosten	150	3	9,20	4.140,00
Durchschn. Heizkosten	60	3	3,14	565,20
Doppelzimmer				
Durchschn. Betriebskosten	150	1	6,40	1.920,00
Durchschn. Heizkosten	60	1	0,64	38,40
Summe Betriebskosten				6.663,60

Tab. 3.67: Betrieb 5 – Nebenkosten der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

	Einheiten	Kosten/Einheit [€]	Kosten/Jahr [€]
Korrespondenz, Telefon			200,00
Fernseh-, Radiogebühren	3	71,88	215,64
Werbung			750,00
Versicherungen			300,00
Verpflegung (Frühstück)	1.350	3,60	4.860,00
Summe Nebenkosten			6.325,64

Mit Investitionen in Höhe von 45.000 Euro (25.000 Euro Eigenkapital und 20.000 Euro Fremdkapital) (Tab. 3.68) wurde die Einrichtung finanziert. Bei einer Abschreibung der Investitionen innerhalb von zehn Jahren fallen pro Jahr Kosten von 4.500 Euro an. Die Instandhaltungskosten wurden mit 2 % der Investitionssumme kalkuliert und schlagen mit 900 Euro jährlich zu Buche. Insgesamt ergeben sich somit Kapitalkosten von 7.350 Euro/Jahr.

Tab. 3.68: Betrieb 5 – Kapitaleinsatz für die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

	Kapitaleinsatz [€]	Zinssatz [%]	Kapitalkosten bzw. Zinsanspruch [€]
Eigenkapital	25.000,00	3	750,00
Fremdkapital	20.000,00	6	1.200,00
Summe [€]	45.000,00		1.950,00

In der Gesamtrechnung ergibt sich bei einem Arbeitszeitbedarf von 666 AKh/Jahr (Tab. 3.69) und einem Gewinnbeitrag von 14.061 Euro eine Entlohnung in Höhe von 19,99 Euro/AKh (Tab. 3.70).

Tab. 3.69: Betrieb 5 – Arbeitszeitbedarf der nicht entlohnten Arbeitskraft für die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

	Belegtage	Zahl der Fewo bzw. DZ	Arbeitszeit pro Tag und Fewo bzw. DZ [AKmin]	Arbeitszeit pro Jahr [AKh]
Ferienwohnungen (Fewo)	150	3	38	285
Doppelzimmer (DZ)	150	1	46	115
Arbeitszeit für Sonstiges (Grundreinigung, Schönheitsreparaturen)				93
Arbeitszeit für das Management, Freizeitleistungen usw.				173
Summe Arbeitszeit				666

Tab. 3.70: Betrieb 5 – Kalkulation der Entlohnung einer Arbeitskraftstunde in der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

	Einheit	Betrag
Gesamteinnahmen	€Jahr	33.650,00
- Betriebskosten, Nebenkosten	€Jahr	12.989,24
= Deckungsbeitrag	€Jahr	20.660,76
- Kapitalkosten	€Jahr	7.350,00
= Einkommensbeitrag aus nicht entlohnter Arbeit pro Jahr	€Jahr	13.310,76
+ Zinsanspruch aus Eigenkapital	€Jahr	750,00
= Gewinnbeitrag der Einkommenskombination	€Jahr	14.060,76
Arbeitszeitbedarf gesamt	AKh/Jahr	666
- Arbeitszeit der entlohnten Arbeitskräfte	AKh/Jahr	-
= Arbeitszeit der nicht entlohnten Arbeitskräfte	AKh/Jahr	666
= Entlohnung der eingesetzten Arbeitszeit	€AKh	19,99

Bäuerlicher Gastronomiebetrieb

Aus der Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb ergeben sich Einnahmen von 68.000 Euro jährlich (Tab. 3.71). Die Betriebskosten gehen aus Tab. 3.72 hervor. Die Nebenkosten belaufen sich auf 1.500 Euro/Jahr und setzen sich zusammen aus Korrespondenz und Telefon (100 Euro), Werbung (800 Euro) sowie einer zusätzlichen Versicherung für den Gastronomiebetrieb von 600 Euro.

Tab. 3.71: Betrieb 5 – Einnahmen aus der Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb

Öffnungstage	Anzahl der Tage	Zahl der Gäste pro Tag	Umsatz/Gast [€]	Summe/Jahr [€]
Werktage	50	30	8,00	12.000,00
Samstags	50	40	8,00	16.000,00
Sonn-, Feiertage	50	100	8,00	40.000,00
Summe Einnahmen				68.000,00

Tab. 3.72: Betrieb 5 – Betriebskosten der bäuerlichen Gastronomie

	% vom Ertrag	Summe [€/Jahr]
Wareneinsatz		
Speisen	19,5	13.260,00
Getränke	7,0	4.760,00
Sonstige variable Kosten		
Kosten für Reinigung, Desinfektion	0,20	136,00
Kosten für Energie	1,20	816,00
Summe Betriebskosten		18.972,00

Insgesamt mussten für die Einkommenskombination 145.000 Euro investiert werden (Tab. 3.73). Die Kosten für Abschreibungen und Instandhaltung sind in Tab. 3.74 dargestellt. Insgesamt ergeben sich Kapitalkosten von 11.100 Euro/Jahr.

Tab. 3.73: Betrieb 5 – Kapitaleinsatz für die Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb

	Kapitaleinsatz [€]	Zinssatz [%]	Kapitalkosten bzw. Zinsanspruch [€]
Eigenkapital	80.000,00	3	2.400,00
Fremdkapital	65.000,00	6	3.900,00
Summe [€]	145.000,00		6.300,00

Tab. 3.74: Betrieb 5 – Investitions- und Instandhaltungskosten für die Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb

	Investitionskosten [€]	Abschreibung [%]	Kosten/Jahr [€]
Umbau	80.000,00	4	3.200,00
Installationen	20.000,00	5	1.000,00
Einrichtung	35.000,00	10	3.500,00
Sonstige Anschaffungen	10.000,00	5	500,00
Summe	145.000,00		8.200,00
Instandhaltung (2 % der Investitionen)			2.900,00
Summe Kosten			11.100,00

Werden alle anfallenden Einnahmen und Kosten des Cafés berücksichtigt, ergibt sich bei einer jährlichen Arbeitszeit von 2.515 AKh (Tab. 3.75) ein Einkommensbeitrag von 32.528 Euro/Jahr und eine Entlohnung der eingesetzten Arbeitszeit in Höhe von 11,98 Euro/AKh (Tab. 3.76).

Tab. 3.75: Betrieb 5 – Arbeitszeitbedarf der nicht entlohnten Arbeitskraft in der Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb

Öffnungstage	Zahl der Tage bzw. Events	Arbeitszeit pro Tag bzw. Event [AKh]	Arbeitszeit pro Jahr [AKh]
Werktage	50	15	750
Samstage	50	15	750
Sonn- und Feiertage	50	15	750
Arbeitszeit für Sonstiges (Grundreinigung, Schönheitsreparaturen)			40
Arbeitszeit für das Management			225
Summe Arbeitszeit			2.515

Tab. 3.76: Betrieb 5 – Kalkulation der Entlohnung einer Arbeitskraftstunde in der Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetrieb

	Einheit	Betrag
Gesamteinnahmen	€/Jahr	68.000,00
- Betriebskosten, Nebenkosten	€/Jahr	20.472,00
= Deckungsbeitrag	€/Jahr	47.528,00
- Kapitalkosten	€/Jahr	17.400,00
= Einkommensbeitrag aus nicht entlohnter Arbeit pro Jahr	€/Jahr	30.128,00
+ Zinsanspruch aus Eigenkapital	€/Jahr	2.400,00
= Gewinnbeitrag der Einkommenskombination	€/Jahr	32.528,00
Arbeitszeitbedarf gesamt	AKh/Jahr	2.515
- Arbeitszeit der entlohnten Arbeitskräfte	AKh/Jahr	-
= Arbeitszeit der nicht entlohnten Arbeitskräfte	AKh/Jahr	2.515
= Entlohnung der eingesetzten Arbeitszeit	€/AKh	11,98

Konditorei

Zur Berechnung des Einkommensbeitrags aus dem Absatz eigenerzeugter Kuchen und Torten wurde die Arbeitswertmethode angewendet. Bei der Kalkulation in Tab. 3.77 wurde von Kuchen und Torten für 60 Personen ausgegangen, wobei je Person durchschnittlich 1,5 Stück

Kuchen oder Torte kalkuliert wurden. Das Backen der Kuchen und Torten für 60 Personen erfordert einen Arbeitszeitbedarf von 172,1 Minuten. Bei geschätzten 50 Festen pro Jahr mit jeweils 60 Personen und 25 Lieferungen an Bäckereien errechnet sich ein Gesamtarbeitszeitbedarf von 215 AKh/Jahr.

Tab. 3.77: *Betrieb 5 – Kalkulation von Einkommensbeitrag und Unternehmerentlohnung bei der Einkommenskombination Konditorei (60 Personen) (Frisch, 2012)*

	Betrag
Wareneinsatz [€]	19,10
+ Arbeitskosten [€]	57,37
= Zwischensumme [€]	76,47
+ Mehrwertsteuer (19 %) [€]	14,53
= Kosten inkl. Mehrwertsteuer [€]	91,00
x Gewinnaufschlag [Faktor]	1,5
= Verkaufspreis Kuchen u. Torten je Einsatz [€60 Personen]	136,50
x Einsätze pro Jahr [Anzahl]	75
= Einkommensbeitrag [€]	10.237,50
Gesamtarbeitszeitbedarf [h]	215
= Entlohnung der eingesetzten Arbeitszeit [€AKh]	47,62

Pro Arbeitskraftstunde wurde eine Vergütung von 20 Euro angenommen. Somit ergeben sich Arbeitskosten in Höhe von 57,37 Euro pro Einsatz (Tab. 3.77). Der Gewinnaufschlag je nach Leistungsniveau und Markt wurde mit einem Faktor von 1,5 berücksichtigt. Bei geschätzten 75 Einsätzen summiert sich die Entlohnung der eingesetzten Arbeitszeit auf 47,62 Euro.

Vergleich der Betriebszweige

Tab. 3.78 zeigt jeweils den Gewinnbeitrag und den Arbeitsaufwand der einzelnen Betriebszweige und Einkommenskombinationen. Der Vergleich zeigt, dass Betrieb 5 bei einem Jahresgewinn von 93.264 Euro rentabel wirtschaftet. Jedoch bestehen hinreichend Unterschiede zwischen den Betriebszweigen. Die höchste Entlohnung mit 47,62 Euro/AKh ergibt sich in der Konditorei, die geringste im bäuerlichen Gastronomiebetrieb (11,98 Euro/AKh). Die Haupteinnahmen stammen aus der Tätigkeit als Fliesenleger (39,07 %) und aus der Gastronomie (34,69 %). Jedoch kommt der Arbeit als Fliesenleger eine Schlüsselrolle zu. In Abb. 3.33 und Abb. 3.34 sind die Verhältnisse verdeutlicht.

Tab. 3.78: *Betrieb 5 – Ökonomischer Vergleich der Einkommensalternativen Fliesenlegen, Urlaub auf dem Bauernhof, Bäuerlicher Gastronomiebetrieb und Konditorei*

Betriebszweig bzw. Einkommenskombination	Gewinnbeitrag pro Jahr		Arbeitszeit pro Jahr		Entlohnung der Arbeitszeit
	[€]	[%]	[AKh]	[%]	[€/AKh]
Fliesenlegen	36.438,00	39,07	2.080	37,98	17,52
Urlaub auf dem Bauernhof	14.060,76	15,08	666	12,16	19,99
Bäuerlicher Gastronomiebetrieb	32.528,00	34,88	2.515	45,93	11,98
Konditorei	10.237,50	10,98	215	3,93	47,62
Summe	93.264,26		5.476		

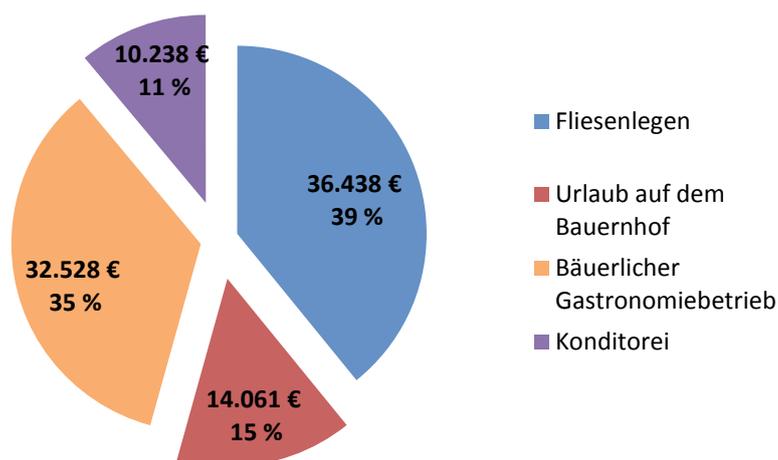


Abb. 3.33: Betrieb 5 – jährliche Gewinnbeiträge der Einkommensalternativen Fliesenlegen, Urlaub auf dem Bauernhof, bäuerlicher Gastronomiebetrieb und Konditorei

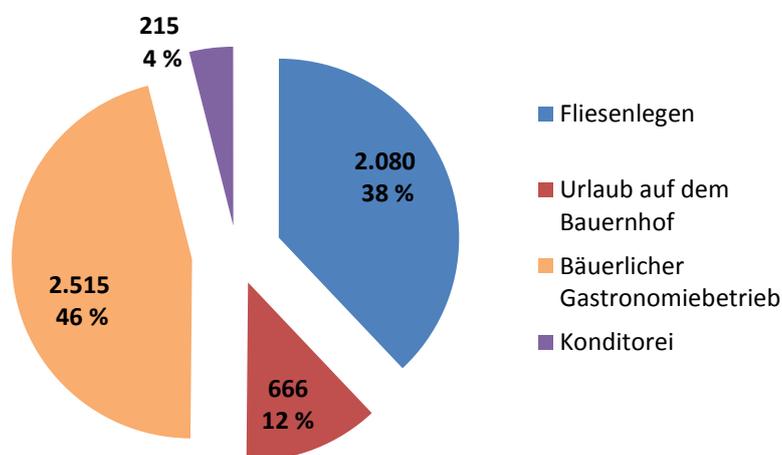


Abb. 3.34: Betrieb 5 – jährliche Arbeitszeit in Stunden in den Einkommensalternativen Fliesenlegen, Urlaub auf dem Bauernhof, bäuerlicher Gastronomiebetrieb und Konditorei

3.5.5.5 Abschließende Betrachtung der Ergebnisse

Die fallbezogenen Wirtschaftlichkeitsrechnungen der fünf Beispielbetriebe wurden verglichen, um mögliche Verallgemeinerungen für die Bedeutung der Betriebszweige abzuleiten.

3.5.5.5.1 Vergleich der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof

Aus Tab. 3.79 wird ersichtlich, dass in Betrieb 1 aus der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof im Vergleich zu den anderen vier Betriebsbeispielen mit 22.011 Euro der höchste Gewinn erwirtschaftet und mit 42,82 Euro/AKh die höchste Entlohnung der eingesetzten Arbeitszeit erreicht wird.

Tab. 3.79: Vergleich der Gewinnbeiträge aus der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof (alle fünf Betriebe)

Betrieb	Gewinnbeitrag [€/Jahr]	Arbeitszeitbedarf [AKh/Jahr]	Entlohnung der Arbeitszeit [€/AKh]
1	22.011,32	479	42,82
2	9.544,40	374	24,32
3	8.159,96	578	12,82
4	4.011,60	135	24,16
5	14.060,76	666	19,99

Betrieb 1 hat diese Einkommenskombination zum Hauptbetriebszweig gemacht. Finanzielle Hintergründe für den überdurchschnittlichen Ertrag könnten der geringe Fremdkapitalanteil bei Investitionen, ein hoher Anteil an Eigenleistung oder die hohe Zahl der Belegtage sein (200 Belegtage pro Jahr). Aber auch andere Faktoren, wie die Auswahl an Zusatzangeboten (Frühstück, Freizeitangebote), die Lage an einem hochfrequentierten Wanderweg oder Synergieeffekte des Gastronomiebetriebs können eine wichtige Rolle für den Erfolg spielen.

Mit 24,32 Euro/AKh Entlohnung je eingesetzter Arbeitsstunde liegt der zweite Betrieb auf Platz zwei (Tab. 3.79). Einbußen im Vergleich zu Betrieb 1 ergeben sich vor allem durch die relativ geringe Zahl an Belegtagen (120 bis 130 pro Jahr), für die möglicherweise die ruhige Lage mit verantwortlich ist.

In Bezug auf die Entlohnung in Höhe von 24,16 Euro/AKh liegt Betrieb 4 fast auf gleichem Niveau. Der fünfte Betrieb belegt mit einer Unternehmerentlohnung von 19,99 Euro/AKh den vierten Platz. Positiv sind hier die 150 Belegtage pro Jahr sowie die Lage an einem Wander- und Radweg zu beurteilen. Auch Synergieeffekte mit anderen Betriebszweigen könnten dazu beitragen.

Der dritte Betrieb verzeichnet mit 12,82 Euro die niedrigste Entlohnung je Arbeitskraftstunde. Mit einer Belegzahl von nur 117 Tagen, jedoch relativ vielen Arbeitsstunden für entgeltliche Serviceleistungen lässt die Produktivität noch Zuwächse zu.

3.5.5.5.2 Vergleich der Einkommenskombination bäuerlicher Gastronomiebetriebe

Bei der Betrachtung der zwei Gastronomiebetriebe lässt sich feststellen, dass sich für Betrieb 1 mit 12,76 Euro/AKh eine etwas höhere Unternehmerentlohnung ergibt als für Betrieb 5 mit 11,98 Euro/AKh (Tab. 3.80). Bei relativ hohen Gewinnbeiträgen wird sehr viel Eigenleistung erbracht. Um Überbelastungen der Familienarbeitskräfte langfristig vorzubeugen, ist hier noch mehr als bisher der Schwerpunkt auf den sinnvollen Einsatz von Fremdarbeitskräften zu legen.

Tab. 3.80: Ökonomischer Vergleich der Einkommenskombination bäuerliche Gastronomie (zwei Betriebe)

Betrieb	Gewinnbeitrag [€Jahr]	Arbeitszeitbedarf [AKh/Jahr]	Entlohnung der Arbeitszeit [€/AKh]
1	55.507,72	4.115	12,76
5	32.528,00	2.515	11,98

3.5.5.5.3 Erfolg von Betrieben mit Einkommenskombination

Als Ergebnis lässt sich festhalten, dass der ökonomische Erfolg von Betrieben mit Einkommenskombinationen vorwiegend von folgenden Faktoren abhängig ist:

- Auslastung der Einheiten (Mindestbelegtage bei Ferienwohnungen und Gästezimmern, Gastronomie),
- Saison in Form einer Ganzjahresauslastung,
- Tragbarkeit der Investitionskosten (Neu- oder Umbau),
- Anteile an Eigen- und Fremdfinanzierung,
- Lage des Betriebs,
- Preise der Ferienwohnungen und -zimmer sowie Qualitätsniveau entsprechend der Zielgruppen und der angebotenen Produkte,
- Zusatzangebote (Verkauf eigenerzeugter Produkte, Angebot von Dienstleistungen).

Zudem werden die erzielbaren Erlöse durch die Wechselbeziehungen mit anderen Betriebszweigen oder Einkommenskombinationen beeinflusst. Auch wenn eine außerlandwirtschaftliche Erwerbsalternative aus ökonomischer Sicht nicht erfolgversprechend ist, sollte sie gleichwohl nicht zwangsläufig aufgegeben werden, weil eine Einkommenskombination nicht nur finanzielle Beweggründe hat, sondern primär der Risikominderung und -absicherung dient. Die Landwirtschaft bleibt trotz aller Risiken und weiterer wichtiger Standbeine der Berglandwirte die Basis für Einkommenskombinationen.

3.5.5.5.4 Bedeutung der Betriebszweige aus Sicht des Gewinnbeitrags und der eingesetzten Arbeitszeit

Während sowohl in der landwirtschaftlichen Urproduktion als auch bei den Einkommenskombinationen die Gewinnbeiträge und die eingesetzte Arbeitszeit stark streuen, ist die Varianz bei außerbetrieblichen Tätigkeiten in abhängiger Beschäftigung nicht so stark ausgeprägt (Tab. 3.81). Mit Gewinnanteilen von unter 7 bis 72 % und Arbeitszeitanteilen von unter 3 bis 90 % sind die Unterschiede bei den Einkommenskombinationen am größten.

Tab. 3.81: Bedeutung der Betriebszweige aus Sicht des Gewinnbeitrags und der eingesetzten Arbeitszeit

Betrieb Nr.	Anteil am Gewinn (%)			Anteil an der Arbeitszeit (%)		
	LW	ALT	EKK	LDW	ALT	EKK
1	28,40	-	71,60	10,43	-	89,57
2	85,95	-	14,05	89,68	-	10,32
3	56,69	35,39	7,93	52,18	37,42	10,40
4	31,53	61,68	6,79	56,20	41,13	2,67
5		39,06	60,94	-	37,98	62,02

LDW = Landwirtschaft, ALT = außerlandwirtschaftliche Tätigkeit, EKK = Einkommenskombination

Falls eine außerlandwirtschaftliche Tätigkeit in abhängiger Beschäftigung aufgenommen wird, ist diese bei männlichen Beschäftigten meist in Vollzeit zu erbringen, bei weiblichen Beschäftigten dagegen meist in Teilzeit. Dementsprechend streut auch der Gewinnbeitrag und der Arbeitszeiteinsatz. Ein Hauptidealbetrieb in der Landwirtschaft erfordert stets einen vollen Einsatz (siehe Milchviehbetriebe); eine extensive Bewirtschaftung in der Landwirtschaft gewährleistet dagegen mehr Flexibilität hinsichtlich Schwerpunktsetzung sowie Vereinbarkeit mit außerlandwirtschaftlichen Tätigkeiten oder Einkommenskombinationen, um Synergien zur Wirkung zu verhelfen.

3.5.6 Notwendige Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeits- und Lebensverhältnisse

Bergbauern betonen, dass eine Diversifizierung in alternative Erwerbsmöglichkeiten zusätzlich zur Landwirtschaft nur dann sinnvoll ist, wenn die nötigen Kapazitäten auf dem Betrieb vorhanden sind. In den Beispielbetrieben wurden folgende Probleme genannt, die den Einstieg in die Diversifizierung erschweren bzw. einen reibungslosen Ablauf im Betriebsalltag stören:

- hohe Arbeitsbelastung der Familie, kaum Privatsphäre, Interessenskonflikt zwischen Familie und Arbeit,
- geringe Kooperationsbereitschaft der Behörden und hoher Bürokratieaufwand,
- Schwierigkeiten bei der Finanzierung der Projekte,
- unzureichende Abgrenzung der Ausgleichszulage,

- Flächenproblematik und zu hohe Pachtpreise,
- große Abhängigkeit von Futterlieferanten,
- enormer Wachstumsdruck,
- hohe Kosten der Klassifizierung (bei Urlaub auf dem Bauernhof),
- Absatzprobleme (Betrieb 3, Milchschaafhaltung),
- Umsatzeinbußen aufgrund „leerer Monate“.

Um diversifizierenden Betrieben Perspektiven zu eröffnen, sind aus Sicht der Betriebsleiter staatliche Leistungen auf ihre Angemessenheit zu überprüfen, damit Einkommensalternativen verstärkt wahrgenommen werden können (Landkreis Miesbach, 2009). Für den Einstieg sind spezielle Modelle denkbar, die Finanzierungsalternativen, Beratungsangebote, Subventionen und Weiterbildungsmöglichkeiten beinhalten.

Zudem bedeutet ein Abbau bürokratischer Hindernisse z. B. bei Antragsstellungen oder die verstärkte Nutzung der Beratungs- und Informationsstellen speziell für den Bereich Einkommenskombinationen eine Erleichterung für die Landwirte (Weinberger-Miller, 2013a). Seibert und Struff (1993) nennen Umstellungshilfen für Berufsbildungsmaßnahmen außerhalb der Landwirtschaft bei einer Extensivierung als überbetrieblichen Aktionsbereich der Agrarpolitik, der in Anbetracht der schwierigen Situation der Berglandwirte weiter ausgebaut werden sollte.

Aus Sicht des Landkreises Miesbach muss die Bestellung unwirtschaftlicher Gebiete garantiert sein (Landkreis Miesbach, 2009). Nach Seibert und Struff (1993) führt eine Instandsetzung der Dörfer auf überbetrieblicher Ebene zu einem höheren Wohn- und Freizeitwert der alpinen Gebiete.

3.6 Analyse von Beweggründen bei der Vermarktungsentscheidung von Milcherzeugern im Berchtesgadener Land – eine Fallstudienuntersuchung von vier ausgewählten Musterbetrieben (Kraus)

In der Masterarbeit von Sina Kraus im Fachbereich Ökologische Agrarwissenschaften an der Universität Kassel wurde untersucht, warum sich Milcherzeuger im Berchtesgadener Land für alternative Vermarktungswege zur Ablieferung ihrer erzeugten Milch an regionale Molkeereien entscheiden (Kraus, 2014). Hierfür wurden vier Musterbetriebe ausgewählt und deren Betriebsleiter befragt. Im Rahmen des Forschungsprojekts „Diversifizierung in der Berglandwirtschaft“ ist die vorliegende Arbeit (Auszug aus der Masterarbeit) mit dem Schwerpunkt der Evaluation der Hintergründe von Entscheidungen für alternative Vermarktungswege von Milcherzeugnissen ein Teilaspekt.

3.6.1 Einleitung

Mit einer Milcherzeugung von rund 7,9 Mio.t Milch im Jahr 2012 in 50.000 Milchviehbetrieben zählt Bayern zum bedeutendsten Milcherzeugerstandort in Deutschland. Verkaufserlöse von insgesamt 9,4 Mrd. Euro im Jahr 2012 verleihen dem Milchsektor den Rang als wichtigste Einkommensquelle für die Landwirtschaft in Bayern (LVBM, 2012).

Der Landkreis Berchtesgadener Land ist geprägt von vorwiegend kleinen Milchviehbetrieben mit kleineren bis mittleren Herdengrößen. Der überwiegende Teil der erzeugten Milch im Landkreis wird über kleine bis mittelständische Molkereiunternehmen verarbeitet und über den Lebensmitteleinzelhandel vermarktet. Allerdings gibt es auch Ausnahmen, insbesondere dort, wo die Produktionsbedingungen durch die natürlichen Faktoren stark begrenzt sind. So finden sich vor allem im Alpenraum kleine Liefergenossenschaften, Erzeugergemeinschaften und einzelne direktvermarktende Betriebe. Viele der Betriebe verfügen nur über eine geringe Flächenausstattung, liegen fernab von Verarbeitungsstandorten, haben eine überschaubare Anzahl Milchkühe und werden in der Regel im Nebenerwerb geführt, sodass die Milch direkt am Hof, auf einer Alm oder in einer Dorfkäserei verarbeitet wird.

Im Landkreis gibt es seit den 1930er-Jahren eine genossenschaftlich gegründete Molkerei (Milchwerke Berchtesgadener Land), die seit vielen Jahren versucht, ihren Mitgliedern einen hohen Milchpreis auszuzahlen. Laut Milchwerke Berchtesgadener Land (2013) und top agrar-online (2010) bezahlte die Molkerei 2009 im 5-Jahres-Vergleich den höchsten Milchpreis in Deutschland und in Österreich. Trotz besserer Milchpreise für konventionell und ökologisch erzeugte Milch und des starken Monopols im Landkreis gibt es Milchviehbetriebe, die ihre Milcherzeugnisse selbst verarbeiten und über verschiedene Absatzwege vermarkten.

Vor diesem Hintergrund spielen die Beweggründe für die Vermarktungsentscheidungen im landwirtschaftlichen Bereich eine bedeutende Rolle. Die außerlandwirtschaftlichen und innerbetrieblichen Rahmenbedingungen sind zu berücksichtigende Facetten vielschichtiger Produktions- und Vermarktungsentscheidungen landwirtschaftlicher Betriebsleiter. Dabei haben heutige Entscheidungen einen weitreichenden Wirkungshorizont.

Für den Entscheider gilt es, zwischen heutigem und zukünftigem Einkommen (bzw. der zukünftigen Einkommensstabilität) abzuwägen. So haben landwirtschaftliche Betriebe ggf. die Möglichkeit, mit einer Direktvermarktung ihre betriebliche Wertschöpfung zu steigern, höhere Preise zu erzielen, unabhängig von Marktpreisen zu sein und durch die Diversifikation ihr Risiko gegenüber Milchpreisschwankungen zu verringern. Mithilfe einer wissenschaftlichen Untersuchung der Beweggründe und der dahinterstehenden Entscheidungsmuster der Landwirte für verschiedene Vermarktungswege lassen sich unterschiedliche Fragestellungen beantworten.

3.6.1.1 Zielsetzung

Gegenstand der Untersuchung waren vier milcherzeugende Beispielbetriebe, die sich vor allem in ihren Verarbeitungsstätten und Vermarktungswegen unterschieden. Dabei handelte es sich um:

- die klassische Milchablieferung an die Milchwerke Berchtesgadener Land,
- die kooperative Milchverarbeitung und Direktvermarktung über eine Almsennerei und
- die Verarbeitung der Milch über eine Hofmolkerei mit eigener Vermarktung.

Ziel dieser Arbeit war es herauszufinden, welche Beweggründe bei den Beispielbetrieben im Landkreis Berchtesgadener Land für eine eigene Verarbeitung und Vermarktung ihrer Produkte vor dem Hintergrund guter Milchauszahlungspreise der Milchwerke Berchtesgadener Land im Vordergrund stehen und welche Entscheidungszusammenhänge dahinterliegen. Des Weiteren war es ein Ziel, die Wirtschaftlichkeit der ausgewählten Betriebe hinsichtlich der Milcherzeugung, -verarbeitung und -vermarktung modellhaft zu betrachten und zu bilanzieren, um ökonomische Entscheidungsgründe für bereits existierende Vermarktungswege darzustellen und Entscheidungstendenzen ableiten zu können. Aus den genannten Zielstellungen ergeben sich folgende Forschungsfragen für diese Arbeit:

1. Was sind die Beweggründe von Milcherzeugern im Landkreis Berchtesgadener Land, sich für oder gegen eine eigene Verarbeitung und Direktvermarktung zu entscheiden?
2. Welche monetären Gründe lassen sich mithilfe von Modellannahmen für eine Entscheidung finden?

3.6.1.2 Aufbau der Arbeit

Einleitend werden die allgemeinen Rahmenbedingungen für milchproduzierende Betriebe im Alpenland vorgestellt. Dabei liegt der Schwerpunkt zum einen bei den agrarpolitischen, regionalwirtschaftlichen und soziokulturellen Faktoren (Abschnitt 3.6.2.1). Anschließend werden die betriebsspezifischen Rahmenbedingungen aufgezeigt, die den Betrieb in seiner Entscheidung mit beeinflussen (Abschnitt 3.6.2.2).

Im Mittelpunkt des Abschnitts 3.6.2.3 stehen die verschiedenen Vermarktungsmöglichkeiten von Milcherzeugern. Hierbei werden zum einen Definitionen, betriebliche Argumente sowie die Vor- und Nachteile der einzelnen Vertriebswege erläutert. Daran anschließend erfolgt die Erörterung von Entscheidungsfaktoren und Motivationen, die für landwirtschaftliche Betriebe von Bedeutung sind (Abschnitt 3.6.2.4).

Die Vorstellung der Fallregion und die methodischen Vorgehensweisen zur Untersuchung der Beweggründe und der Wirtschaftlichkeit von Milcherzeugung und Vermarktung werden in Abschnitt 3.6.3 dargestellt und erläutert. Im nachfolgenden Abschnitt 3.6.4 erfolgt die Darstellung der Untersuchungsergebnisse.

In Abschnitt 3.6.5 werden, basierend auf den gewonnenen Ergebnissen, die Fragen diskutiert, welche Beweggründe für die Fallbetriebe ausschlaggebend waren und wie eine Entscheidung durch wirtschaftliche Faktoren beeinflusst wird. Des Weiteren werden Schlussfolgerungen abgeleitet, die ggf. in Zukunft durch weitere, breit angelegte Studien zu verifizieren sind.

3.6.2 Literaturübersicht

3.6.2.1 Externe Rahmenbedingungen im Alpenland

Bei den externen Faktoren spielen drei große Teilbereiche eine bedeutende Rolle: agrarpolitische, regionalwirtschaftliche und soziokulturelle Dimensionen.

3.6.2.1.1 Agrarpolitische Rahmenbedingungen

Die unmittelbaren politischen Maßnahmen für milcherzeugende Betriebe in Bayern sind eng an die europäische Agrarpolitik gekoppelt. Insbesondere der Milchmarkt hat als wichtigster Markt für die europäische Landwirtschaft eine hohe agrarpolitische Bedeutung in der europäischen Markt- und Preispolitik. In der Vergangenheit unterlag der Milchmarkt starken Regulationen, die sich sowohl auf die Einkommen der Landwirte, die Milchpreise und -mengen als auch auf die Struktur der Milchviehbetriebe auswirkten (Schmiedel, 2008).

Mit der Reform, die aus den Luxemburger Beschlüssen im Jahr 2003 hervorging, kam es zu grundsätzlichen Veränderungen in der Milchmarktpolitik (Schaper et al., 2008), was eine weitere Liberalisierung des Milchmarkts zur Folge hatte. Viele Milcherzeuger können sich immer weniger auf staatliche Sicherheitsnetze stützen und sind dadurch gezwungen, sich an die Dynamik der Milchmärkte anzupassen (Schaper et al., 2008). Folgen dieser Reform waren (LfL, 2005):

- Entkopplung der Milch-, Tier- und Flächenprämien von der Produktion,
- Umlage von Milch- und Tierprämien zu einheitlichen Flächenprämien,
- Reduzierung von Interventionspreisen für Butter (um 25 %) und Magermilchpulver (um 15 %) sowie Absinken des Milchpreises auf 7 Cent/kg,
- Kompensation der Einkommensverluste durch Ausgleichzahlungen,
- Verlängerung der Milchquote bis 2015.

Die genannten Folgen hatten insbesondere durch den Abbau von Marktstützungen und die Entkopplung der Prämien Auswirkungen auf die Rentabilität des Betriebszweigs Milch. Mit dem Wegfall der Milch- und Tierprämien orientierte sich die Produktion stärker an den Märkten. Durch die Reduzierung der Interventionspreise sank der Milchpreis und damit die Rentabilität und die Liquidität der Betriebe (Schaper et al., 2008). Die Entwicklung des Milchpreises hängt seither vor allem von den Exportmöglichkeiten, der Weltkonjunktur und dem Kurs des Euro ab (LfL, 2005).

Die 1984 eingeführte und noch bis 2015 geltende Milchquote ist ebenfalls ein wichtiges Marktinstrument für die Milcherzeugung. Mit der Einführung dieser Quote wurde eine Obergrenze in der Milchproduktion geschaffen, um eine Balance in Bezug auf Angebot und Nachfrage zu gewährleisten (Düsing, 2005). Das Ziel dieser Reform war es, den Milchpreis zu stabilisieren und eine verbesserte Einkommenssituation für Milcherzeuger zu schaffen. Damit sollte zwangsläufig auch bewirkt werden, dass der Strukturwandel in der Milchwirtschaft gebremst wird.

Die Zahl der Milchviehhalter in Bayern ist seit der Einführung der Milchquote bis heute von anfangs 150.000 auf 50.000 Milchviehbetrieben zurückgegangen (Dick et al., 2009). Ob die Anzahl der Betriebe ohne die Einführung der Milchquote im selben Zeitraum genauso stark zurückgegangen wäre, ist für viele Agrarexperten nicht eindeutig zu beantworten (Dick et al., 2009). Trotz starker Kritik an diesem System ist es für viele Milcherzeuger positiv, dass ein stabiler Markt mit einigermaßen guten Milchauszahlungspreisen geschaffen wurde. Auch für

die Molkereiunternehmen bedeutet dies mehr Sicherheit in Form einer stabilen Milcherzeugung, verbunden mit einer kalkulierbaren Verarbeitungs- und Vermarktungskapazität.

Nach Beobachtungen der EU-Kommission entwickelte sich auf politischer Ebene zunehmend die Überzeugung, dass ein langfristiges Beibehalten der Quote aufgrund der aktuellen Weltmilcherzeugungsdynamiken nicht sinnvoll erscheint. Aus dieser Sicht stellt die Quotenregelung eine Wachstumsbremse für milcherzeugende Betriebe dar (Dick et al., 2009).

Mit dem angestrebten Quotenausstieg im Jahr 2015 wächst bei vielen Landwirten die Angst, ihre Milch unter stark schwankenden Erzeugerpreisen produzieren und zu sinkenden Weltmarktpreisen verkaufen zu müssen. Vom Wegfall der Quote sind insbesondere kleine Milchviehbetriebe in Bayern betroffen, da ihnen der Sprung in eine wettbewerbsfähige Betriebsgröße oftmals nicht möglich ist. Viele Betriebe können aufgrund ihrer spezifischen Standortfaktoren und damit der Ausrichtung auf die klassische landwirtschaftliche Urproduktion nicht konkurrieren (Latacz-Lohmann und Hemme, 2007).

Deutlich verschärft wird dies zusätzlich durch familien- und betriebsspezifische Faktoren. Daher können Einkommensalternativen wie Direktvermarktung eine gute und vielleicht notwendige Möglichkeit sein, das Betriebseinkommen zu stabilisieren und somit die Überlebensfähigkeit dieser kleinen Betriebe sicherzustellen.

Abb. 3.35 zeigt für das Jahr 2013 einen ansteigenden Milchpreis in Bayern. In den letzten Jahren war das Milchgeld starken Schwankungen unterworfen, besonders in den Jahren 2010 und 2012. Im Jahr 2010 wurden noch zu Anfang des Jahres 28 Cent/kg netto bezahlt; im Jahr 2013 waren es zu Anfang des Jahres circa 6 Cent/kg mehr. Im September 2013 lag der konventionelle Milchpreis für Milch mit 4 % Fett und 3,4 % Eiweiß bei 39 Cent/kg, netto ab Hof.

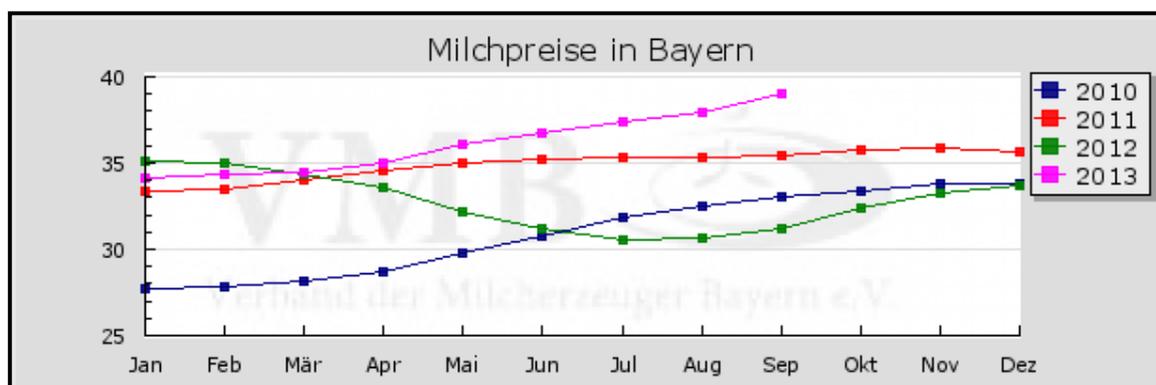


Abb. 3.35: Entwicklung der Milchpreise in Bayern von 2010 bis 2013 (VMB, 2013a)

3.6.2.1.2 Regionalwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die meisten Regionen im Alpen- und Alpenvorland liegen an der Peripherie. Damit spielt für landwirtschaftliche Betriebe die Lage bzw. Erreichbarkeit eine zentrale Rolle, um Absatzmärkte beliefern zu können (Streifeneder, 2009). Eine gute Standortvoraussetzung bedeutet eine gut ausgebaute Verkehrsinfrastruktur auf dem Land, wie die Anbindung an Städte durch Schnellstraßen und Gewerbegebiete.

Eine Lage in der Nähe von voralpinen Städten bringt wirtschaftliche Vorteile, weil gute Absatzmöglichkeiten von Produkten gewährleistet sind. Zusätzlich wirken die voralpinen Zentren auch als wirtschaftlicher und demografischer Schlüsselfaktor für die Entwicklung der Alpenregion und der Berglandwirtschaft, weil hier eine Anbindung an das öffentliche Nahver-

kehrnetz sowie Teilhabe am Gesundheitswesen, Kultur und Telekommunikation vorhanden sind (Streifeneder, 2009). Die gute Anbindung an Ballungsräume wie München oder Salzburg und die damit verbundenen guten Arbeitsplatzmöglichkeiten sowie ein hohes Angebot an kulturellen und öffentlichen Dienstleistungen birgt aber gleichzeitig die Gefahr, dass potenzielle Arbeitskräfte aus der Landwirtschaft abwandern (Streifeneder, 2009).

Neben den genannten regionalwirtschaftlichen Einflussgrößen ist die Bevölkerungszahl ein wichtiger Indikator für die Arbeitsplatzdichte. Das Fehlen außerlandwirtschaftlicher Arbeitsplätze in einer ländlichen Region kann dazu führen, dass das landwirtschaftliche Einkommen allein zur Versorgung einer ganzen Familie ausreichen muss. Die Nähe zu Arbeitsplatzzentren ist ein stabilisierender Faktor für den Erhalt der landwirtschaftlichen Tätigkeit, wenn die Möglichkeit besteht, zusätzlich in der Region einem Nebenerwerb nachzugehen. Somit ist der regionale Arbeitsmarkt ein wichtiger Entwicklungsindikator für Wirtschaft und Gesellschaft zur Entwicklung einer ländlichen Region (Streifeneder, 2009).

Ein weiterer wichtiger Faktor für die Arbeitsmarktsituation ist der Tourismus, da die Alpen eine der attraktivsten europäischen Destinationen sind. Gerade für periphere Gebiete ist der Tourismus eine Schlüsselbranche und stellt eine große Anzahl von Arbeitsplätzen bereit. Dies kann sich zum einen positiv auf die Übernahme einer außerlandwirtschaftlichen Tätigkeit im Tourismus auswirken oder den Einstieg in ein eigenes Angebot von Urlaub auf dem Bauernhof oder in die Direktvermarktung begünstigen. Zum anderen besteht aber die Gefahr, dass im Zuge weiterer außerlandwirtschaftlicher Tätigkeiten der landwirtschaftliche Erwerb aufgegeben wird (Streifeneder, 2009).

3.6.2.1.3 Soziokulturelle Rahmenbedingungen

Der landwirtschaftliche Betrieb wird nicht nur von politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen beeinflusst. Im Hinblick auf die Existenz eines landwirtschaftlichen Unternehmens spielen auch soziokulturelle Faktoren eine wichtige Rolle. Sie stellen genauso wie ökonomische Faktoren eine Schlüsselfunktion für Entscheidungsprozesse auf einem landwirtschaftlichen Betrieb dar. Die landwirtschaftliche Erzeugung und die notwendige Abnahme der Rohstoffe und Produkte sind vor allem vom Nachfrageverhalten der Endverbraucher abhängig. Dabei spielen die unmittelbare Kaufkraft und die Kaufbereitschaft der Kunden eine große Rolle. Für die Kaufbereitschaft von Produkten sind vor allem bestimmte Motive und Werthaltungen gegenüber der Landwirtschaft und der daraus erzeugten Produkte von Bedeutung.

Eine wichtige Voraussetzung ist der soziale Status des Konsumenten, denn dieser entscheidet darüber, welche Produkte nachgefragt werden. Dabei spielen vor allem Faktoren wie der Bildungsstand, das verfügbare Einkommen, die Wertschätzung der Umwelt sowie die Skepsis oder Nichtskepsis gegenüber einer industrialisierten Landwirtschaft eine entscheidende Rolle für die Nachfrage nach Produkten aus dem Einzelhandel oder der Direktvermarktung. Damit kann die Gesellschaft die Einkommenslage der Betriebe, deren Existenz und die Vermarktungsentscheidung entscheidend mitbestimmen.

3.6.2.2 Interne Rahmenbedingungen

Bei den innerbetrieblichen Rahmenbedingungen sind u. a. folgende Einflussfaktoren zu nennen: Verbundenheit mit dem Betrieb und dem Standort, Leitbild und Betriebsphilosophie, Ausstattung, Personalressourcen, Know-how und bereits vorhandene Wertschöpfungsketten.

3.6.2.2.1 Voraussetzungen der Betriebsstätten

In erster Linie finden sich im Alpenland relativ klein strukturierte, familiengeprägte Milchviehbetriebe. Laut Riester et al. (2013) liegt die durchschnittliche Betriebsgröße bei circa 31

Kühen, wohingegen der Bundesdurchschnitt bei rund 48 Kühen liegt. Eine wichtige Voraussetzung für die Existenz der Betriebe in Bayern ist in der Regel die starke emotionale Bindung an den eigenen Betrieb, die Heimat und der Beruf. Auch das Eigentum an Grund und Boden und die familiäre Arbeitsverfassung sind wichtige wirtschaftliche Grundlagen.

Da die Einkommenssituation bei klein strukturierten Betrieben in aller Regel angespannt ist, sind schnelle unternehmerische Entscheidungen notwendig, um die Existenz des Betriebs zu sichern. Fehlende betriebliche Strategien sind daher existenzgefährdend, denn das Einkommen eines Betriebs ist sehr stark abhängig von den betrieblichen Strategien, den Faktorkosten, der Betriebsgröße, den Marktentwicklungen, dem Marktumfeld und den Direktzahlungen (Streifeneder 2009).

Nachdem in Bayern der monatliche Durchschnittsverdienst laut Bayerischem Bauernverband im Wirtschaftsjahr 2011/12 bei rund 2.960 Euro brutto (BBV, 2012) lag, sind die Handlungsspielräume bezüglich Investitionen, Rückstellungen etc. durch das Realeinkommen relativ begrenzt. Die Einkommenssituation ist bei kleinbäuerlichen Betrieben stark schwankend. Der Aufbau interner Wertschöpfungsketten (als strategische Option im Sinne einer Kompensation externer Faktoren) und die Nutzung landwirtschaftsnaher Einkommensquellen, wie der Direktvermarktung, sind relevant.

3.6.2.2.2 *Faktorausstattung*

Die individuelle Situation eines landwirtschaftlichen Betriebs hängt von den verfügbaren Produktionsmitteln ab. Dabei spielen vor allem Boden, Eigenkapital, Lieferrechte und Arbeit eine bedeutende Rolle. Viele der bayerischen Milchviehbetriebe sind vor allem in Bezug auf die Flächenausstattung benachteiligt. Durch topografische Gegebenheiten sind viele kleinteilige Flächen vorhanden, die als Weide und Futtergrundlage dienen und damit unweigerlich die Viehbestandsgröße bestimmen. Die Viehbestandsgröße beeinflusst die Größe und die Anzahl der Wirtschaftsgebäude.

Die Lage und die Topografie bestimmen wiederum, welche Maschinen für die Bewirtschaftung am besten geeignet sind. Oftmals werden teure Spezialmaschinen für die Futterbereitstellung benötigt. Dort, wo Maschinen an ihre Grenzen stoßen, kommt es vermehrt zu Handarbeit. Hier spielen die Verfügbarkeit von Arbeitskräften und der Faktor Zeit eine große Rolle.

Zudem ist die vorhandene Finanzkraft von klein strukturierten Betrieben in der Regel gering, weshalb sich nur eingeschränkt Handlungsmöglichkeiten für die Betriebsentwicklung ergeben. In diesem Fall könnten die externen Rahmenbedingungen beispielsweise durch Förderungen Einfluss nehmen.

3.6.2.2.3 *Personalressourcen*

Das ökonomische Überleben der landwirtschaftlichen Betriebe basiert auf der Mitarbeit der Familienmitglieder. Die Kompetenz und das Know-how des Betriebsleiters sowie die Verfügbarkeit von Familienarbeitskräften sind entscheidend für die hofeigene Verarbeitung und Vermarktung. Durch die Einbindung von Altenteilern besteht eine weitere Möglichkeit, die ökonomische Basis zu verbessern. Auch die Verfügbarkeit zusätzlicher Fremdarbeitskräfte ist als Voraussetzung für eine eigene Vermarktung entscheidend.

Vor allem sind unternehmerische Fähigkeiten eines Betriebsleiters gefragt, die darüber entscheiden, in welcher Qualität das landwirtschaftliche Unternehmen geführt wird. Dabei spielen vor allem Führungsqualität, Kreativität, Kenntnisse im Bereich des Rechnungswesens sowie der Produktion, Lagerung und Verarbeitung eine bedeutende Rolle. Die Persönlichkeit

des Betriebsleiters manifestiert sich durch langjährige Verhaltensmuster im Denken und Führen des Betriebs und beeinflusst damit unmittelbar die Produktions- und Vermarktungsorientierung.

In vielen Teilen Oberbayerns ist noch ein hohes Maß an Traditionsbewusstsein und Heimatgefühl vorhanden, sodass dort viele Betriebe trotz der oben genannten Entwicklungen über mehrere Familiengenerationen weitergeführt werden. Neben dem Aspekt junger Hofnachfolger sind die Familiengröße und der Familienzusammenhalt von Bedeutung für die Bewirtschaftung eines Betriebs.

3.6.2.3 Vermarktungswege für Milcherzeugnisse im bayerischen Alpenland

Die Entscheidung für einen Vermarktungsweg von Frischmilch und Frischmilchprodukten sowie Käse ist abhängig vom Standort und von den marktwirtschaftlichen und innerbetrieblichen Faktoren. Dabei spielen vor allem die Lage des Betriebs, die Anbindung an Absatzwege, innerbetriebliche Ausstattungen und Marktpreise sowie die Konkurrenz eine entscheidende Rolle. Bei der Vorstellung der drei Verarbeitungskanäle Frischmilch und Frischmilchprodukte sowie Käse wird auf die Bedeutung, die betrieblichen Lieferargumente und die jeweiligen Vor- und Nachteile eingegangen.

Für den Vertrieb von Milch und Milchprodukten sowie Käse kommen für den Landwirt eigene Direktvermarktung, Direktvermarktung über Sennereien oder über Molkereien in Betracht. Für große Milchviehbetriebe mit einer hohen Milchabgabemenge spielt die Vermarktung über den Lebensmitteleinzelhandel und den Großhandel eine bedeutende Rolle. Kleine Betriebe geben die Milch oft an kleinere Sennereien ab oder es erfolgt bei Vorliegen der betrieblichen Voraussetzungen der Direktabsatz über den eigenen Hofladen, den Wochenmarkt oder einen Lieferservice. In Abb. 3.36 sind die wichtigsten Vertriebswege für den Rohstoff Milch in Berggebieten dargestellt.

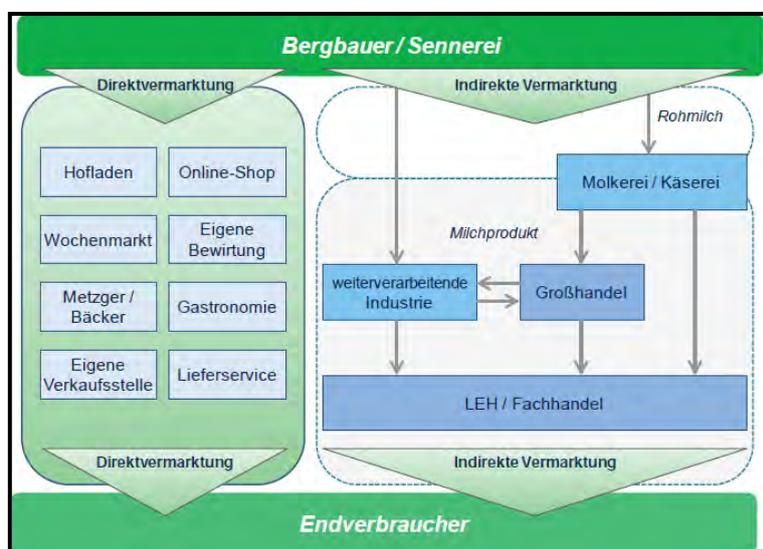


Abb. 3.36: Vertriebswege für den Rohstoff Milch (Huber und Jantke, 2013, S. 25)

3.6.2.3.1 Molkerei

Bedeutung der Molkereiwirtschaft

Molkereien sind die häufigsten Verarbeitungsstätten für Milch. Etwa 98 % der erzeugten Milch in Bayern gehen an Molkereiunternehmen. Rund 8 Mio. kg Milch werden in 77 bayerischen Molkereien mit 113 Betriebsstätten zu Käse, Frischmilch und Frischmilchprodukten

verarbeitet (LVBM, 2012). Im Jahr 2012 wurden im Regierungsbezirk Oberbayern 2,1 Mio. t Milch an Molkereien geliefert (Helmreich et al., 2013). Damit sind die Molkereien in Bayern die größten Verarbeitungsunternehmen für Milch- und Milchprodukte. Abb. 3.37 zeigt eine Übersicht über die größten Molkereiunternehmen in Bayern.

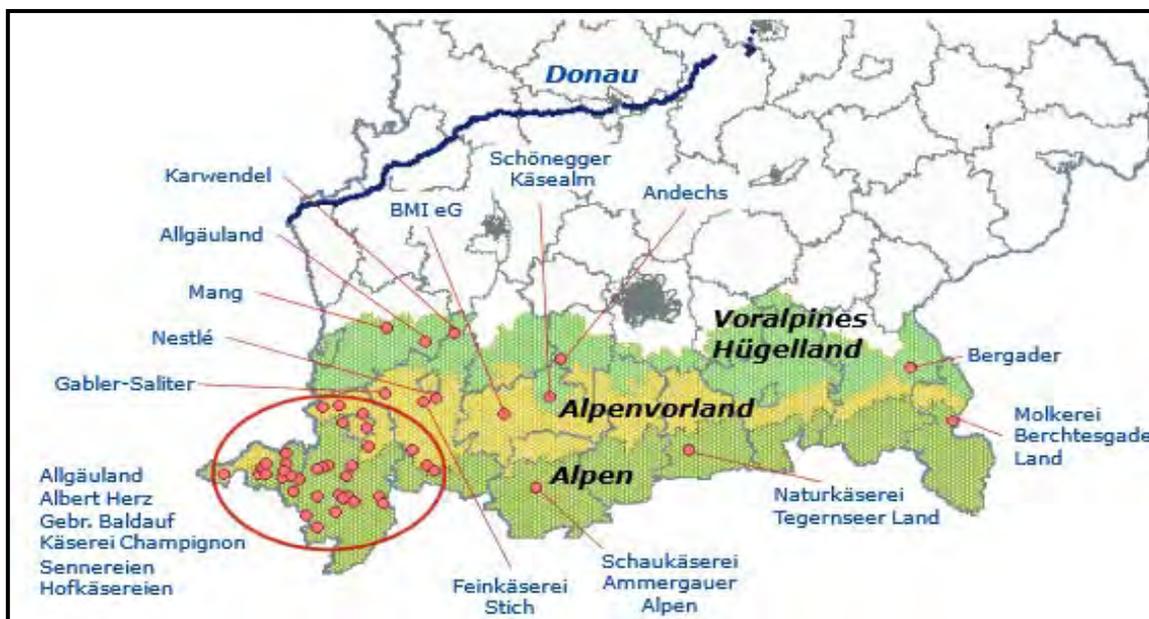


Abb. 3.37: Übersicht über die Molkereiunternehmen in Bayern (Huber und Jantke, 2013, S. 29)

Die Vermarktung erfolgt überwiegend über den Lebensmitteleinzelhandel und stellt damit den größten Absatzweg dar. Neben der Vermarktung über Discounter und Supermärkte gelangt ein geringer Teil der zu verarbeitenden Milchmenge zum Großverarbeiten in die Ernährungsindustrie sowie in den Export (Huber und Jantke, 2013).

Betriebliche Argumente für die Milchablieferung

Für die Belieferung einer Molkerei stehen aus betrieblicher Sicht verschiedene Aspekte im Vordergrund. Ein wichtiger Grund ist die Absatzgarantie des erzeugten Rohstoffs zu einem festgelegten Preis. Dadurch wird dem Landwirt die Sicherheit eines regelmäßigen Einkommens ermöglicht. Des Weiteren sind im reinen Milchproduktionsbetrieb im Vergleich zu einem Betrieb mit eigener Verarbeitung und Vermarktung wesentlich einfachere Arbeits- und Prozessabläufe zu finden. Außerdem fallen bei einem solchen Betrieb geringere Investitionskosten für zusätzliche Verarbeitungsgebäude an.

Weiter ist von Vorteil, dass gesamtbetrieblich weniger Arbeitskräfte eingesetzt und finanziert werden müssen und der zeitliche Aufwand deutlich geringer ist. Schließlich spielt auch die Betriebsgröße eine Rolle, denn große Betriebe mit einem hohen Milchaufkommen können die erzeugten Mengen meist nicht vollständig selbst verarbeiten, sodass der Überschuss an Milch an eine Molkerei geliefert werden muss.

Als Nachteile sind insbesondere die Abhängigkeit von den Preisschwankungen und der Dynamik des Milchmarkts zu nennen. Zudem verbleibt bei der Vermarktung über die Molkerei nur eine geringe Wertschöpfung im Betrieb.

3.6.2.3.2 Direktvermarktung

Bedeutung der Direktvermarktung für landwirtschaftliche Betriebe

Die Direktvermarktung ist für viele Betriebe eine Möglichkeit, das Einkommen zu stabilisieren, Arbeitsplätze zu schaffen und zu erhalten und in der eigenen Region eine hohe Wertschöpfung durch die Erzeugung regionaler Lebensmittel zu generieren. Die Rahmenbedingungen für die Direktvermarktung zwingen Betriebe dazu, viele Bestimmungen bezüglich der Produktion, Verarbeitung und Verpackung zu beachten, um die Lebensmittelsicherheit für den Kunden zu garantieren.

Die Einkommensspannen der Betriebe sind bei der Direktvermarktung sehr groß und liegen bei circa 35 bis 73 % des Gesamteinkommens der Betriebe (Weinberger-Miller, 2007). Beim Auftreten von Lebensmittelskandalen ergibt sich stets eine steigende Nachfrage nach Produkten von landwirtschaftlichen Erzeugern im Direktabsatz.

Betriebliche Gründe und Voraussetzungen für die Direktvermarktung

Für einen Einstieg in die Direktvermarktung können sowohl ökonomische als auch persönliche Entscheidungsmotive im Vordergrund stehen. Betriebliche Gründe, angelehnt an Kuhnert (1998) und Recke et al. (2004), werden hier vorgestellt.

Zwei Gründe, die häufig in den Studien zur Direktvermarktung genannt werden, sind der Erhalt oder die Steigerung des Einkommens sowie die ökonomische Absicherung des Betriebs durch die Erzielung höherer Preise in der Direktvermarktung (Kuhnert, 1998; Weinberger-Miller, 2007). Dabei lassen sich vorhandene Arbeitskapazitäten gut nutzen und innerbetriebliches Wachstum schaffen. Durch die direkte Partizipation sowie die Optimierung der Wertschöpfungskette und die damit verbundene Diversifizierung in der Landwirtschaft findet zudem eine breitere Risikostreuung statt.

Bei der Entscheidung über den Einstieg in die Direktvermarktung spielen aber persönliche, betriebliche und außerbetriebliche Faktoren eine Rolle. Die wichtigsten Punkte sind nach Wirthgen und Maurer (2000):

- **Betriebliche Voraussetzungen:** Wichtig für den landwirtschaftlichen Betrieb sind die Lage bzw. der Standort sowie die Außenstellung des Betriebs. Eine stadtnahe Lage und eine gute Infrastruktur ermöglichen einfache Direktabsatzmöglichkeiten. Neben dem Standort sind bereits vorhandene Gebäude zum Verarbeiten, Kühlen und für den Verkauf eine gute Voraussetzung, um auf dem jeweiligen Betrieb eine hofeigene Verarbeitung und Direktvermarktung aufzubauen. Ansonsten müssen für den Einstieg in die Direktvermarktung größere Investitionen getätigt werden. Schließlich ist eine gut geeignete qualitativ hochwertige Produktpalette entscheidend für den Direktabsatz.
- **Außerbetriebliche Voraussetzungen:** Zentraler Erfolgsfaktor in der Direktvermarktung sind die Absatzchancen für die geplanten Produkte im Zusammenhang mit der Konkurrenzsituation zu anderen Direktvermarktern und der Qualität der vermarkteten Produkte. Dem Betriebsleiter muss es gelingen, mit einem Produktsortiment eine Alleinstellung zu erreichen. Die regionalen Angebotsdefizite sind in Bezug auf das eigene Absatzpotenzial zu prüfen, u. a. auch beim Angebot an Spezialitäten wie z. B. regionaltypischem Bergkäse. Die Verfügbarkeit von Aushilfskräften sowie ihre Einsetzbarkeit sind ebenfalls eine wichtige Voraussetzung.
- **Persönliche Voraussetzungen:** Persönliche Motivation und Neigung zur Direktvermarktung sind entscheidend für einen Erfolg, denn Direktvermarkter müssen einen professio-

nellen Umgang mit den Kunden pflegen und über die Fähigkeit verfügen, neue Kunden anzusprechen. Ebenso wichtig sind Kreativität und Einfallsreichtum für das Marketing und die Produktstrategien. Darüber hinaus spielen die verfügbaren Arbeitskapazitäten der (weiblichen) Familienarbeitskräfte eine zentrale Rolle, denn in der generell arbeitsintensiven Direktvermarktung sind meist zu einem erheblichen Teil Frauen eingebunden.

Absatzwege für Milch und Milchprodukte in der Direktvermarktung

Für den Absatz von Frischmilch wird häufig der Ab-Hof-Verkauf genutzt. Ein breites, attraktives Sortiment lässt sich über einen ausgebauten Hofladen vermarkten, falls betriebswirtschaftliches Know-how im Sinne eines soliden kaufmännischen Handelns den Erfolg dieses Konzepts unterstützt.

Beim Verkauf auf Wochenmärkten spielen Frische und Qualität der Produkte für die Kaufentscheidung der Kunden eine bedeutende Rolle. Auf Bauernmärkten verkaufen Erzeuger ihre Produkte selbst (Wirthgen und Maurer, 2000). Ein Lieferservice von Milch, Butter und Käse eignet sich besonders für weit abgelegene Betriebe (Wirthgen und Maurer, 2000) und ein Versandhandel für den Vertrieb von Käse (vor allem vakuumierter Käse).

Auf die wichtigsten Absatzwege von Milch und Milchprodukten mit ihren Vor- und Nachteilen wird in Abschnitt 3.7.3 näher eingegangen.

3.6.2.3.3 Sennereien

Bei Sennereien handelt es sich um Milchverarbeitungsstätten im Tal- oder Berggebiet, in denen im Sommer oder das ganze Jahr über Milch vorwiegend zu Käse, Rahm und Butter verarbeitet wird. Sennereien sind seit Jahrhunderten ein wesentliches Standbein der Berglandwirtschaft und bilden für viele Bauern die Existenzgrundlage für die Bewirtschaftung (Brugger und Wohlfahrter, 1983). Die Landwirte haben die Möglichkeit, ihre Tiere im Sommer auf den Almen weiden zu lassen, um vor allem beim Jungvieh Aufzuchtkosten zu sparen (Brugger und Wohlfahrter, 1983). Insbesondere durch das qualitativ bessere Futter auf den Almflächen und die ständige Bewegung im Höhenklima sind die Tiere insgesamt widerstandsfähiger und weniger krankheitsanfällig als in Talbetrieben (Hönegger, 2008).

Weil die Kühe im Sommer auf Almflächen gehalten werden und diese häufig zu weit abgelegen oder zu schwer zugänglich sind, um die Milch im Tal verarbeiten zu lassen, wird die Milch direkt in einer Sennhütte verarbeitet. Die Milchverarbeitung in Sennereien hat eine jahrhundertealte Tradition und ist untrennbar mit der Erhaltung der Kulturlandwirtschaft verbunden. Aus betrieblicher Sicht hat die Bewirtschaftung einer Sennerei gerade für Betriebe mit schwierig zu bewirtschaftenden Teilflächen einen hohen Stellenwert.

Die meisten Sennereien sind als genossenschaftliche Kleinbetriebe organisiert, denn häufig schließen sich kleine Betriebe mit einer geringen Anzahl von Kühen zu Erzeugergemeinschaften zusammen und lassen die Milch im Sommer auf einer Sennhütte oder über das ganze Jahr in einer Sennerei im Tal verarbeiten und vermarkten. Durch die direkte Verarbeitung der Milch wird eine besondere Wertschöpfung für Berg- oder Almprodukte geschaffen. Besonders in stark frequentierten Tourismusregionen ist die eigene Verarbeitung der Milch und deren Vermarktung attraktiv (Neudorfer et al., 2012). Viele Sennhütten sind heute über eine Vielzahl von Wanderwegen erschlossen, sodass ein Teil der veredelten Produkte sofort über den Freizeittourismus abgesetzt werden kann. Dies erhöht die Wertschöpfung der Almmilch für die Landwirte.

Die Vorteile der Sennereiverarbeitung liegen in der Ausnutzung der günstigen Produktionsfaktoren für die Milcherzeugung auf der Alm sowie der vorhandenen Verarbeitungspotenzi-

ale. Zudem lassen sich für die so hergestellten Produkte höhere Preise erzielen und die betriebliche Wertschöpfung steigern. Nachteilig kann sich ein sehr aufwendiger Transport der Milch von den einzelnen Betrieben zur Sennhütte bzw. der Produkte von der Sennhütte auswirken, falls diese auf der Alm liegt. Außerdem sind für die Neueinrichtung einer Sennerei relativ hohe Investitionen erforderlich.

3.6.2.4 Entscheidungsfaktoren in landwirtschaftlichen Betrieben

Den Beweggründen von Milcherzeugern, sich für oder gegen eine eigene Verarbeitung und Direktvermarktung zu entscheiden, liegt eine komplexe Fragestellung zur Entscheidungsfindung in Familienunternehmen zugrunde, die bisher wenig erforscht wurde (Kusemann, 2004). Eine Reihe von ökonomischen Modellen in der Literatur erklärt, wie Landwirte Entscheidungen treffen sollen, nicht aber nach welchen Prinzipien die Landwirte letztendlich wirklich entscheiden (Öhlmer et al., 1998).

Grundsätzlich basieren Entscheidungen meist auf einer Mischung aus objektiven und subjektiven Faktoren. Die Annahme, dass sich Entscheidungsträger bei anstehenden betrieblichen Entscheidungen ausschließlich rational (*Homo oeconomicus*) verhalten, ist nicht haltbar. Subjektive Einflussfaktoren, wie Gefühle, Intuition, bisherige Erfahrungen, Wertvorstellungen und spezifische Präferenzen, haben meist einen wesentlichen Einfluss auf die Entscheidungsmuster. Das heißt, Entscheidungen werden von einer Vielzahl von Faktoren beeinflusst, bei denen psychologische und sozioökonomische Aspekte eine entscheidende Rolle spielen (Öhlmer et al., 1998). Durch komplexe Entscheidungssituationen im Hinblick auf Vermarktungswege kann es schwierig sein, eine Lösung zu finden, die sowohl den Kriterien der ökonomischen Vorteilhaftigkeit als auch den familiären Prioritäten entspricht (Kusemann, 2004).

Abb. 3.38 zeigt ein komplexes System, in dem der landwirtschaftliche Betrieb mit Familie, Haushalt in die sie umgebenden Rahmenbedingungen eingebettet ist. Dieses System wird geprägt von persönlichen Wünschen, Zielen, Fähigkeiten und Neigungen. Neben den persönlichen Faktoren gibt es den Wirtschaftsbetrieb mit seinen Familienmitgliedern, die ein Einkommen erwirtschaften und damit entlohnt werden.

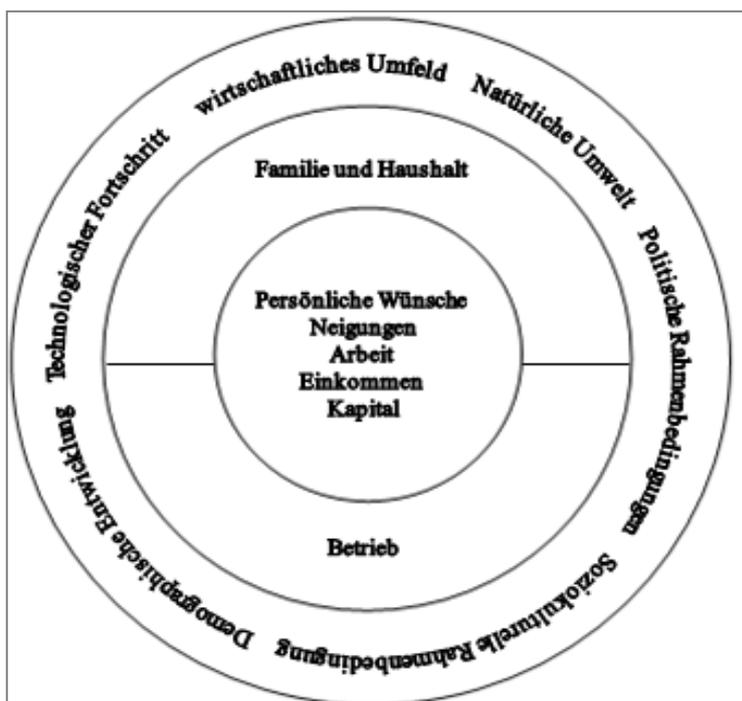


Abb. 3.38: Systemkomplex Familie, Betrieb und Umweltbedingungen (nach Kirner, 2005, S. 51)

Zusätzlich haben weitere Rahmenbedingungen einen Einfluss auf den Betrieb (siehe Abschnitt 3.6.2.1). So prägt der agrarpolitische Kontext die Bedingungen für die landwirtschaftliche Produktion und das wirtschaftliche Umfeld, die Arbeitsmöglichkeiten und die sozio-kulturelle Entwicklung beeinflussen gesellschaftliche Werte. Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass Entscheidungen in landwirtschaftlichen Betrieben immer mit Betriebs- und Familieninteressen verbunden sind.

Die Motive für eine Entscheidung sind durch persönliche Fähigkeiten, eigene Interessen, Wissen über persönliche Kompetenzen und Enthusiasmus beeinflusst. Daneben gibt es externe Faktoren, wie Kapital, Flächenverfügbarkeit und Marktbedingungen, sowie zufällige Faktoren, wie Marktpreisschwankungen, Tierseuchen und Zinsraten, die Entscheidungen beeinflussen. Entscheidungen werden demnach auf verschiedenen Ebenen getroffen, das heißt auf Familien-, betriebswirtschaftlicher und Ausstattungsebene.

Zuletzt hängen Entscheidungen auch vom Lebenszyklus der Landwirte ab. So ändern sich im Laufe des Lebens die Zusammensetzung der Familien, die Haushaltsgröße und damit auch die Versorgungsansprüche. Abb. 3.38 verdeutlicht das Spannungsfeld zwischen betrieblichen und familiären Interessen bei der Entscheidungsfindung.

3.6.3 Material und Methoden

3.6.3.1 Untersuchungsraum Berchtesgadener Land

Der Landkreis Berchtesgadener Land (BGL) liegt im Südosten Bayerns an der Grenze zu Österreich und gehört zum Regierungsbezirk Oberbayern. Im Westen und Nordwesten grenzt er an den Landkreis Traunstein, im Osten, Süden und Südwesten an die österreichische Staatsgrenze (Abb. 3.39). Der Landkreis hat mit einer Fläche von 84.000 ha und 100.000 Einwohnern eine Bevölkerungsdichte von 122 Einwohnern pro Quadratkilometer. Er gehört zu den mittelgroßen Landkreisen und zu den dünn besiedelten Regionen in Bayern (BGL, 2013). Innerhalb des Landkreises leben in Bad Reichenhall und Freilassing die meisten Einwohner. Hinzu kommen 13 weitere Gemeinden.



Abb. 3.39: Der Landkreis Berchtesgadener Land (Ohrlich, 2006, S. 75)

Geografisch lässt sich der Landkreis in drei topografische Regionen einteilen. Der Norden des Landkreises mit den Gemeinden Freilassing und Laufen ist leicht hügelig und gehört zur voralpinen Region. Weiter südlich schließen sich eine alpine Region bei Bad Reichenhall und eine hochalpine Region bei Berchtesgaden an. Der höchste Punkt in der hochalpinen Zone ist der bekannte Watzmann mit 2.713 m ü. NN und damit die höchste Erhebung im Landkreis (BGL, 2013).

Das Berchtesgadener Land verfügt über einen einzigartigen Hochgebirgsnationalpark, der seit 1978 besteht und über eine Fläche von 241 km² verfügt. Im Zentrum des Nationalparks Berchtesgaden befindet sich der bekannte Königssee. Zudem existiert seit 1990 das Biosphärenreservat Berchtesgaden, das sich über 56 % des Landkreises erstreckt und damit deutlich über die Nationalparkgrenzen hinausgeht (BGL, 2013).

3.6.3.1.1 Landwirtschaft

Nur 22 % der gesamten Landkreisfläche dienen der landwirtschaftlichen Nutzung (AELF-TS, 2013). Insgesamt rund 18.000 ha landwirtschaftliche Nutzfläche im Landkreis werden als Grünland bewirtschaftet. Hinzu kommen 1.500 ha Almfläche.

Im Landkreis Berchtesgadener Land sind rund 1.300 Betriebe ansässig. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei 14,5 ha. Die meisten Betriebe bewirtschaften Flächen im Umfang von 10 bis 20 ha und zwischen 1 und 10 ha (AELF-TS, 2013). Allerdings gibt es auch Ausnahmen im Voralpenland, denn dort sind mittlere Betriebsgrößen zu finden. Im bayernweiten Vergleich sind die Flächengrößen verhältnismäßig unterdurchschnittlich.

Der überwiegende Teil der Bergbauernbetriebe im Landkreis erzielt sein Haupteinkommen aus der Milchproduktion. 789 Betriebe halten insgesamt als 14.500 Milchkühe, durchschnitt-

lich 18 Milchkühe je Betrieb. Seit 1983 geht die Anzahl der Haupterwerbsbetriebe durch den Strukturwandel immer stärker zurück.

In der Landwirtschaft des Berchtesgadener Lands spielt in den Sommermonaten die Almbewirtschaftung eine große Rolle. So liegen von den 63 Almen, vorwiegend Wald- und Lichtweiden im Landkreis, viele davon sogar im Nationalpark, die jährlich mit Vieh bestoßen werden (AELF-TS, 2013). Der überwiegende Teil der Almbauern wirtschaftet im Zuerwerb.

3.6.3.1.2 Überregionale Milchverarbeitung

Die überregionale Milchvermarktung der Bergbauern im Landkreis Berchtesgadener Land erfolgt über die Milchwerke Berchtesgadener Land. Im Jahr 2012 lieferten von den insgesamt 789 Milchbauern im Landkreis Berchtesgadener Land 494 ihre Milch an diese Molkerei ab (Milchwerke Berchtesgadener Land, 2013). Insgesamt gibt es im Landkreis zwei Möglichkeiten, die Milch verarbeiten zu lassen: Für die ausschließliche Käseproduktion liefern Bauern aus dem Raum Rupertiwinkel ihre Milch an die Bergader Privatkäserei in Waging am See. Für die Erzeugung von Frischmilch und Frischmilchprodukten gelangt die Milch an die Milchwerke Berchtesgadener Land in Piding.

Die Milchwerke Berchtesgadener Land wurden von 50 Milchbauern gegründet, die sich 1927 im Raum Bad Reichenhall zusammengeschlossen haben. Die Molkerei ist auch heute noch genossenschaftlich organisiert und hat 1.700 Mitglieder. 1976 fusionierten die Milchwerke mit der Chiemgau-Molkerei Truchtlaching und bauten ihren zukünftigen Produktionsstandort in Piding auf. Aufgrund der Ausbezahlung überdurchschnittlicher Milchpreise über viele Jahre hinweg und der Tatsache, dass die Mitglieder der Genossenschaft aus dem Landkreis selbst stammen, haben die Landwirte eine gewisse Bindung an die Molkerei.

Bereits 1974 verarbeiteten die Milchwerke Berchtesgadener Land als Erste in Bayern Demeter- und Naturland-Milch und gehörten damit zu den Biopionieren im Molkereiwesen. Heute wird in der Molkerei vorwiegend Frischmilch hergestellt, bekannt als „Bergbauernmilch“ oder „Bio-Alpenmilch“. Außerdem werden Frischmilchprodukte wie Joghurt, Quark und Butter produziert.

Das Einzugsgebiet liegt vorwiegend im Landkreis Berchtesgadener Land (Abb. 3.40). Ein geringer Teil der Milch stammt aus angrenzenden Regionen wie dem Chiemgau, dem Isarwinkel und dem Salzburger Land. Der überwiegende Teil der Milch stammt von konventionell und extensiv wirtschaftenden Bergbauern. Der Rest wird bei Bergbauern abgeholt, die in Bioverbänden organisiert sind.

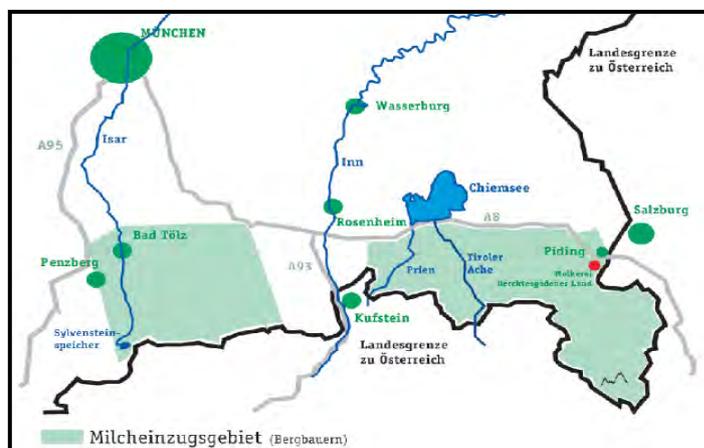


Abb. 3.40: Milcheinzugsgebiet der Milchwerke Berchtesgadener Land (Huber und Jantke, 2013)

Die Milchwerke arbeiten mit Familienbetrieben zusammen, die jeweils über eine Fläche von durchschnittlich 32 ha verfügen. Von diesen Betrieben bewirtschaften 29 % unter 20 ha landwirtschaftliche Nutzfläche, 27 % zwischen 20 und 50 ha und 14 % über 50 ha (GEPA, 2011).

Die Vermarktung erfolgt über den Lebensmitteleinzelhandel und den Naturkostgroßhandel. Die Milchwerke bezahlen den Bauern in der Bergregion trotz hohem Aufwand seit Jahren die höchsten Milchpreise im deutschlandweiten Vergleich (top agrar, 2009; Demeter, 2010; GEPA, 2011; Milchwerke Berchtesgadener Land, 2013). Gemäß Milchwerke Berchtesgadener Land (2013) wurden im Dezember 2013 folgende Milchpreise ausgezahlt:

- für konventionelle Milch 46,49 Cent/kg,
- für Naturland-Milch (Biomilch) 57,56 Cent/kg
- für Demeter-Milch (Biomilch) 58,67 Cent/kg

Die Preise galten bei 4,0 % Fett und 3,4 % Eiweiß und enthielten die landwirtschaftliche Vorsteuer von 10,7 %. Laut Molkerei fließen die Gewinne „ausschließlich in Form von Investitionen zur Standortsicherung und zur zusätzlichen Auszahlung an die Landwirte per Milchgeld in das Unternehmen zurück“ (Milchwerke Berchtesgadener Land, 2013).

3.6.3.1.3 Regionale Vermarktung als Direktvermarkter

Die eigenständige Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte aus der Region spielt im Landkreis Berchtesgadener Land trotz ortsansässiger Molkerei eine wichtige Rolle, da Berchtesgaden touristisch gut erschlossen ist. Viele Urlauber, die über das Jahr verteilt in die Region kommen, fragen nach regionalen Bergbauernprodukten.

Seit 2003 informiert der Verein der „Direktvermarkter zwischen Watzmann und Waginger See e. V.“ über Direkt- und Regionalvermarkter in der Region und koordiniert das Netzwerk, das von circa 34 Landwirten aus den Landkreisen Berchtesgadener Land und Traunstein gegründet wurde mit dem Ziel, unabhängig von Marktpreisen das Einkommen zu verbessern. Das Erzielen eines höheren Preises für die eigenen Produkte über die Direktvermarktung spielt dabei eine große Rolle.

Mit dem „Berchtesgadener Rupertikörperl“, einem Geschenkkorb, soll mehr Transparenz für die Verbraucher geschaffen und das Vertrauen in die eigenen Produkte gestärkt werden. Mit einer Liste der aktuellen Direktvermarkter wird gleichzeitig über die Einkaufsmöglichkeiten für Einheimische und Urlauber informiert. Außerdem werden vom Verein Hoffeste organisiert, um den Menschen aus der Region die regionalen Produkte näherzubringen.

Zudem verwirklicht die „Solidargemeinschaft Berchtesgadener Land“ eine Reihe von Projekten wie die „Berchtesgadener Schmankerlschachtel“ – eine Geschenkkiste mit hochwertigen Produkten aus der Region – und das „Berchtesgadener Bauernfrühstück“. Für Letzteres beziehen Gaststätten, Pensionen und Hotels regionale Produkte der Landwirte und bieten diese zum Frühstück an, sodass Landwirten zusätzliche Vermarktungswege eröffnet werden.

3.6.3.2 Vorstellung der Fallbeispiele

Für die Befragung der Fallbetriebe wurden insgesamt vier Fälle untersucht, die sich hinsichtlich der Verarbeitung und der Vermarktungswege von Milch und Milchprodukten unterscheiden. Im Folgenden werden alle besuchten Fallbetriebe kurz vorgestellt. Die Beschreibungen sind jeweils für den Zeitpunkt der Befragung dargestellt.

Fallbetrieb 1

Der erste Fallbetrieb ist ein biologisch wirtschaftender Familienbetrieb mit drei einzelnen Betriebsstätten. Die jeweiligen Betriebsstätten werden von den Familienmitgliedern bewirtschaftet und liegen im Alpenvorland an der Grenze zu Österreich. Der Gesamtbetrieb verfügt über 45 Fleckviehkühe und deren Nachzucht sowie 500 Legehennen. Insgesamt werden rund 50 ha landwirtschaftliche Nutzfläche bewirtschaftet.

Auf dem Betrieb befinden sich eine eigene Hofmolkerei und eine Nudelmanufaktur, um die Erzeugnisse des Betriebs zum Teil in Eigenregie weiterzuverarbeiten. Das überwiegende Milchaufkommen des Betriebs wird von den Milchwerken Berchtesgadener Land in Piding abgeholt. Die auf dem Hof hergestellten Produkte werden über Wochenmärkte und über einen eigenen Lieferservice abgesetzt.

Fallbetrieb 2

Der zweite Fallbetrieb ist ein Familienbetrieb mit 75 Milchkühen und liegt ebenfalls an der Grenze zu Österreich. Der jetzige Betriebsleiter hat den Betrieb im Jahr 2000 von seinen Eltern übernommen und bewirtschaftet ihn gemeinsam mit seiner Frau. Der Hof verfügt über 43 ha landwirtschaftliche Nutzfläche, von denen jeweils die Hälfte Grünland- und Ackerfutterflächen sind.

Dem Betrieb steht ein Melkroboter zur Verfügung, der zweimal am Tag im Einsatz ist. Die Milch wird ausschließlich an die Milchwerke Berchtesgaden in Piding geliefert.

Fallbetrieb 3

Der dritte Fallbetrieb besteht aus einer Agrargemeinschaft von 16 bayerischen und 14 österreichischen Nebenerwerbsbetrieben im Berggebiet mit acht bis zwölf Milchkühen und 5 bis 12 ha landwirtschaftlicher Nutzfläche. Die Agrargemeinschaft verfügt auf österreichischem Gebiet über eine gemeinsame Alm mit 30 kleinen Hütten auf 1.500 m ü. NN, die von den Mitgliedern im Sommer mit ihrem Vieh bestoßen wird. Die Almmilch der insgesamt 182 Milchkühe der Gemeinschaft wird im Sommer circa vier Wochen lang in der Sennhütte verkäst. Der stark eingegrenzte Zeitraum ergibt sich aus der Tatsache, dass die Betriebe keiner EU-Zulassung unterliegen und nur unterhalb einer bestimmten Milchmenge Käse produzieren können.

Während der Dauer von vier Wochen werden rund 80.000 l Milch zu 8 t Käse veredelt, u. a. zu Raclette-, Berg- und Almkäse (Tilsiterart). Die Produkte werden von den Mitgliedern über besondere Märkte (Christkindlmärkte, Herbstmärkte) in der Region sowie über die Alm im Sommer und den Einzelhandel im Berchtesgadener Land vermarktet. Der Rest der Milch wird das Jahr über an die Pinzgauer Molkerei in Österreich geliefert.

Fallbetrieb 4

Der vierte Fallbetrieb ist ein familiengeführter Bergbauernhof mit 120 ha und einem Schwerpunkt auf der Almwirtschaft im Landkreis Rosenheim. Die Alm verfügt über 90 ha und liegt auf 1.300 m ü. NN. Insgesamt gibt es auf dem Betrieb 47 Stück Vieh: 12 Milchkühe und deren Nachzucht, 30 Schafe und 5 Kaltblutpferde. Die Kühe und das Jungvieh sowie die Schafe sind im Sommer auf der Alm.

Der Betrieb veredelt über die Sommermonate Schaf- und Kuhmilch zu Berg- und Almkäse (Tilsiterart). Im Winter wird ein kleiner Teil der Milch in einer Käserei im Tal verarbeitet. Der überwiegende Teil wird aufgrund der geringen Verarbeitungskapazität der Käserei an die Bergader Privatkäserei geliefert. Direktvermarktet wird im Sommer auf der Alm an Wanderer

und Touristen, über Mundpropaganda an der Haustüre sowie ausgehend von der Käserei über den Einzelhandel im Ort selbst.

3.6.3.3 Auswahl der Untersuchungsmethoden

Im Rahmen dieser Arbeit wurden zwei unterschiedliche Untersuchungsmethoden angewendet: In einem ersten Schritt wurde eine empirische Untersuchung in Form des Leitfadeninterviews (qualitative Methode) durchgeführt. Als zweite Methode wurde die Modellierung von Betriebstypen zur Wirtschaftlichkeit der Milchproduktion angewendet, um anhand der Modelle ökonomische Gründe für eine Vermarktungsentscheidung aufzeigen und ableiten zu können.

3.6.3.3.1 Empirische Untersuchung

Die empirische Untersuchung beruht auf einer qualitativen Methode, die aus einem kultur- und geisteswissenschaftlichen Forschungsverständnis entstanden ist. Ziel der qualitativen Sozialforschung ist es, individuelle Einstellungen und Lebensweisen der Probanden zu erfassen und ihre Wahrnehmungen und Deutungen zu analysieren (Mayring, 2010). Dabei sollen die Probanden Meinungen und Statements abgeben, um diese analysieren zu können.

Die folgenden Prinzipien der qualitativen Forschung wurden eingehalten:

- Prinzip der Kommunikation: Der Proband bestimmt die Art der Sprache und nicht der Interviewer.
- Prinzip der Offenheit des Forschers gegenüber dem Befragten: Dem Probanden soll die Möglichkeit gegeben werden, sich ungezwungen zu verhalten.
- Prinzip der Prozesshaftigkeit: Der Proband kann alleine den qualitativen inhaltlichen Verlauf des Interviews bestimmen.
- Prinzip der Flexibilität und der Zurückhaltung: Der Interviewer sollte zum einem auf sein Gegenüber und auf den Gesprächsverlauf flexibel reagieren und zum anderen die Gestaltungsfreiheit dem Befragten überlassen.

Ein weiteres wichtiges Merkmal ist die induktive Herangehensweise, bei der neue Hypothesen generiert werden können und nicht vorher schon bestehende Annahmen einfach nur überprüft werden, wie das bei quantitativen Herangehensweisen der Fall ist (Giereth, 2011).

3.6.3.3.2 Modellieren von Betriebstypen

Die Ermittlung der ökonomischen Gründe, sich gegen oder für eine Direktvermarktung zu entscheiden, erforderte modellhafte Betriebe, die den interviewten Betrieben in ihren Kernmerkmalen ähnlich sind und diese repräsentieren können. Zu diesem Zweck wurden drei Modellbetriebe skizziert, die einen Vergleich erlauben, um anhand bestimmter Kostenunterschiede ökonomische Beweggründe für eine Vermarktungsentscheidung in einem landwirtschaftlichen Betrieb zu identifizieren. Folgende Modelltypen wurden für die spätere Berechnungsgrundlage verwendet:

- Modellbetrieb 1 steht für den „Wachstumstyp“ und ist ein im Voralpenland gelegener konventioneller Milchviehbetrieb, der mit 75 Milchkühen über eine für die Alpenregion große Milchviehherde verfügt. Die Milchleistung der Kühe wurde mit 8.400 kg je Kuh und Jahr hoch angesetzt. Durch die für bayerische Haupterwerbsbetriebe überdurchschnittlich große Herdengröße kann der Betrieb auf Skaleneffekte in den Produktionskosten zurückgreifen und damit die Stückkosten senken.
- Modellbetrieb 2 repräsentiert die Strategie „Einnahmoptimierer“ und ist ein Bergbauernbetrieb mit zwölf Kühen im Alpenland. Kennzeichen dieses Betriebs sind die

extensive Grünlandbewirtschaftung, die kleine Herdengröße, die geringere Milchleistung (circa 5.700 kg je Kuh und Jahr) und der hohe Grundfutteranteil in der Fütterung.

- Modellbetrieb 3 ist ebenfalls „Einnahmeoptimierer“. Allerdings ist dieser ein ökologisch wirtschaftender Betrieb. Er liegt im Voralpenland mit einer durchschnittlichen Betriebsgröße von 45 Kühen und einer Milchleistung von circa 6.500 kg je Kuh und Jahr.

Die Modellbetriebe 2 und 3 versuchen aufgrund ihrer Mehrkosten in der Produktion ihre Einnahmen bestmöglich zu optimieren.

3.6.3.3.3 Vollkostenrechnung Milchproduktion

Zur Ermittlung der Vollkosten in der Milcherzeugung diente die Deckungsbeitragskalkulation der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL). Mit dem Programm wurde für den Betriebszweig „Milchproduktion ohne Jungvieh“ eine Vollkostenrechnung nach folgendem Schema durchgeführt:

Direktleistungen
- variable Kosten
= Deckungsbeitrag I
- variable Grobfutterkosten
= Deckungsbeitrag II
Deckungsbeitrag I inklusive sonstiger Leistungen
- Gebäude-, Flächen- und sonstige Kosten
= Unternehmergewinn (pro Kuh u. Jahr)
= vollkostendeckender Preis

3.6.3.3.4 Wirtschaftlichkeitsrechnung der Direktvermarktung

Auf der Grundlage von Kennzahlen über Verkaufsmengen und Produktpreise in der Direktvermarktung bei den besuchten Betrieben wurde mithilfe des AID-Access-Programms die Wirtschaftlichkeit der Verarbeitung und der Direktvermarktung berechnet. Dabei wurde auf Daten der CD-Rom von Redelberger (2010) zur Hofmolkerei, KTBL-Daten (Frisch, 2012) sowie ergänzende eigene Daten aus dem Nachfragebogen zurückgegriffen.

3.6.3.4 Datenerhebung

Bei der Datenerhebung handelte es sich um eine Feldforschung, bei der die Erhebung der Daten im Lebensumfeld der Probanden stattfand. Dadurch konnten mögliche Verzerrungen, die durch den störenden Faktor einer fremden Umgebung zustande kommen könnten, vermieden werden. Die Erhebung der Daten fand im Landkreis Berchtesgadener Land statt, und zwar im Einzugsgebiet der Molkerei Berchtesgadener Land.

Auswahl der Interviewpartner

Um der Fragestellung im Leitfadenterview gerecht zu werden, wurden folgende Kriterien festgelegt, die von den Interviewpartnern erfüllt werden mussten:

1. Die Betriebe der Probanden mussten im Einzugsgebiet der Milchwerke Berchtesgadener Land liegen.
2. Sie sollten vorwiegend aus dem Landkreis Berchtesgadener Land sowie aus dem Alpen- und Alpenvorland stammen.
3. Alle Fallbetriebe mussten sich hinsichtlich ihrer Vermarktungswege unterscheiden.
4. Der Produktschwerpunkt lag bei Milch und verarbeiteten Milchprodukten.

Die vier untersuchten Fallbetriebe wurden mithilfe von Kontakten der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) und der für das Gebiet zuständigen Ämter für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (ÄELF) über die Zentrale der InVeKoS-Datenbank (StMI, o. J.) gezielt gewählt, nachdem sie den oben genannten Kriterien entsprachen.

Erstellung des Leitfadeninterviews

Für das Leitfadeninterview wurden neun offene Fragen generiert, die drei von vier Probanden gestellt wurden (Kraus, 2014). Einem Probanden wurden nur sieben Fragen gestellt, nachdem dieser nicht selbst verarbeitet und vermarktet. Das leitfadengestützte Interview stellte durch seinen mittleren Strukturierungsgrad sicher, dass einerseits die Vergleichbarkeit der Interviews gegeben war und alle relevanten Themenbereiche zur Sprache kamen, und es andererseits genügend Raum für die Darstellung individueller Sichtweisen gab, ohne das narrative Potenzial einzuschränken.

Das Ablaufschema des Leitfadens war flexibel und offen und als eine Art Gedächtnisstütze zur besseren Orientierung zu sehen, an welchem Punkt im Interview man sich gerade befindet. Der Interviewfragebogen enthielt Fragen aus acht Bereichen, die gegebenenfalls durch Nachfragen ergänzt wurden (Kraus, 2014):

1. Gründe und Motivation für bestimmte Absatzwege: Die ausschlaggebenden Beweggründe für die Art des Absatzwegs der Milch waren zu erfragen. Von Interesse war es auch herauszufinden, welche Faktoren die Entscheidung beeinflusst haben.
2. Anfängliche Barrieren: Hier galt es, mögliche Hindernisse und Herausforderungen im Bereich der Direktvermarktung herauszufinden.
3. Gründe für spezielle Vertriebswege in der Direktvermarktung: Die vordergründige Entscheidung für einen Vertriebsweg war zu ermitteln. Dabei waren die Gründe für die Wahl der speziellen Vermarktungswege bedeutsam.
4. Vorteile des gewählten Absatzwegs: Als Teil der Motivation spielten die Vorteile von unterschiedlichen Absatzwegen eine große Rolle.
5. Risiken des gewählten Absatzwegs: Hier interessierte, welche Risiken mit den jeweiligen Absatzwegen verbunden sind.
6. Chancen und Erschwernisse durch die regionale Lage: Die Besonderheiten der Produktion und der Vermarktung durch die Lage des Betriebs waren herauszuarbeiten. Von besonderem Interesse war die Frage, inwieweit die individuelle Lage der Betriebe bei ihrer Entscheidung für einen bestimmten Absatzweg eine Rolle spielte.
7. Konkurrenz in der Direktvermarktung: Die regionale Konkurrenzsituation direkt vermarktender Betriebe war zu ermitteln und die Strategien, mit denen sich der Betrieb von Konkurrenten abhebt.
8. Entwicklungspotenziale: Im letzten Abschnitt ging es um die zukünftigen Wünsche und Entwicklungen für die Vermarktung.

3.6.3.4.1 Interviewablauf

Die erste Kontaktaufnahme mit den Probanden fand telefonisch statt. Zunächst wurde in einem kurzen Vorgespräch das Anliegen erklärt, um bei einem Einverständnis zum Interview Zeitpunkt und Ort dafür zu vereinbaren. Wenn möglich, wurde den Probanden bereits im Voraus ein kurzer Nachfragebogen zugesandt, in dem ökonomische Daten zum Betrieb und zur Vermarktung, wie z. B. die jährlichen Produktionskosten und die Direktleistungen, erhoben wurden. Diese Daten wurden so weit genutzt, als sie betriebszweigspezifisch angegeben und nicht dem gesamten Betrieb zugeordnet waren. Dennoch musste überwiegend auf standardisierte Plandaten zurückgegriffen werden.

Alle Gespräche fanden bei den Befragten zu Hause statt. Den Probanden wurde vor Beginn des Interviews in einem kurzen Einführungsgespräch nochmals Sinn und Zweck der Befragung erklärt. Außerdem wurde auf die Anonymität der Befragung hingewiesen. Das Gespräch begann mit einer Einstiegsfrage zum landwirtschaftlichen Betrieb. Dadurch wurde den Probanden Zeit gegeben, sich an die Interviewsituation und das Aufnahmegerät zu gewöhnen. Die Dauer des Interviews betrug zwischen 20 und 60 Minuten. Im Anschluss an das Gespräch wurde der Nachfragebogen besprochen. Aus den Daten des Nachfragebogens wurde soweit möglich die Wirtschaftlichkeit der Milchproduktion und der Vermarktung ermittelt.

3.6.3.5 Datenauswertung

Das Interview wurde in der vorliegenden Arbeit wörtlich transkribiert. Es wurde darauf geachtet, dass das aufgenommene Material vollständig in eine Textform überführt und für die nachfolgende Inhaltsanalyse aufbereitet wurde. Aus der Transkription der Interviews ergab sich letztlich für die nachfolgende Inhaltsanalyse Ausgangsmaterial im Umfang von 15 Seiten. Das transkribierte Datenmaterial wurde zunächst einzeln und anschließend zusammen so analysiert, dass die Beweggründe für die Vermarktung identifiziert und Phänomene und Zusammenhänge der Interviews hergestellt werden konnten.

3.6.4 Ergebnisse

3.6.4.1 Quantitative Inhaltsanalyse

Bei der Codierung des Datenmaterials wurden insgesamt zwölf Kategorien gefunden, mit denen sich die Beweggründe der Betriebsleiter der ausgesuchten Fallbetriebe beschreiben ließen. In Tab. 3.82 sind die Definitionen der Codes und die Anzahl der Nennungen in den Interviews zusammengestellt.

Tab. 3.82: Kategorien der qualitativen Inhaltsanalyse, deren Definition und Anzahl der Nennungen in den Interviews

Code	Definition	Anzahl der Nennungen
Standort	Aspekte, die mit Standorteinflüssen der Betriebe zu tun haben	6
Arbeitsaufwand	Aktivitäten in Verbindung mit Produktion und Vermarktung	5
Marketing	Aktivitäten, die im Zusammenhang mit Marketing stehen	5
Risiken	Produktionsrisiken, persönliche und betriebswirtschaftliche Risiken	5
Selbstverwirklichung	Aspekte zur Realisierung eigener Ziele und Wünsche	8
Idealismus	Aspekte in Verbindung mit Wertvorstellungen und Werthaltung	5
Konkurrenz	positive und negative Aspekte bei der Vermarktungskonkurrenz	6
Absatzmärkte	Aspekte, die von Absatzmärkten und -problemen handeln	15
Tradition	Aspekte in Richtung Überzeugungen und Glaubensvorstellungen	5
Tourismus	Aspekte, die mit der Kulturlandschaft zu tun haben	4
Milchpreis/Monopolist	Argumente pro und contra Milchpreis und Molkereimonopol	12
Einkommenssicherheit	betriebswirtschaftliche Aspekte der Existenz der Betriebe	12

Es wurde eine hohe Anzahl von Aspekten in Verbindung mit Absatzmärkten genannt (insgesamt 15 Nennungen). Des Weiteren gab es mit jeweils zwölf Nennungen häufige Aussagen zu Milchpreisen sowie zur Einkommenssicherheit. Im mittleren Bereich der Nennungen lagen die Aspekte Selbstverwirklichung, Standort der Betriebe und Konkurrenzsituation in der Vermarktung. Seltener genannt wurden Gründe mit Bezügen zu Tradition und Tourismus sowie Idealismus, Marketing, Risiken und Arbeitsaufwand (jeweils maximal fünf Nennungen).

Ein genauer Blick auf die Aussagen der einzelnen Interviews zeigte, dass die Verteilung der häufig genannten Aspekte je nach Fallbeispiel sehr unterschiedlich war (Abb. 3.41). So wur-

den von den Fallbetrieben 1 und 4 die Absatzmärkte am häufigsten genannt. Bei den am zweithäufigsten genannten Kategorien Einkommenssicherheit und Milchpreis/Monopolist fanden sich die meisten Aussagen bei den Fallbetrieben 1 bzw. 3. Wiederum zeigte sich, dass Fallbetrieb 4 keine Aspekte zum Milchpreis und Fallbetrieb 3 keine Aussagen zur Einkommenssicherheit genannt hatte. Die Kategorien Arbeitsaufwand, Risiken, Standort und Tradition wurden insgesamt zwar nicht so oft genannt, aber über alle Interviews hinweg.

Codesystem	L1	L2	L3	L4
Absatzmärkte	5	2	2	6
Arbeitsaufwand	1	1	1	2
Einkommenssicherheit	6	2		4
Idealismus			2	3
Konkurrenz	4		1	1
Marketing	1		1	3
Milchpreis/Monopolisten	2	4	6	
Risiken	1	2	1	1
Selbstverwirklichung	2		3	3
Standort	1	1	2	2
Tourismus	1		1	2
Tradition	1	1	1	2

Abb. 3.41: Verteilung der Aussagen zu den einzelnen Kategorien

Zur weiteren Analyse und zur Identifizierung von Phänomenen und Zusammenhängen wurde der Code-Relations-Browser (CRB) verwendet. Dieser Ansatz lieferte detaillierte Informationen über die Beziehung zwischen den codierten Textfragmenten. Abb. 3.42 zeigt die Ergebnisse dieses Verfahrens. Die Überschneidungen von Kategorien zeigten eine hohe Korrelation zwischen Einkommenssicherheit und Milchpreis/Monopolist ($n = 10$), Selbstverwirklichung und Milchpreis/Monopolist ($n = 10$), Absatzmärkte und Einkommenssicherheit ($n = 9$), Absatzmärkte und Marketing ($n = 9$) sowie Absatzmärkte und Selbstverwirklichung ($n = 9$).

Codesystem	Absat...	Arbeit...	Einko...	Ideali...	Konk...	Mark...	Milch...	Risiken	Selbst...	Standort	Touri...	Tradition
Absatzmärkte	3		5		2	9		2				
Arbeitsaufwand		3										
Einkommenssicherheit	9	2					10					
Idealismus	3											
Konkurrenz	4	2										
Marketing	9	3	2	2								
Milchpreis/Monopolisten	3	2	10	2								
Risiken		2	2									
Selbstverwirklichung	9		7		2	10	10					
Standort	4		3	2		3		2				
Tourismus	5			2				2	6			
Tradition	3		5			5		6	2	2	2	

Abb. 3.42: Ergebnis des Code Relation Browsers

3.6.4.2 Qualitative Inhaltsanalyse

Die Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse basieren auf den Ergebnissen der quantitativen Analyse. Die in Abb. 3.42 dargestellten Korrelationen der quantitativen Analyse konnten durch eine qualitative Zusammenfassung von Zitaten der Befragten untermauert werden.

3.6.4.2.1 Milchpreis/Monopolist und Einkommenssicherheit

Für jeden Betriebsleiter hatte die Einkommenssicherung hohe Priorität. Mit dem Verdienst sollten seine Produktionskosten gedeckt werden und ausreichende Mittel für die Lebenshaltung der Familie verbleiben. Das Einkommen wurde über das „Milchgeld“ der Molkereien bezogen. Wenn der Milchpreis zu niedrig war und der Eindruck entstand, unter dem Diktat

des Preises zu stehen und von einem einzigen Unternehmen abhängig zu sein, entstand der Wunsch nach vollständiger oder teilweiser Unabhängigkeit. Die nachfolgenden Zitate verdeutlichen diese Situation:

- Fallbetrieb 1: *„Die Situation war vor, puh [...], sechs Jahren, wo der Milchpreis mal ziemlich schlecht war. Wir wollten eigentlich nicht mehr abhängig sein von einem einzigen Abnehmer. Die Milchwerke Berchtesgadener Land zahlen zwar im Vergleich jetzt nicht unbedingt ganz schlecht, aber es könnte natürlich immer besser sein, und um nicht mehr davon abhängig zu sein, haben wir gedacht, machen wir einen Teil Direktvermarktung.“*
- Fallbetrieb 1: *„Die Unabhängigkeit vom Monopolisten, weil man hier einfach nicht wirklich die Möglichkeit hat, an eine andere Molkerei zu liefern. Hier hat man halt nur eine Molkerei [...] gut, es könnte schlimmer sein, aber auch besser.“*
- Fallbetrieb 3: *„Irgendwann haben wir mal gedacht, es kann so nicht weitergehen! Da war der Milchpreis so im Keller! Wir mussten zusätzlich unsere Milch noch nach unten zur Sammelstelle fahren. Da war für den Transport eine Belastung von 7 Cent/l Milch. Von der Molkerei wurden damals nur 28 Cent bezahlt. Zu wenig! Die Molkerei hat immer versucht, den Preis zu drücken. Da hatten wir keine Lust mehr. Wir wollen, dass das Geld auch beim Bauern ankommt!“*

Neben der geäußerten Unzufriedenheit gab es aber auch Betriebe im Berchtesgadener Land mit akzeptabler wirtschaftlicher Größe und gutem Standort, die mit dem Milchpreis der Milchwerke Berchtesgadener Land zufrieden waren und überleben konnten:

- Fallbetrieb 2: *„Solange die den besseren Milchpreis zahlen, haben wir da natürlich noch keine weiteren Überlegungen angestellt zu wechseln. Auf der anderen Seite ist die Molkerei eine Genossenschaft. Sehe ich schon als Vorteil. Die Vorstände sind schon bemüht, dass sie für die Bauern das Beste tun.“*
- Fallbetrieb 2: *„Und bei der Genossenschaft bleibt ja eigentlich auch kein Gewinn übrig. Meine ich zumindest. Dann wird das, was über ist, an die Bauern ausbezahlt. Wir kriegen manchmal Nachzahlungen, wenn es doch besser gelaufen ist, wie es erst ausgesehen hat, dann gibt es halt mal wieder 1 Cent Nachzahlungen. Und ich gehe davon aus, dass die Genossen halt zusehen, dass für uns Bauern das Beste herauspringt.“*

Häufig wurde im Zusammenhang mit dem Milchpreis und der Molkerei die Einkommenssicherheit genannt. Zwei der besuchten Betriebsleiter berichteten, dass sie neben der Direktvermarktung noch einen Teil der Milch über die Milchwerke Berchtesgadener Land vermarkten. Auf die Nachfrage nach den Gründen dafür erfolgten die aufgeführten Antworten:

- Fallbetrieb 1: *„Ich denke mal, wir könnten einen relativ großen Teil selber verarbeiten, von der Kapazität, die wir haben. Das eine ist, es gibt natürlich Sicherheit mit der Molkerei. Man hat einen sicheren Absatzmarkt, den wir bedienen können, und es gleicht alle saisonalen Schwankungen aus. Einerseits bei den Kunden, weil das auch stark saisonal schwankt. Im Winter schwankt es mehr als im Sommer. Wir haben noch einen Anteil an Obst und Gemüse, was wir mitliefern, und wenn im Sommer eigene Gärten da sind, dann kaufen die Leute einfach nicht. Deshalb müssen wir einfach Spitzen ausgleichen können, auch bei den Milchkühen. Das ist jetzt auch nicht absolut konstant, was wir produzieren. Das sehen wir auch bei anderen Betrieben, dass wir ja 25 % an die Molkerei liefern, damit man einfach mit dem Puffer den Rest ausgleichen kann.“*

- Fallbetrieb 1: *„Betriebswirtschaftlich ist die Direktvermarktung natürlich auch ein Risiko, wenn wir es nicht schaffen, weitere Kunden zu gewinnen, oder die uns wegbrechen, [...] dann ja, [...] dann können wir das Risiko über unsere Teilbelieferung der Molkerei abpuffern. Dann haben wir die Investitionen umsonst gemacht und können aber als Betrieb trotzdem noch weiter bestehen, indem wir die Molkerei weiter beliefern.“*

Die Beispiele von Betrieb 1 verdeutlichen, dass für Betriebe, die im Berchtesgadener Land Direktvermarktung praktizierten, die ökonomische Sicherheit bei Absatzproblemen in der Direktvermarktung über einen festen Milchpreis der Molkerei garantiert wurde. Dahinter verbarg sich die Sicherheit durch die Milchwerke Berchtesgadener Land, die gleichzeitig eine starke Konkurrenz für direktvermarktende Betriebe darstellte, was sich wiederum auf die Kundengewinnung und das Einkommen aus der Direktvermarktung auswirkte.

Folgende Aussage des Betriebsleiters von Fallbetrieb 1 verdeutlichte dies: *„Die zweite Sache ist die, dass wir Gesellschafter bei der Molkerei sind und man als Gesellschafter die Verpflichtung hat, die komplette Milch abzuliefern, und vor allem, nachdem wir jetzt, zumindest sieht es der Geschäftsführer so, Konkurrenz sind zu ihm, weil wir gleichartige Produkte produzieren. Die wollte uns eigentlich aus der Belieferung von den Milchwerken ausschließen, und das wäre nämlich ein herber Schlag gewesen, weil eben der größte Teil der Milch an die Milchwerke geliefert wird.“*

Die Einkommenssicherung der Betriebe hing aber auch mit der Kaufkraft und der Bereitschaft der Kunden zusammen, Produkte beim Bauern direkt einzukaufen und höhere Preise zu bezahlen. Einige Bauern sprachen davon:

- Fallbetrieb 4: *„Wenn die Leute bei uns [...] wir haben eine Menge von Leuten, die einen zweiten Wohnsitz hier haben, und eine Bevölkerungsschicht, die relativ wohlhabend ist. Wenn die Leute von uns Direktvermarktung wollen, dann muss das auch so sein, dass wir einen gerechten Preis bekommen für unseren Käse.“*
- Fallbetrieb 4: *„Ich wünsch mir eigentlich, dass wir hier als zwei Familien von den Einkünften aus der Direktvermarktung zum Teil gut leben können.“*
- Fallbetrieb 1: *„Tja, [...] es sollte grundsätzlich so sein, dass wir, von dem was wir hier machen, leben können und das ist leider momentan noch nicht der Fall. Von der Landwirtschaft an sich, die läuft so weiter, das ist okay. Für mich speziell, wo ich mir eigentlich das Einkommen aus der Direktvermarktung erwirtschaften will, was momentan noch nicht stattfindet. Das heißt, ich gehe dann nebenher noch 20 Stunden in der Woche in einer Agrarsoftwarefirma in Niederbayern arbeiten. Wir stellen Ackerschlagkarteien her und die Arbeit gibt mir einfach noch die Sicherheit, ein sicheres Einkommen zu haben. Ich bin krankenversichert und ich muss das Einkommen, so wie ich es mir eigentlich vorstellen würde, nicht dem Betrieb entnehmen. So kann ich das wieder reinvestieren und für sinnlose Maßnahmen wie Werbung ausgeben. Würde die Arbeitnehmertätigkeit wegfallen, dann müssten wir mehr Geld aus der Kasse entnehmen und könnten das nicht mehr in die Entwicklung vom Betrieb reinstecken. Das heißt, die Entwicklung wäre gehemmt. Langfristig sollte es natürlich nicht so weitergehen. Ich muss schon irgendwo ein Einkommen erwirtschaften, das auch meiner akademischen Ausbildung entspricht. Doch das wird aber vielleicht noch ein wenig dauern.“*
- Fallbetrieb 3: *„Wir wollen eigentlich schauen, dass wir durch verschiedene Betriebszweige mehr Einkommen schaffen können, dass nicht mein Sohn bei der Hofübergabe neben der Landwirtschaft noch als Zimmerer arbeiten muss.“*

3.6.4.2.2 Milchpreis/Monopolist und Selbstverwirklichung

Für einige Befragte stand im Zusammenhang mit der Molkerei die eigene Selbstverwirklichung an erster Stelle. Oft stand dabei eine längere Unzufriedenheit im Vordergrund, die aus einer einseitigen Abhängigkeit von Marktpreisen und politischen Rahmenbedingungen genährt wurde. Die nachfolgenden Statements verdeutlichen, welche Anlässe die Landwirte dazu bewegten, die Verarbeitung und Vermarktung selbst in die Hand zu nehmen:

- Fallbetrieb 3: *„Ich war zuerst beim Bauernverband. Mit denen hatte ich immer Probleme gehabt. Die waren mir zu einspurig. Ich habe einfach meine eigene Meinung gehabt, auch gegenüber der Großlandwirtschaft. Ich habe immer die Almbauern vertreten. Dadurch bin ich auch zum Vorsitzenden des Vereins gewählt worden. Ich habe dann beim Bauernverband aufgehört, weil ich keine Chance gesehen habe. Das ist bei denen alles so parteilastig. Keine der konservativen Parteien interessiert sich für die Bergbauern. Außer die Grünen.“*
- Fallbeispiel 3: *„Toll fand ich, da gab es mal eine Sendung im bayerischen Rundfunk. Da gibt es im Allgäu so eine mobile Käseerei. Da habe ich gedacht, so was könnten wir doch auch machen mit dem Käsen. Ich war gut befreundet mit einem grünen Abgeordneten vom bayerischen Landtag, der hat mir den Kontakt vermittelt zur mobilen Käseerei. Die haben wir dann für zwei Tage hier nach Berchtesgaden geholt, im Jahr 2000. Voraussetzung war, dass wir 1.500 l Milch zum Verarbeiten haben. Ich alleine hätte das nicht zusammengebracht. Ich hatte mit meinen Kühen am Tag so 150 l. Wir mussten also mehr Bauern begeistern, dass der überhaupt kommt.“*
- Fallbeispiel 1: *„Das selber in der Hand zu haben, war für mich der Initialgrund, mit der Direktvermarktung anzufangen.“*

3.6.4.2.3 Absatzmärkte und Selbstverwirklichung

Für eine erfolgreiche Direktvermarktung mussten potenzielle Absatzmärkte vorhanden sein. Dabei standen nicht immer gesellschaftliche Rahmenbedingungen und ökonomische Aspekte im Vordergrund, sondern das Interesse und die Fähigkeit eines Landwirts war wesentlich. Hier zählte zum Beispiel, welche Absatzwege am besten für ihn geeignet waren und zu ihm passten. Die nachfolgenden Beispiele verdeutlichen dies:

- Fallbetrieb 4: *„Wir wollen jetzt erstmals ein Premiumprodukt machen, sodass wir uns auch ein bisschen absetzen können. Heuer haben wir uns ganz alte Kulturen aus Venedig bestellt, aus denen über die letzten 500 Jahre der Käse in den Nordalpen gemacht wurde. Wir haben das dieses Jahr schon mal ausprobiert und das hat gut geklappt, und den Käse haben wir dann auch besonders beworben.“*
- Fallbeispiel 4: *„Mein Ziel ist es, wir haben da eine Alm im Sudelfeld drin. Die ist relativ gut erschlossen und relativ leicht zu erreichen. Wir wollen da oben auf der Alm langfristig gesehen mehr Käse verkaufen. Wir haben da oben zwei Hütten, eine für den Senner mit dem Vieh und eine zweite Hütte, in der wir mit Wandern Almprojekte machen. Wir wollen also die Gastronomie da oben noch etwas stärker ausbauen. Wir wollen dann da oben auch eine Käsetheke reinbauen für den Verkauf und Brotzeiten verkaufen für die Wanderer.“*

Die befragte Person im Fallbetrieb 4 sprach im Interview über den gastronomischen Absatz auf der Alm. Dabei wurde deutlich, dass das eigene Interesse und die Leidenschaft, die Almwirtschaft zu betreiben, von großer Bedeutung waren.

Des Weiteren gab es häufig ein hohes Nachfragepotenzial von Touristen und einheimischen Kunden, das es dem Landwirt ermöglichte, einen schnellen Absatzweg aufzubauen. Vielfach war beim Aufbau einer Direktvermarktung das Wissen um die Produktion eigenerzeugter Produkte aus der Eigenbedarfsproduktion (Subsistenz) bereits bekannt, wie der Betriebsleiter von Fallbetrieb 3 berichtete: *„Dadurch, dass unsere Alm stark frequentiert wird von Wandernern, ist die Nachfrage schon immer da gewesen, sodass wir nicht unbedingt ein Problem hatten, unseren Almkäse an Kunden zu bringen. Wir haben schon immer ein bisschen Käse für uns selber gemacht, und wir haben einfach über die Jahre gemerkt, dass da oben auf der Alm noch mehr abgesetzt werden könnte.“*

3.6.4.2.4 Absatzmärkte und Einkommenssicherheit

Die Einkommenssicherheit eines Betriebs ist stark abhängig von Absatzpotenzialen, der Nachfrage und der positiven Marktsituation in der Region. Beispielsweise berichtete der Landwirt des Fallbetriebs 3 von der Gastronomie und der Notwendigkeit, dass der Kunde bereit sein muss, einen höheren Preis zu bezahlen: *„Was ein Problem für uns ist, ist die Gastronomie. Denen ist unser Käse zu teuer, die wollen den nicht. Die Nachfrage muss über den Kunden kommen bzw. den Willen zu haben, unseren Käsepreis zu zahlen, auch in der Gastwirtschaft.“*

Auch der Landwirt von Fallbetrieb 4 sprach von der Kaufbereitschaft der Kunden im Landkreis: *„Was man vielleicht noch betrachten muss, ist die Kaufkraft in der Region. Ich habe die am Anfang eigentlich besser eingeschätzt. Da haben wir auch mal die Kaufkraftanalyse angeschaut und die ist gar nicht so prickelnd in unserer Region. Es ist zwar viel Fremdenverkehr, aber es ist trotzdem ländlich im Landkreis. Industrie gibt es hier schon, weiter drinnen im Berchtesgadener Land eigentlich nicht. Von daher ist eher eine Region wie der Großraum München, Freising etc. vorteilhafter. Da ist ein ganz anderes Einkommenspotenzial da. Natürlich gibt es dann mehr Mitbewerber, aber ja, man muss sich dann halt ein bisschen mehr einfallen lassen, dass die Kunden dann den höheren Preis zahlen. Bioprodukte im Laden auf EG-Biobasis werden, denke ich mal, auch schon ganz gut gekauft, aber ja, auf einem Niveau von Demeter-Produkten, da ist es einfach ausgedünnt.“*

Der Landwirt von Fallbetrieb 2 berichtete, dass er gute Chancen in der Absatzpolitik der Milchwerke Berchtesgadener Land sieht und damit auch sein Einkommen abgesichert ist: *„Also, für die Vermarktung, [...] die Molkerei baut jetzt schon seit Jahren und sieht zu, dass sie ihre Kapazitäten vergrößert und wir hoffen halt, dass wir gute Absatzmöglichkeiten haben mit deren Spezialitäten und damit ein gutes Einkommen.“*

Ein letztes Zitat aus dem Interview auf Fallbetrieb 1 zeigt auf, wie der Proband zu seinen Absatzwegen kam und wie diese sich wirtschaftlich darstellen: *„Wir haben lange überlegt, wie wir es denn machen wollen [...] Literatur gewälzt und so. Hofladen kam für uns nicht infrage, weil wir hätten ziemlich viel Geld reingesteckt, das braucht gutes Personal und man muss vor allem warten auf die Kunden! Das ist nicht immer erfolgreich. Das Zweite, was von der Rentabilität her besser war, war der Lieferservice. Was laut den Zahlen in der Literatur am besten war, ist der Wochenmarkt. Am Anfang hatten wir nur einen Lieferservice, weil wir geglaubt haben, dass wir nicht von Haus aus die Verkaufstypen sind. Wir machen das lieber im Hintergrund. Die Kunden können im Online-Shop bestellen und wir liefern dann über die Abokiste. Über die Zeit hat sich ergeben, dass Wochenmärkte, ja [...] wie soll ich sagen, [...] teilweise vor der Haustüre liegen und die Ausrüstung dafür war da, sodass der Aufwand, den Wochenmarkt zu beschicken, jetzt auch nicht so groß ist. Wir haben jetzt auch für das einen Mitarbeiter, der dann den Wochenmarkt betreut. Ohne den könnten wir das nicht schaffen. Der Hauptgrund, warum wir überhaupt mit dem Wochenmarkt begonnen haben, ist die Be-*

kanntheit zu steigern. Die Kunden über Flyer und Broschüren zu werben ist auf Dauer einfach teuer und so ist es billiger. Man steht einfach da und die Kunden lernen einen kennen.“

3.6.4.2.5 Absatzmärkte und Marketing

Bei der Wahl des Absatzwegs war auch das Marketing und die Werbestrategie von entscheidender Bedeutung. Dabei können die Landwirte selbst wählen, welche Marketingmaßnahmen für ihren Vertriebsweg am besten geeignet sind. Der Landwirt von Fallbetrieb 1 berichtete visionär von neuen Marketingpotenzialen für ein bereits vorhandenes Abokistensystem: *„Mittelfristig suchen wir jemanden, der auf dem Betrieb meiner Mutter einsteigt und da noch einen weiteren Betriebszweig aufmacht. Obstbau! Wir haben dort unten 200 Plantagenbäume und ein bisschen Streuobst. Aber das ist ein bisschen schwierig aus der Entfernung. Wir könnten das gut gebrauchen für unsere Kiste. Gerade aus Marketinggesichtspunkten wäre es sehr gut, weil man dann einfach sagen kann, man hat einen eigenen Anbau, weil es einfach untypisch ist, einen Ökokistenlieferservice zu haben nur mit tierischen Produkten. In der Regel geht der Verbraucher eigentlich davon aus, dass man Obst und Gemüse selber hat und das können wir momentan gar nicht bedienen. Das wäre so ein Punkt, den wir gerne noch machen würden, der aber arbeitswirtschaftlich irgendwo untergebracht werden muss. Mal schauen.“*

Für manche Bauern war es in einer schwer zugänglichen Bergregion von großer Bedeutung, sich für die Verarbeitung und Vermarktung in einer Erzeugergemeinschaft zusammenschließen. Im Fallbetrieb 4 wurde die Situation folgendermaßen dargestellt: *„Wir wollten uns vor zwei Jahren zusammenschließen mit 25 Landwirten. Wir wollten eine Regionalvermarktung aufbauen für unsere Milch im oberen Inntal. Übrig geblieben sind dann nur drei Bauern, in der Betriebsgröße, wie wir sie haben. Wir wollten damit ein besseres Marketing aufbauen und die Absatzchancen erhöhen. Wir haben einen Käsemeister und einen Käser, der unser Geschäftsführer ist. Wir haben dann daraus eine Erzeugergemeinschaft gegründet.“*

Der Proband von Fallbetrieb 3 berichtete vom starken Marketing über den regionalen Einzelhandel. Dabei wurde deutlich, welches Marketingpotenzial über den Handel generiert wurde: *„Die Bauern vermarkten auch zum größten Teil über den Einzelhandel. Ich bin zu denen hingegangen und habe nachgefragt, ob Interesse an unserem Käse besteht. Wir sind dann irgendwann mal langsam ins Geschäft gekommen. REWE hat bei uns selber mal angerufen, weil eine Freundin von meiner Tochter bei der Molkerei in Piding war. Sie hat die Molkerei in ganz Deutschland vertreten. Und die wiederum kannte den REWE-Chef und der ist dann mal über die Freundin an meine Tochter herangetreten, ob er nicht den Käse von uns beziehen könnte. Das hat sofort eingeschlagen, auch bei Edeka. Aber den gibt es nur hier in Berchtesgaden. Die haben auch total viel Werbung für uns gemacht. Das war gut. Der Edeka-Chef hier bei uns, der steht so hinter den Almprodukten. Der kommt jeden Sommer zu uns rauf und macht bei uns Brotzeit. Wenn die das auch erleben können, bei den Leuten, dann stehen die dahinter.“*

3.6.4.2.6 Genannte Beweggründe für einen Absatzweg

Auf die wichtigste Frage des Interviews zu den konkreten Beweggründen der Milcherzeuger, sich für oder gegen eine Direktvermarktung im Landkreis Berchtesgadener Land zu entscheiden, nannten die Probanden folgende Gründe:

- Unzufriedenheit mit dem Milchpreis (vor einigen Jahren) (Fallbetriebe 1 und 3),
- Unabhängigkeit von einem einzigen Abnehmer (Fallbetriebe 1 und 3),
- Schaffung eines eigenen Arbeitsplatzes am Hof (Fallbetrieb 1),

- lange Tradition der Milchablieferung an die Molkerei Berchtesgadener Land (Fallbetrieb 2),
- Zufriedenheit mit der Molkereigenossenschaft und dem Milchpreis (Fallbetrieb 2),
- Erhaltung der Almwirtschaft und der Milchverarbeitung in den Bergen durch eigene Veredelung (Fallbetrieb 4).

Zusammenfassend wurden damit in den qualitativen Interviews zur Entscheidung für einen Absatzweg vorwiegend ökonomisch bzw. wirtschaftlich motivierte Beweggründe genannt. Es ging vor allem um schlechte Milchpreise, Unzufriedenheit mit der Agrarpolitik, Schaffung eines eigenen Arbeitsplatzes und Erhaltung sowie Weiterführung der Almbewirtschaftung.

Darüber hinaus konnten verschiedene Phänomene identifiziert werden, bei denen die Einkommenssicherheit, die Selbstverwirklichung und die Unzufriedenheit mit dem Milchpreis und dem Marktmonopol am stärksten zusammenhingen. Abb. 3.43 verdeutlicht noch einmal die oft verdeckten Äußerungen subjektiver Entscheidungsmerkmale, die sich meist hinter pauschalen Aussagen verbargen.

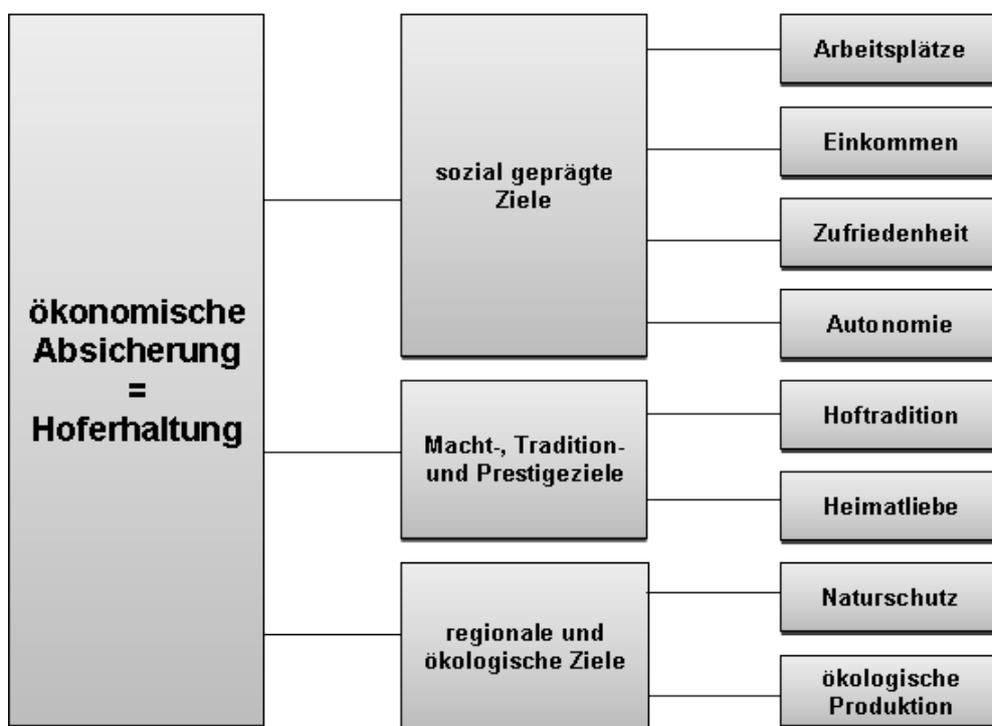


Abb. 3.43: Versteckte, subjektive Ziele und Haltungen der Probanden

3.6.4.3 Modellrechnungen

Parallel zu den Fallbetrieben wurden Modellbetriebe generiert, die deren Entwicklungsstrategie abbilden. Modellbetrieb 1 entsprach dem Wachstumstyp, Modellbetrieb 2 dem extensiv wirtschaftenden Einnahmeoptimierer und Modellbetrieb 3 dem ökologisch wirtschaftenden Einnahmeoptimierer.

3.6.4.3.1 Kalkulation der Vollkosten

Für die Berechnung der Vollkosten der Modellbetriebe wurden folgende Eckdaten als Berechnungsgrundlage genutzt (Tab. 3.83):

- Alle Modellbetriebe halten Fleckvieh.

- Die Herdengröße der Betriebe liegt bei 75, 45 und 12 Kühen mit einer Milchleistung von 8.400, 5.700 und 6.500 kg pro Kuh und Jahr, abhängig vom Management und von der Wirtschaftsweise.
- Die Abgangsquote liegt bei 30 bzw. 25 % und die Kälberverluste wurden mit 7 bis 7,6 % berechnet.
- Die Zwischenkalbezeit liegt bei 381 bis 386 Tagen mit durchschnittlich 0,87 Kälbern je Kuh und Jahr.

Die Annahmen stammten aus den Nachfragebögen, die den Betriebsleitern der Fallbetriebe vorgelegt wurden, und den Kalkulationsdaten aus der bayerischen Internet-Deckungsbeitragsrechnung „Milchkuhhaltung“ und „ökologische Milchkuhhaltung“ (IBA, 2013).

Tab. 3.83: Produktionsverfahren und Leistungsdaten der Modellbetriebe (MB) 1 bis 3

Produktionsverfahren und Leistungen	Einheit	MB 1	MB 2	MB 3
Anzahl Milchkühe		75	12	45
Milchleistung	kg/(Kuh u. Jahr)	8.400	5.735	6.555
Milcherzeugungsmenge	kg/Jahr	630.015	68.822	294.975
Abgangsquote	%	30	25	25
Kälberverluste	%	7,6	7	7,5
Zwischenkalbezeit	Tage	381	382	386
Anzahl Kälber je Kuh und Jahr		0,86	0,87	0,87
Gesamtarbeitszeitbedarf	AKh/(Kuh u. Jahr)	50	133	65

Tab. 3.84 zeigt die Vollkostenrechnung des Betriebszweigs Milchviehhaltung für die modellierten Betriebe. Die kalkulierten Direktleistungen variierten zwischen circa 3.500 und 4.700 Euro je Kuh und Jahr. Bei den Direktkosten ergaben sich je nach Betriebstyp Unterschiede zwischen 1.100 und 1.700 Euro je Kuh und Jahr. Es wurde davon ausgegangen, dass die Modellbetriebe keine Aushilfskräfte beschäftigen und keine Lohnarbeit oder sonstige Dienstleistungen in Anspruch nehmen. Der Deckungsbeitrag II belief sich nach Abzug aller Kosten (inklusive Grundfutterkosten) auf 2.344 Euro je Kuh und Jahr für Modellbetrieb 1, 1.844 Euro je Kuh und Jahr für Modellbetrieb 2 und 2.502 Euro je Kuh und Jahr für Modellbetrieb 3.

Tab. 3.84: Kalkulation der Vollkosten des Betriebszweigs Milchviehhaltung der Modellbetriebe (MB) 1 bis 3 gemäß Internet-Deckungsbeitragsrechnung (IBA, 2013)

	Einheit	M1	M2	M3
Leistungen				
Milcherlös	€(Kuh u. Jahr)	3.882	2.643	3.567
Kälbererlös	€(Kuh u. Jahr)	351	351	355
Altkuherlös	€(Kuh u. Jahr)	347	289	291
Wert des Wirtschaftsdüngers	€(Kuh u. Jahr)	160	224	451
Summe Leistungen	€(Kuh u. Jahr)	4.740	3.507	4.664
Direktkosten				
Bestandsergänzung	€(Kuh u. Jahr)	586	488	538
Kälberaufzucht	€(Kuh u. Jahr)	74	7	24
Kraft- und Saftfutter, Mineralfutter	€(Kuh u. Jahr)	766	338	492
Tierarzt, Medikamente	€(Kuh u. Jahr)	90	60	65
Besamung	€(Kuh u. Jahr)	35	35	35
Einstreu	€(Kuh u. Jahr)	27	80	151
Wasser, Energie	€(Kuh u. Jahr)	80	50	50
Variable Maschinenkosten	€(Kuh u. Jahr)	70	60	70
Gebühren	€(Kuh u. Jahr)	43	43	43
Sonstige variable Kosten	€(Kuh u. Jahr)	0	0	0
Summe Direktkosten	€(Kuh u. Jahr)	1.771	1.161	1.468
Deckungsbeitrag I				
Variable Grobfutterkosten	€(Kuh u. Jahr)	624	514	693
Deckungsbeitrag II	€(Kuh u. Jahr)	2.345	1.832	2.503
Deckungsbeitrag I je kg Milch	Cent/kg	35	39	48
Deckungsbeitrag II je kg Milch	Cent/kg	27	30	38
Grobfutter zu Preisansätzen aus dem Futterbau	€(Kuh u. Jahr)	669	324	828
Gebäude und Technik der Innenwirtschaft	€(Kuh u. Jahr)	560	611	576
Sonstige Festkosten	€(Kuh u. Jahr)	25	25	25
Gewinnbeitrag des Verfahrens	€(Kuh u. Jahr)	1.715	1.396	1.765
Kalkulatorische Faktorkosten	€(Kuh u. Jahr)	601	1.277	826
Unternehmergewinn je Kuh und Jahr	€(Kuh u. Jahr)	1.114	119	938
Unternehmergewinn je kg Milch	Cent/kg	13	2	14
Vollkosten je Kuh und Jahr	€(Kuh u. Jahr)	3.637	3.389	3.926
Arbeitsertag je nicht entlohnter Arbeitskraftstunde	€AKh	46	16,5	33
Arbeitsertag je Arbeitskraftstunde	€AKh	46	16,5	33
Vollkostendeckender Preis	Cent/kg	33	44	43

Bei der Ermittlung des Gewinnbeitrags des Verfahrens wurde davon ausgegangen, dass die Modellbetriebe keine fest angestellten Fremdarbeitskräfte beschäftigen und weder Miet- noch Pachtzahlungen zu leisten haben. Außerdem wurden sämtliche Prämien und Ausgleichszahlungen ausgeklammert. Somit ergab sich nach Abzug der Gebäude- und Technikkosten ein Gewinnbeitrag des Verfahrens von 1.715 Euro je Kuh und Jahr für Modellbetrieb 1, von 1.396 Euro je Kuh und Jahr für Modellbetrieb 2 und von 1.765 Euro je Kuh und Jahr für Modellbetrieb 3 (Tab. 3.84).

Die kalkulatorischen Faktorkosten für die Entlohnung der eigenen Produktionsfaktoren, wie Arbeit, Boden und Kapital, betragen je nach Arbeitskraftstunden pro Kuh und Jahr 601 bis 1.277 Euro. Den höchsten jährlichen Unternehmergewinn pro Kuh und Jahr erwirtschaftete Modellbetrieb 1 mit 1.114 Euro. Modellbetrieb 3 erreichte 938 Euro und Modellbetrieb 2 119 Euro pro Kuh und Jahr. Dieser geringe Wert ergab sich aus den hohen kalkulatorischen Faktorkosten und den geringen Leistungen. Insgesamt lagen die Vollkosten bei den Modellbetrieben zwischen 3.389 und 3.926 Euro pro Kuh und Jahr und der vollkostendeckende Preis lag bei 33 bis 43 Cent/kg Milch.

Bei genauerer Betrachtung der einzelnen Kostenstellen zeigte sich, dass bestimmte Kostenstellen sich je nach Betriebstyp und Strategie deutlich voneinander unterscheiden.

3.6.4.3.2 Leistungen

Bei den Marktleistungen gab es zwischen den Betriebstypen vor allem Unterschiede beim Milcherlös. Ausgehend von der in Tab. 3.83 dargestellten jährlichen Milchleistung (abzüglich der verfütterten Kälbermilch) und den Milchpreisen der Milchwerke Berchtesgadener Land von 46,46 Cent/kg Milch für konventionelle Milch und von 58,67 Cent/kg Milch für Biomilch (jeweils inklusive Mehrwertsteuer) ergab sich ein Milcherlös von 3.882 Euro für den Modellbetrieb 1, von 2.643 Euro für den Modellbetrieb 2 und von 3.567 Euro je Kuh und Jahr für den Modellbetrieb 3. Aufgrund der unterschiedlichen Milchmengen und Leistungen, Betriebsstrategien und Herdengrößen zeigten sich hier gravierende Unterschiede.

Weitere Leistungen waren die Kälber- und Altkuherlöse. Als Berechnungsgrundlagen wurden für die Kälbererlöse die Preise von konventionell aufgezogenen Kälbern der Rasse Fleckvieh des Landesverbands bayerischer Züchter herangezogen und für die Altkuherlöse die Rinderschlachtpreise für Rinder aus konventioneller Haltung des Marktberichts der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft. Bei den Kälbererlösen zeigten sich in den Modellen nur geringe Differenzen, bei den Altkuherlösen jedoch deutlichere Unterschiede. Letztere ergaben sich aus der unterschiedlichen Anzahl von Kühen.

Zusätzlich zur Leistung wurde der anfallende betriebliche Wirtschaftsdünger mit eingerechnet. Dieser Wert schwankte je nach Düngerausbringung und -qualität deutlich. Bei Modellbetrieb 1 wurde die Annahme getroffen, dass die Kühe das ganze Jahr über im Laufstall sind und die Gülleausbringung einkalkuliert ist. Für Modellbetrieb 2 wurde von einem Festmist-Jauche-System ausgegangen, für Modellbetrieb 3 wurde ein Festmistanfall unterstellt. Die angenommene Weideperiode betrug bei den Modellbetrieben 2 und 3 insgesamt 180 Tage. Abhängig von der Art des Wirtschaftsdüngers, den Weidetagen und dem Nährstoffgehalt im Dünger stieg oder sank der monetäre Wert.

3.6.4.3.3 Direktkosten

Bei den Direktkosten fanden sich vor allem Unterschiede bei den Bestandsergänzungskosten, den Kälberaufzuchtverfahren, dem Kraftfuttereinsatz, den Tierärztkosten und den variablen Maschinenkosten. Die Bestandsergänzungskosten bewegten sich bei den Modellbetrieben in einer Spanne von 488 bis 586 Euro. Sie waren beim konventionell wirtschaftenden Betrieb am höchsten, weil die Abgangsquote mit 30 % angenommen wurde und die Tierzahl am höchsten war, und bei Modellbetrieb 2 am geringsten. Hier wurde mit 25 % Abgangsquote kalkuliert, da angenommen wurde, dass die Tiere durch die geringe Milchleistung und die positive Wirkung des Weidegangs weniger krankheitsanfällig sind.

Bei der Kälberaufzucht unterschieden sich die Werte aufgrund des unterschiedlichen Absatzalters und der verschiedenen Aufzuchtmethoden. Der ökologische sowie der extensive Modellbetrieb verfütterten ausschließlich Vollmilch. Beim Absatzalter wurden für Modellbetrieb 3 zwölf und für Modellbetrieb 2 sieben Wochen bis zum Absetzen angenommen. Auch für den intensiv wirtschaftenden konventionellen Modellbetrieb 1 wurde mit sieben Wochen Tränkezeit kalkuliert. Allerdings wurde keine Vollmilch eingesetzt, sondern Milchaustauscher. Insgesamt waren hier höhere Kosten zu verzeichnen als bei der Verfütterung von Vollmilch.

Bei den Ergebnissen zu den variablen Kraftfutterkosten waren deutliche Unterschiede zu sehen. Gerade bei diesen Kosten zeigte sich, dass unterschiedliche Fütterungsstrategien zu

einer Verminderung oder Erhöhung des Einkommensbeitrags führen können. Je nach Grundfutterverfügbarkeit, Futterqualität und Rationsgestaltung variierten die Kosten. Für Modellbetrieb 1 betrug der Wert 766 Euro je Kuh und Jahr (Tab. 3.84). Die Modellbetriebe 2 und 3 kamen mit weniger Kraftfutterkosten pro Kuh und Jahr aus, weil sowohl bei der ökologischen als auch bei der extensiven Haltung die Grundfutterfütterung und die Beweidung eine deutlich größere Rolle spielten.

Auch die Tierarztkosten lagen je nach Krankheitsanfälligkeit der Tiere und abhängig vom Tiergesundheitsmanagement im Betrieb unterschiedlich hoch. Besonders Tieren mit hohen Milchleistungen wurde insgesamt eine höhere Krankheitsanfälligkeit unterstellt, sodass die Kosten bei Modellbetrieb 1 bei rund 90 Euro pro Kuh und Jahr lagen und bei den anderen mit circa 60 und 65 Euro deutlich darunter (Tab. 3.84).

Zuletzt sollen noch die Einstreukosten erwähnt werden. Für die Modellbetriebe wurde angenommen, dass die Einstreu zu marktüblichen Preisen zugekauft wird. Die Kosten lagen hier je nach Stallsystem zwischen 27 und 151 Euro.

3.6.4.3.4 *Grobfutterkosten*

Ein ebenso wichtiger Kostenblock waren die Grobfutterkosten. Diese wurden mit den pauschalen Daten der Internet-Deckungsbeitragsrechnung ermittelt (IBA, 2013). Demnach fielen für den extensiv wirtschaftenden Betrieb geringere Grobfutterkosten im Vergleich zum Modellbetrieb 1 und für den ökologisch wirtschaftenden Betrieb höhere Kosten an. Darin waren alle laufenden Kosten der Pflanzenproduktion enthalten: Düngung, Pflanzenschutz, Energie und Lohnarbeit, allerdings ohne Festkosten und ohne kalkulatorische Faktorkosten für Arbeit (Lohnansatz) sowie Zinsansatz für Kapital und Pachtansatz. Des Weiteren wurden in den Preisansätzen auch keine Prämien bzw. Flächenzahlungen (Agrarumweltprogramme, Betriebsprämie, Ausgleichszulage) berücksichtigt. Die angenommenen Werte entstammten den Einzelverfahren Grassilage, Maissilage, Biograssilage und Biobodenheu. Die Weidewerte entsprachen dem Deckungsbeitrag für Mutterkuhhaltung.

3.6.4.3.5 *Gebäude-, Pacht- und Mietkosten*

Da keine Werte für genauere Kuhplatzkosten verfügbar waren, wurde an dieser Stelle mit einheitlichen Stallplatzkosten gerechnet. Bei den Gebäudekosten wurden je nach Modell unterschiedliche Kuhplatzkosten angenommen. Bei Modellbetrieb 1 wurde mit 6.000 Euro, bei Modellbetrieb 2 mit 7.000 Euro und bei Modellbetrieb 3 mit 6.500 Euro je Kuh und Jahr gerechnet. Damit differierten die jährlichen Kuhplatzkosten zwischen 611 und 576 Euro (Tab. 3.84). Für alle Modellbetriebe wurde angenommen, dass sie keine weiteren Gebäude gepachtet haben.

3.6.4.3.6 *Risikoprofile*

Ein Blick auf den vollkostendeckenden Preis zeigt, dass Modellbetrieb 1 aufgrund seiner Betriebsgröße und seiner hohen Milcherzeugung über eine tragfähige ökonomische Basis verfügte. Die Abhängigkeit vom Milchpreis war zwar objektiv gegeben, stellte aber ein normales unternehmerisches Risiko dar. Daher ist es sinnvoll, dass dieser Erzeuger an die ortsansässigen Milchwerke Berchtesgadener Land „voll abliefern“. Entsprechend wurde dieser Betrieb nicht weiter betrachtet.

Die Risikoprofile der Modellbetriebe 2 und 3 unterschieden sich von Modellbetrieb 1 signifikant durch höhere Vollkosten (Tab. 3.84). Folgerichtig wurde unterstellt, dass diese Betriebe zwingend eine Diversifizierungsstrategie benötigten, um ihr unternehmerisches Risiko zu minimieren.

3.6.4.4 Ökonomische Betrachtung und Ergebnisse der Direktvermarktung

Bei der Betrachtung der Direktvermarktung einschließlich Wirtschaftlichkeitsberechnung basierte die Auswahl der produzierten Produkte auf den Angaben der interviewten Fallbetriebe 1 bis 4. Es wurden unterschiedliche Vermarktungsformen unterstellt: Almverkauf beim extensiv wirtschaftenden Modellbetrieb 2 sowie Lieferservice und Wochenmarkt beim ökologisch wirtschaftenden Modellbetrieb 3.

3.6.4.4.1 Käseproduktion und -vermarktung in Modellbetrieb 2

Annahmen

Für Modellbetrieb 2 lag die Annahme zugrunde, dass mehrere kleine Landwirte ihre Milch über fünf Sommermonate gemeinsam auf der Alm verarbeiten lassen (Erzeugergemeinschaft) und der produzierte Käse u. a. dort verkauft wird. Dabei wurde von einer Verarbeitungsmenge von 50.000 l Milch ausgegangen, woraus 2.000 kg Bergkäse und 2.000 kg Tilsiter in jeweils 20 Chargen produziert wurden. Die Investitionssumme für das Gebäude wurde mit 30.000 Euro kalkuliert, die Maschinenausstattung mit 13.350 Euro und die Betriebsmittel und Hilfsstoffe mit 21.450 Euro (Tab. 3.85).

Tab. 3.85: Annahmen für die Direktvermarktung in Modellbetrieb 2 (Quellen: KTBL, 2004; Redelberger, 2010; Nachfragebogen an die Fallbetriebe)

Grunddaten		Einheit	Wert
Gesamtmilchmenge		kg/Jahr	50.000
Verarbeitete Produkte	Bergkäse	kg/Jahr	2.000
	Tilsiter	kg/Jahr	2.000
Investitionen	Gebäude	€	30.000
	Maschinen	€	13.350
	Betriebsmittel und Hilfsstoffe	€	21.450
Arbeitskräfte	Familienarbeitskräfte	AKh/Jahr (675 + 80)	755
	Fremdarbeitskräfte	AKh/Jahr	840

Die vollbeschäftigte Familienarbeitskraft übernahm im Modell die Käseproduktion mit im Schnitt 675 AKh und das Management, wofür weitere 80 AKh anfielen (Tab. 3.85). Für die Vermarktung wurde eine Fremdarbeitskraft angestellt. Die Vermarktung erfolgte im Modell über einen siebentägigen Verkauf zu je sechs Stunden am Tag.

Gesamtkosten der Einkommenskombination

Tab. 3.86 zeigt die Gesamtkosten für die Produktion und Vermarktung. Die Produktionskosten einschließlich der der Produkten nicht zuteilbaren allgemeinen Betriebskosten beliefen sich auf 28.242 Euro. Bei der Vermarktung wurde davon ausgegangen, dass der Verkauf der Produkte durch eine Fremdarbeitskraft geleistet wird, weshalb hier Lohnkosten von 8.024 Euro anfielen.

Tab. 3.86: Gesamtkosten der Einkommenskombination in Modellbetrieb 2

	Produktionskosten (Euro/Jahr)	Vermarktungskosten (Euro/Jahr)
Gebäude	1.500	330
Maschinen	1.335	430
Instandhaltung	1.734	410
Kosten für eigenerzeugte Milch	19.000	–
Hilfsmittel (Lab, Kulturen)	640	–
Energie, Wasser, Abwasser	2.053	–
Reinigungsmittel	280	–
Verpackungsmaterial	400	–
Löhne	–	8.018
Allgemeine Betriebskosten	1.300	–
Summe	28.242	9.188

Produktions- und Vermarktungskosten für Bergkäse und Tilsiter

Für die Bergkäseproduktion wurde von einer wöchentlichen Menge von 100 kg in 20 Chargen ausgegangen (Tab. 3.85). Die jährlichen zuteilbaren Produktionskosten hierfür lagen bei 13.814 Euro, die Vermarktungskosten bei 5.662 Euro. Für die Produktion wurde mit einer Arbeitszeit von 430 AKh im Jahr gerechnet (Tab. 3.87).

Tab. 3.87: Produktions- und Vermarktungskosten sowie Arbeitszeitbedarf für Bergkäse und Tilsiter

Produkt	Vermarktungsform	Kosten (Euro/Jahr)		Arbeitszeit (AKh/Jahr)	
		Produktion	Vermarktung	Produktion	Vermarktung
Bergkäse (6 Monate gereift)	Almverkauf	13.814	5.662	430	0
Tilsiter	Almverkauf	13.128	3.526	245	0
Summe		26.942	9.188	675	

Beim Tilsiter lagen die Produktionskosten ähnlich hoch. Sie unterschieden sich lediglich durch den unterschiedlichen Mengeneinsatz der Milch. Die jährlichen zuteilbaren Produktionskosten beliefen sich auf 13.128 Euro und die Vermarktungskosten lagen bei 3.526 Euro. Für die Tilsitervermarktung musste eine jährliche Arbeitszeit von 245 AKh aufgewendet werden. Sie lag damit deutlich unter dem Arbeitsaufwand für Bergkäse, weil dieser in der Herstellung und Pflege deutlich aufwendiger ist.

Einkommensbeitrag aus der Käseproduktion und -vermarktung

Beim Verkauf der Produkte wurde mit einem Preis von 15,90 Euro/kg für Bergkäse und von 9,90 Euro/kg für Tilsiter kalkuliert. Damit beliefen sich die Einnahmen beim Bergkäse auf 31.800 Euro und beim Tilsiter auf 19.800 Euro (Tab. 3.88).

Tab. 3.88: Einnahmen aus dem Almverkauf von Bergkäse und Tilsiter in Modellbetrieb 2

Produkt	Menge (kg/Jahr)	Preis (Euro/kg)	Einnahmen (Euro/Jahr)
Bergkäse (6 Monate gereift)	2.000	15,90	31.800,00
Tilsiter	2.000	9,90	19.800,00
Summe			51.600,00

Tab. 3.89 zeigt, dass mit dem Bergkäse ein höherer Einkommensbeitrag erzielt wird als mit dem Tilsiter. Dies ist zurückzuführen auf den höheren Verkaufspreis, der jedoch durch den höheren Arbeitszeitaufwand von 430 im Vergleich zu 245 AKh/Jahr für die Tilsiterproduktion und die lange Lagerdauer gerechtfertigt ist.

Tab. 3.89: Einkommensbeiträge aus dem Almverkauf von Bergkäse und Tilsiter in Modellbetrieb 2

Produkt	Verkaufte Menge (kg/Jahr)	Einkommensbeitrag (Euro/Jahr)	Arbeitszeitbedarf (AKh/Jahr)	Entlohnung (Euro/AKh)
Bergkäse (6 Monate gereift)	2.000	12.324	430	28,66
Tilsiter	2.000	3.146	245	12,84

Insgesamt ergab sich für das vorliegende Modell ein Gesamterlös von 51.600 Euro (Tab. 3.88). Nach Abzug der Produktions- und Vermarktungskosten belief sich der Einkommensbeitrag auf 14.170 Euro (Tab. 3.90). Für die nicht entlohnte Arbeitskraft wurden für Produktion und Management 755 AKh im Jahr angenommen, woraus sich eine Entlohnung der eingesetzten Arbeitszeit von 18,28 Euro/AKh ergab.

Tab. 3.90: Jährlicher Einkommensbeitrag (vor Steuer) aus dem Almverkauf von Bergkäse und Tilsiter in Modellbetrieb 2

	Einheit	Wert
Einnahmen	€Jahr	51.600
Produktionskosten	€Jahr	26.942
Vermarktungskosten	€Jahr	9188
Allgemeine Betriebskosten	€Jahr	1.300
Einkommensbeitrag pro Jahr	€Jahr	14.170
Arbeitszeit der nicht entlohnten Familienarbeitskraft	AKh/Jahr	755
Einkommensbeitrag je Arbeitskraftstunde	€AKh	18,77

3.6.4.4.2 Lieferservice in Modellbetrieb 3

Annahmen

Für den ökologisch wirtschaftenden Modellbetrieb 3 wurde angenommen, dass er eine kleine Hofmolkerei von circa 50 bis 60 m² mit einer Verarbeitungskapazität von 50.000 kg Milch im Jahr betreibt (Tab. 3.91). Davon sollten 25.600 l als Frischmilch vermarktet werden, 15.000 l zu Naturjoghurt verarbeitet und 2.350 kg Frischkäse hergestellt werden. Alle Produkte werden in insgesamt in 50 Chargen im Jahr produziert, so die Annahme.

Tab. 3.91: Annahmen für die Direktvermarktung in Modellbetrieb 3 (KTBL, 2004; Redelberger, 2010; Nachfragebogen an die Fallbetriebe)

Grunddaten		Einheit	Wert
Gesamtmilchmenge		kg/Jahr	50.000
Verarbeitete Produkte	Frishmilch (pasteurisiert)	l/Jahr	25.600
	Naturjoghurt	l/Jahr	15.000
	Frishkäse	kg/Jahr	2.350
	Zukaufgemüse für Abokiste	kg/Jahr	10.000
Investitionen	Gebäude	€	57.000
	Maschinen	€	54.000
	Betriebsmittel und Hilfsstoffe	€	25.000
Arbeitskräfte	3 Familienarbeitskräfte	AKh/Jahr	3.390
	Fremdarbeitskräfte	AKh/Jahr	1.375

Neben den Milchprodukten sollten circa 10.000 kg Gemüse im Jahr zum Ergänzen einer Abokiste hinzugekauft werden. Es wurde angenommen, dass der Absatz der Produkte vorwiegend über den Lieferservice erfolgt, aber ein Teil der Produkte über einen regelmäßigen Wochenmarkt abgesetzt wird.

Im Modell standen für die gesamte Verarbeitung und Vermarktung drei Familienarbeitskräfte und weitere Fremdarbeitskräfte zur Verfügung. Der Lieferservice lief über die Familienarbeitskräfte, während der Wochenmarkt komplett von einer Fremdarbeitskraft geführt werden sollte. In der Produktion arbeiteten Familienarbeitskräfte und eine Fremdarbeitskraft.

Für die Produktion der Milcherzeugnisse wurde mit einem Kleinmolkereigebäude inklusive Installation im Wert von 57.000 Euro kalkuliert. Das entspricht einer kleinen Käserei von 50 bis 60 m². Für Maschineninvestitionen wurden insgesamt 54.000 Euro angenommen und für Betriebsmittel circa 25.000 Euro (Tab. 3.91). Die Annahmen für die Mengen entstammten dem Nachfragebogen, dem Kalkulationsprogramm Hofmolkerei (Redelberger, 2010) und der KTBL-Datensammlung Direktvermarktung (KTBL, 2014).

Gesamtkosten der Einkommenskombination

Auf der Basis der getroffenen Annahmen erfolgte für den Modellbetrieb 3 eine Aufstellung der Gesamtkosten für die Hofmolkerei. Tab. 3.92 zeigt, dass die Rohstoffkosten für die

eigenerzeugte Milch den Kostenschwerpunkt darstellten. Die Hofmolkerei verrechnete den Rohstoff mit dem Landwirtschaftsbetrieb. Beim Kostenpunkt Energie, Wasser und Abwasser beruhten die Kosten auf Schätzungen. Insgesamt beliefen sich die Produktionskosten auf 50.034 Euro jährlich.

Tab. 3.92: Gesamtkosten der Hofmolkerei einschließlich Vermarktung für Modellbetrieb 3

	Produktionskosten (Euro/Jahr)	Vermarktungskosten (Euro/Jahr)
Gebäude	2.160	550
Maschinen	5.937	2.875
Instandhaltung	4.337	1.200
Kosten für eigenerzeugte Milch	22.000	–
Hilfsmittel (Lab, Kulturen)	475	–
Energie, Wasser, Abwasser	7.000	–
Reinigungsmittel	675	–
Verpackungsmittel	200	–
Fahrzeug und Transport	–	6.450
Löhne	2.250	7.313
Allgemeine Betriebskosten	5.000	–
Summe	50.034	18.388

Bei der Vermarktung (Lieferservice, Wochenmarkt) schlugen die Löhne und die Transportkosten besonders stark zu Buche. Insgesamt mussten jährlich Vermarktungskosten von 18.388 Euro eingeplant werden.

Produktions- und Vermarktungskosten der Produkte

Tab. 3.93 gibt eine Übersicht über die Produktions- und Vermarktungskosten der verschiedenen eigenerzeugten Produkte. Bei der Herstellung von pasteurisierter Milch wurde unterstellt, dass die Milch zweimal die Woche von Familienarbeitskräften pasteurisiert und ausschließlich über den Lieferservice abgesetzt wird. Die jährlichen Produktionskosten beliefen sich auf 20.254 Euro. Die Vermarktungskosten waren hingegen gering und lagen im Modellbetrieb 3 bei 1.452 Euro. Die gesamte jährliche Arbeitszeit für die Produktion und die Vermarktung betrug 1.332 AKh.

Tab. 3.93: Produktions- und Vermarktungskosten sowie Arbeitszeitbedarf der einzelnen Produkte

Produkt	Vermarktungsform	Kosten (Euro/Jahr)		Arbeitszeit (AKh/Jahr)	
		Produktion bzw. Zukauf	Vermarktung	Produktion	Vermarktung
Frischmilch, pasteurisiert	Lieferservice	20.254	1.452	790	542
Naturjoghurt	Lieferservice	9.759	2.101	233	784
Naturjoghurt	Wochenmarkt	4.879	10.769	116	–
Friskäse m. Kräutern	Lieferservice	6.218	945	143	353
Friskäse m. Kräutern	Wochenmarkt	3.523	5.492	81	–
Zukaufgemüse	Lieferservice	15.750	924	–	345
Summe		60.383	21.683	1.363	2.024

Beim Naturjoghurt beliefen sich die jährlichen Produktionskosten auf insgesamt 14.638 Euro und lagen damit im Mittelfeld der Kosten. Weiterhin ergab sich für die gesamte Vermarktung ein jährlicher Aufwand von 12.870 Euro. Bei der Vermarktung über den Wochenmarkt wurde einer externen Arbeitskraft ein Stundenlohn von 7,50 Euro für die Marktstandbetreuung bezahlt. Der Arbeitszeitbedarf für die Produktion und Vermarktung von Naturjoghurt beliefen sich rechnerisch auf insgesamt 1.133 AKh jährlich.

Bei der Kräuterfrischkäseherstellung lagen die Produktionskosten jährlich bei insgesamt 9.741 Euro und die Vermarktungskosten bei 6.437 Euro. Die Arbeitszeit betrug für die Produktion und Vermarktung 577 AKh im Jahr.

Der Einkaufswert pro Kilogramm Biogemüse für die Abokisten wurde mit 1,52 Euro kalkuliert. Bei einem Zukauf von 10.000 kg jährlich wurde mit Kosten von 15.750 Euro für den Einkauf und 924 Euro für die Vermarktung über den Lieferservice gerechnet. Die Arbeitszeit für die Vermarktung der Abokiste betrug 345 AKh im Jahr (Tab. 3.93).

Einkommensbeitrag der eigenerzeugten Produkte plus Zukaufgemüse

Zur Berechnung der Einnahmen wurde Frischkäse mit 15 Euro/kg, Frischmilch mit 1,35 Euro/kg, Naturjoghurt mit 5 Euro/kg und Zukaufgemüse mit 2,20 Euro/kg kalkuliert (Tab. 3.94). Die Preise entstammten dem Nachfragebogen, der dem Betriebsleiter des Fallbetriebs vorgelegt wurde.

Tab. 3.94: Einnahmen durch den Verkauf der einzelnen Produkte im Modellbetrieb 3

Produkt	Vermarktungsform	Menge (kg bzw. l/Jahr)	Preis (€/kg)	Einnahmen (€/Jahr)
Frishmilch, pasteurisiert	Lieferservice	25.600	1,35	34.560
Naturjoghurt	Lieferservice	10.000	5,00	50.000
Naturjoghurt	Wochenmarkt	5.000	5,00	25.000
Frishkäse m. Kräutern	Lieferservice	1.500	15,00	22.500
Frishkäse m. Kräutern	Wochenmarkt	850	15,00	12.750
Zukaufgemüse	Lieferservice	10.000	2,20	22.000
Summe				166.810

In Tab. 3.95 sind die Einkommensbeiträge pro Jahr und Arbeitskraftstunde nach Produktgruppen aufgelistet. Wie aus den Zahlen hervorgeht, hatte Naturjoghurt, der über den Lieferservice vermarktet wurde, den höchsten jährlichen Einkommensbeitrag, gefolgt von Frischkäse ebenfalls im Lieferservice und pasteurisierter Milch.

Tab. 3.95: Einkommensbeiträge aus dem Verkauf der einzelnen Produkte im Modellbetrieb 3

Produkt	Vermarktungsform	Einkommensbeitrag (€/Jahr)	Arbeitszeitbedarf (AKh/Jahr)	Unternehmerentlohnung* (€/AKh)
Frishmilch, pasteurisiert	Lieferservice	12.854	1.332	10,00
Naturjoghurt	Lieferservice	38.140	1.017	37,00
Naturjoghurt	Wochenmarkt	9.352	116	80,00
Frishkäse m. Kräutern	Lieferservice	15.338	496	31,00
Frishkäse m. Kräutern	Wochenmarkt	3.735	81	46,00
Zukaufgemüse	Lieferservice	5.325	345	15,00

* Bei der Ermittlung der Stundenentlohnung nicht entlohnter Arbeitszeit wurde das „Arbeitseinkommen“ zugrunde gelegt.

Insgesamt ergaben sich aus der Berechnung für den Modellbetrieb jährliche Einnahmen aus der Direktvermarktung von 166.810 Euro. Nach Abzug der Produktions- und Vermarktungskosten sowie der allgemeinen Betriebskosten ergab sich der Einkommensbeitrag mit 79.736 Euro/Jahr. Die gesamte Produktion sowie die Vermarktung und das Management er-

forderten jährlich 3.387 AKh. Die von Familienarbeitskräften eingesetzte Arbeitszeit konnte mit 19,98 Euro brutto entlohnt werden (Tab. 3.96).

Tab. 3.96: Jährlicher Einkommensbeitrag (vor Steuer) aus dem Verkauf eigenerzeugter Produkte inklusive Zukaufgemüse in Modellbetrieb 3

	Einheit	Wert
Einnahmen	€Jahr	166.810
Produktionskosten	€Jahr	60.383
Vermarktungskosten	€Jahr	21.683
Allgemeine Betriebskosten	€Jahr	5.000
Einkommensbeitrag pro Jahr	€Jahr	79.736
Arbeitszeit der nicht entlohnten Familienarbeitskraft	AKh/Jahr	3.387
Einkommensbeitrag je Arbeitskraftstunde	€AKh	19,98

3.6.5 Diskussion und Schlussbetrachtung

Die Methodendiskussion zielt darauf ab, die Wahl der Forschungsmethoden und der Auswertungsverfahren zu begründen und zu dokumentieren. Es wird die Intention verfolgt, mögliche Fehlerquellen für eine sachgerechte Interpretation der Ergebnisse zu verdeutlichen. Zu diesem Zweck sollen hier das Interview und die Interviewsituation, der Auswertungsprozess und die Modellbildung zur Wirtschaftlichkeitsanalyse der Betriebe dargestellt werden.

3.6.5.1 Methodendiskussion

Es hat sich gezeigt, dass die Leitfadeninterviews geeignet waren, um darzustellen, warum sich Landwirte im Berchtesgadener Land trotz guter Milchpreise für oder gegen eine Direktvermarktung entscheiden. Die Auswahl der Fallbetriebe wurde von der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) unterstützt. Dies hat sich als sehr fruchtbar herausgestellt, da die Betriebe einen Bezug zur Landesanstalt hatten und damit eine enorme Zeitersparnis für die Arbeit erreicht werden konnte.

Das Interview selbst wurde von den Probanden insgesamt gut angenommen. Allerdings eigneten sich nicht alle Fragen für jeden Betrieb gleich gut, sodass vorausschauend die Fragen auf den jeweiligen Fallbetrieb zugeschnitten wurden und jedes Interview eine andere Prägung hatte. Der Inhalt des Leitfadens ging über die zentrale Forschungsfrage hinaus, um von den wenigen Fallbeispielen eine möglichst hohe Datenmenge zu generieren. Die Interviews orientierten sich insgesamt stark am Leitfaden, was die Antworten der Landwirte und damit die Ergebnisse möglicherweise einschränkte. Ebenso schwierig gestaltete es sich, während der Interviewführung eine Balance zwischen Strukturiertheit und Offenheit zu finden.

Zudem ist zu berücksichtigen, dass die Erfahrungen sowohl der Autorin als auch der Probanden das Verhalten in der Interviewsituation und damit auch die Ergebnisse beeinflusst haben. Hilfreich war, dass die Landwirte Erfahrungen mit Interviews mitbrachten sowie bereit und interessiert waren, die Fragen zu beantworten. Dennoch war festzustellen, dass bei älteren Probanden eine gewisse Skepsis gegenüber einer jungen Akademikerin vorherrschte. Die Herausforderung lag darin, das Vertrauen der Personen zu erlangen und die Rolle des Interviewers glaubhaft zu verkörpern, um verwendbare Ergebnisse zu erhalten. Die Daten wurden mittels Tonband aufgenommen, was die Gefahr birgt, dass sich der Interviewer bei einer Audioaufzeichnung möglicherweise anders ausdrückte oder verhielt als sonst im Alltag.

Durch die Transkription der Interviews und deren Codierung konnten die Ergebnisse umfassend bearbeitet werden. Es konnte vor allem innerhalb der Interviews nach Textpassagen ge-

sucht werden. Inhalte zwischen den Interviews zu vergleichen war ebenfalls gut möglich. Die Bildung der gewählten Kategorien wurde durch die Interpretation des Textes von der Autorin subjektiv beeinflusst und damit auch das Untersuchungsergebnis.

Zudem ist anzumerken, dass durch die schnelle Kategorisierung möglicherweise der Blick auf den Inhalt des Textes verstellt war und dass die Interpretation von subjektiven Daten bei der Auswertung eher schematisch nach Strukturen erfolgte. Dies brachte die Gefahr mit sich, dass der Blick in das Material weniger Tiefe bekam.

Bei der Auswertung der Wirtschaftlichkeit der Milchviehhaltung sowie der Verarbeitung und der Direktvermarktung konnte aufgrund fehlender Betriebsdaten und ungenauer Datenerhebungen im erstellten Nachfragebogen überwiegend nur mit Plandaten gerechnet werden. Die Aussagekraft der Internet-Deckungsbeitragsrechnung sowie der Wirtschaftlichkeitsrechnung mittels AID-Programm wurde aufgrund der Verwendung überwiegend standardisierter Plandaten deutlich eingeschränkt. Festzuhalten gilt, dass die Programme gut geeignet waren, um die Wirtschaftlichkeit und die Rentabilität der untersuchten Fallbetriebe zu dokumentieren. Mit dieser Methode ließen sich die Wirtschaftlichkeit von Produktion und Vermarktung bewerten und die Ableitung ökonomischer Tendenzen für eine Entscheidung pro oder kontra Direktvermarktung nachvollziehen.

3.6.5.2 Ergebnisdiskussion

Zunächst sollen die zu Beginn der Arbeit formulierten Fragestellungen anhand der Darstellung der Ergebnisse beantwortet und inhaltlich diskutiert werden.

Frage 1: Was sind die Beweggründe von Milcherzeugern im Landkreis Berchtesgadener Land, sich für oder gegen eine eigene Verarbeitung und Direktvermarktung zu entscheiden?

Wie in der empirischen Erhebung aufgezeigt wurde, gab es in den Interviews fünf relevante Zusammenhänge, die anhand von vier Fallbetrieben im Berchtesgadener Land identifiziert werden konnten. Sie thematisierten vor allem die Unabhängigkeit von Milchpreisen und Molkeremonopol, die Einkommenssicherheit, die Absatzmärkte und das daraus resultierende subjektive Phänomen Selbstverwirklichung. Die vorliegenden Ergebnisse unterstreichen, dass die Beweggründe der untersuchten Fallbetriebe, sich für oder gegen eine Direktvermarktung zu entscheiden, deutlich von wirtschaftlichen Aspekten bestimmt waren und diese für die Probanden im Vordergrund standen.

Allen befragten Betriebsleitern konnte eine hohe Sensibilität hinsichtlich der Milchpreisschwankungen und der damit verbundenen Risiken attestiert werden. Insbesondere die einige Jahre zurückliegende Phase extremer Volatilität des Milchpreises (besonders zwischen 2006 und 2011) hat deutliche Spuren in den Betrieben hinterlassen. Dies bedeutet aber nicht, dass die damalige Situation in den Betrieben automatisch zu einer Strategie der systematischen Risikostreuung im Sinne einer vertikalen Diversifizierung in die der Landwirtschaft vor- oder nachgelagerte Stufe oder eine laterale Diversifizierung außerhalb der Landwirtschaft führte. Allerdings konnten ökonomische Krisensituationen als signifikante Auslöser für Veränderungsprozesse angesehen werden.

Neben den vorwiegend ökonomischen Beweggründen konnten über die durchgeführte Inhaltsanalyse auch versteckte subjektive Faktoren gefunden werden, die aus den ökonomischen Beweggründen resultierten, aber während des Interviews nicht direkt zur Sprache kamen. Festzustellen ist, dass die eingangs vermuteten klassischen persönlichen Aspekte (z. B. Freude und Spaß am Kundenkontakt, Freude am eigenen Herstellen und Vermarkten

etc.) in dieser Befragung kaum eine Rolle spielten. Aus den geführten Gesprächen mit Direktvermarktern lässt sich deshalb eindeutig ableiten, dass die existenzielle Absicherung der Betriebe und die Schaffung eines ausreichenden Familieneinkommens im Vordergrund stehen. Die subjektiven Gründe, sich für eine Direktvermarktungsstrategie oder ggf. für andere Varianten von Einkommenskombinationen zu entscheiden, sind im Bestreben eingebettet, den eigenen landwirtschaftlichen Betrieb zu erhalten. Dieses Ziel dominiert und ist handlungsleitend.

Dass die Entscheidungsprozesse durchaus von den Betriebsleiterpersönlichkeiten und deren Leitbildern geprägt sind bzw. sein können, ist selbstredend. Allerdings scheint die „normative Kraft des Faktischen“ prägend zu sein, d. h. die ökonomischen Rahmenbedingungen spielen eine entscheidende Rolle. Gleichwohl ist anzunehmen, dass sich hinter dem Primat der Betriebserhaltung eine Vielzahl subjektiver, durch Familientraditionen geprägter Entscheidungsgründe verbergen. Dass der Wertewandel in der Gesellschaft durch neue Bedürfnisse Brüche bewirkt (im Sinne einer neuen Wahrnehmung der eigenen sozialen Umwelt und neuer Lebensperspektiven), ist wahrscheinlich.

Ein Blick auf andere Studien, die ebenfalls Beweg- und Einstiegsgründe in der Direktvermarktung untersuchten (Kuhnert, 1998; Recke et al., 2004) zeigt, dass sich die Ergebnisse dieser Arbeit durch die identifizierten Ergebnisse der anderen Autoren bestätigen lassen. Auch in den angeführten Studien wurden vorwiegend wirtschaftlich motivierte Gründe analysiert (Tab. 3.97).

Tab. 3.97: Ranking-Ergebnisse der Gründe für den Beginn einer Direktvermarktung

Gründe für den Beginn einer Direktvermarktung	Ranking Kuhnert (1998)	Ranking Recke et al. (2004)
Steigerung des Einkommens	1	1
Neues Standbein	2	3
Spaß am Kunden	3	2
Teil des Betriebskonzepts	4	4
Lösung des Absatzproblems	5	6
Günstiger Standort	6	5
Befriedigung der Nachfrage	7	8
Innerbetriebliches Wachstum	8	7

Wie bereits dargestellt, ist der (manchmal existenzgefährdende) wirtschaftliche Druck der ausschlaggebende Faktor für den Einstieg in die Direktvermarktung. Ob er immer nach einer kritischen und einer objektiven Bewertung von Chancen und Risiken erfolgt, ist zu bezweifeln. Die Interpretation der Interviews lässt vermuten, dass zunächst vertikale Diversifizierungsstrategien in den Fokus genommen werden. Hier bestehen direkte Anknüpfungspunkte an den eigenen Betrieb, an die bekannten Produktionsprofile und an die eigenen Erfahrungen und Kompetenzen („Ich mache das, was ich kenne und was ich kann“).

Die Entscheidung, das eigenerzeugte Produkt (Milch) zu veredeln, um damit die Wertschöpfungskette zu optimieren, ist daher zunächst plausibel und war in den untersuchten Betrieben das Mittel der Wahl. Diese Fakten führen konsequenterweise zur Untersuchung von Direktvermarktungsstrategien. Weitere Einkommenskombinationen wurden im Rahmen dieser Arbeit ausdrücklich nicht diskutiert.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass insbesondere das Vorhandensein realer Ressourcen, wie Familienarbeitskräfte, Gebäude etc., für eine Entscheidung in Richtung Direktvermarktung relevant ist. Dabei spielen die Investitionsmittel eine besondere Rolle, da bei vielen kleinen Betrieben keine oder nur eine ungenügende Kapitaldecke vorhanden ist. Eine Finanzierung

durch Banken ist oftmals nicht möglich und auch nicht gewünscht. Eine Kompensationsmöglichkeit bei Fehlen der beschriebenen Ressourcen sind Kooperationen mit anderen Betrieben. Insbesondere die Kooperation gleich ausgerichteter Betriebe ist sinnvoll und unter regionalen Gesichtspunkten (regionale Netzwerke) interessant.

Neben den eigenen Ressourcen sind die externen Faktoren maßgeblich, z. B. die Lage des Betriebs oder das Nachfrageprofil. Jede Entscheidung für oder gegen eine Direktvermarktung erfolgt also in den Betrieben nicht nach einem bestimmten Standardmuster, sondern aufgrund bestimmter interner Notwendigkeiten, externer Faktoren (Existenzabsicherung) und innerbetrieblicher Ressourcen sowie nach der persönlichen Fähigkeit, dem Know-how und den Präferenzen des Betriebsleiters.

Frage 2: Welche monetären Gründe lassen sich mithilfe von Modellannahmen für die Entscheidung finden?

Generelle Aussagen zur Wirtschaftlichkeit der untersuchten Fallbetriebe lassen sich aufgrund der Vielfalt der Betriebe im Landkreis Berchtesgadener Land nicht ableiten. Die Ergebnisse entsprechen einerseits bayerischen Standarddaten, andererseits tragen sie dazu bei, einige Tendenzen zu klären. So zeigen die Ergebnisse der Vollkostenrechnung, dass insbesondere Biobetriebe und kleine Bergbauernhöfe zu höheren Kosten produzieren müssen. Diese entstehen einerseits durch die Auflagen und Richtlinien in der ökologischen Milchviehhaltung und andererseits durch spezifische Faktoren wie Standortnachteile, geringere Betriebsgrößen, arbeits- und kostenintensivere Produktionssysteme, geringere Arbeitsproduktivität und teilweise höhere Faktorpreise.

Kosteneinsparungen ergeben sich nur bei einer überdurchschnittlichen Betriebsgröße und in günstigen Lagen. Oftmals besitzen solche Betriebe zudem eine bessere Produktionseffizienz und können die Wirtschaftlichkeit des Betriebs auch bei schlechteren Milchpreisen halten.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass es große Kostenunterschiede bei den Modellbetrieben gibt. Zwei wichtige Faktoren sind die verkaufte Milchmenge und der Milchpreis. Betriebe mit hohen Mengen sind in der Regel bei angemessenem Milchpreis wettbewerbsfähiger. Eine ebenso wichtige Rolle spielen die Arbeitskosten. Da kleinere Bergbetriebe und Biobetriebe aufgrund ihrer Größe und Wirtschaftsweise einen höheren Arbeitsaufwand pro Kuh und Jahr haben als ein mechanisierter Großbetrieb, ist insbesondere die Arbeitsbelastung in der Innenwirtschaft deutlich höher. Eine Optimierung der Arbeitsabläufe kann tendenziell Einsparungen erbringen; eine deutliche Arbeitszeitreduktion ist meistens aber nur mit einer bestimmten Betriebsgröße zu erreichen.

Bei den variablen Kosten haben insbesondere die Kraftfutter- und Grundfutterkosten einen wesentlichen Anteil. Je nach betrieblicher Strategie können die Kosten zu einer Minderung oder Erhöhung des Einkommensbeitrags führen. Ein ebenso wichtiger Kostenpunkt sind die Bestandsergänzungskosten in Abhängigkeit von der Lebensleistung der Milchkuhe. Durch eine längere Lebensleistung (Bergbetrieb, Biobetrieb) verringern sich zwar die Leistungen aus den Altkuhpreisen, aber die Bestandsergänzungskosten nehmen deutlich ab.

Zuletzt sind noch die notwendigen Investitionskosten in Gebäude und Ausstattung zu erwähnen, die zu einer Kapitalbindung bzw. zu einer Kreditbelastung führen. Umso wichtiger ist die Balance zwischen Investitionskosten und Einnahmengenerierung. Niedrige Kapitalkosten sind u. a. also ein wichtiger Faktor, um Einnahmeschwankungen ausgleichen zu können.

Insbesondere kleine Bergbetriebe wie Modellbetrieb 2 mit zwölf Milchkuhen und Biobetriebe (Modellbetrieb 3) haben durch ihre Mehrkosten ein deutlich höheres ökonomisches Risiko.

Auch der relativ hohe Milchpreis im Berchtesgadener Land kann die Existenz dieser Betriebe langfristig nicht sichern, weil der Milchmarkt mit seinen Preisschwankungen ein hohes Unsicherheitspotenzial beinhaltet. Hier zeigt sich die Notwendigkeit für Betriebe, die Preisnehmer (Milchlieferung an die Molkerei) zu verlassen bzw. einzuschränken und durch die Integration einer eigenen Verarbeitung und Direktvermarktung an den Endkunden die Wertschöpfungskette zu verlängern. Mit dieser Diversifizierungsstrategie lassen sich mögliche Preisschwankungen besser ausgleichen, was zu einer gewünschten Stabilisierung der Einkommenssituation führt. Das wirtschaftliche Risikoprofil kleiner milcherzeugender Betriebe, dies zeigt diese Arbeit, ist evident.

Aus Sicht der Verfasserin ist die Direktvermarktung eine gangbare Alternative. Allerdings tragen diversifizierende Betriebe neben dem allgemeinen unternehmerischen Risiko auch ein Risiko hinsichtlich der Vermarktungsunsicherheit, die im Voraus zu prüfen ist. Damit lässt sich festhalten, dass insbesondere die Wahl der betrieblichen Strategie die Anfälligkeit gegenüber Politik- und Preisrisiken beeinflusst. Dies bedeutet, dass der Betrieb sich der möglichen Unsicherheiten in Bezug auf das landwirtschaftliche Einkommen bewusst sein sollte, um handlungsfähig zu bleiben.

Das Risikobewusstsein spielt vor allem in Familienbetrieben eine große Rolle, weil vom Erfolg bzw. Misserfolg die ganze landwirtschaftliche Familie abhängig sein kann. Die Schaffung stabiler Einkommenskombinationen liefert hierbei einen wesentlichen Beitrag zur Absicherung landwirtschaftlicher Haushalte und kann nachhaltig das Überleben kleiner bäuerlicher Strukturen sichern.

Ein Blick auf die Ergebnisse aus den Wirtschaftlichkeitsrechnungen zur Direktvermarktung zeigt, dass die modellhaft berechneten Einkommensbeiträge als akzeptabel eingestuft werden können. Es ist aber darauf hinzuweisen, dass hier eine hohe Schwankungsbreite nicht ausgeschlossen ist. Erst ab einer bestimmten Verarbeitungsmenge rechnet sich der Aufwand (insbesondere die Investitionskosten) und die Rentabilität ist gewährleistet. Modellbetrieb 3 zeigt beispielsweise, dass mit dem Einkommen drei Familienarbeitskräfte entlohnt werden können. Allerdings zeigt dieses Beispiel auch, dass die Direktvermarktung insbesondere im Bereich des Lieferservices hohe Arbeitskapazitäten erfordert.

Der Einkommensbeitrag der nicht entlohnten Arbeitskräfte von circa 18 Euro/AKh unterliegt natürlich den üblichen Schwankungsbreiten. Als besondere Risikomerkmale sind die volatilen Absatzmärkte zu nennen. Hier spielt die geografische Lage des Betriebs eine wesentliche Rolle. Welche Vermarktungswege geeignet sind, muss in Abhängigkeit von der Lage und den Ressourcen entschieden werden. Der Absatz lässt sich folgerichtig unter regionalen Gesichtspunkten nicht beliebig erweitern. Daher sind ständig neue Vertriebswege zu prüfen, etwa eine Belieferung des Lebensmitteleinzelhandels oder Versandoptionen.

3.6.5.3 Schlussfolgerung

Die vorliegende Arbeit hat gezeigt, dass ökonomische Beweggründe für eine Direktvermarktung von Milch und Milchprodukten in den drei untersuchten Fallbetrieben dominieren und alle anderen Beweggründe überlagern. Berglandwirte müssen aufgrund sich ändernder Rahmenbedingungen lernen, zu „überleben“ und handlungsfähig zu bleiben und gerade auf Marktveränderungen zeitnah zu reagieren. Es ist in diesem Kontext unverzichtbar, eine Balance zwischen externen Rahmenbedingungen und internen Ressourcen unter Beachtung der Aufrechterhaltung des eigenen Autonomiestrebens zu finden. Dabei gilt es, neuen Tendenzen und Entwicklungen stets offen gegenüberzustehen und sich proaktiv zu verhalten mit dem Ziel, umsetzbare und realisierbare Strategien auf den Betrieb zu übertragen.

Grundsätzlich sind die unternehmerischen Entscheidungen der Betriebe externen und internen Veränderungsprozessen geschuldet und dienen u. a. einer Minimierung betriebswirtschaftlicher Risiken. Dabei spielt eine klare Ausrichtung auf die Potenziale der regionalen Absatzmärkte und im Speziellen auf die Kundenwünsche eine wesentliche Rolle. Diese Ausrichtung ist besonders im Bereich der Direktvermarktung unerlässlich.

Der Wunsch nach Unabhängigkeit und ökonomischer Absicherung verlangt aber einen klaren Blick und eine realistische Einschätzung der eigenen Ressourcen. Das heißt, bei kleinen Betriebsgrößen steigt in aller Regel die Notwendigkeit von Kooperationen als probates Mittel zur Senkung von Produktions- und Vermarktungskosten. Insbesondere das Teilen von Produktionsmitteln verringert das ggf. notwendige hohe Investitionskapital und das unternehmerische Risiko für den Einzelnen.

Weiterhin lässt sich die Aussteuerung der Arbeitskräfte verbessern und einem Arbeitskräftemangel kann leichter vorgebeugt werden. In Erzeugergemeinschaften können ggf. die Belastungen der Familienarbeitskräfte verringert, die persönlichen Freiräume erweitert und damit kann die Lebensqualität gesteigert werden. Letztlich lassen sich zukunftsorientierte Strategien zur Vergrößerung von Marktanteilen oder notwendige Anpassungsprozesse (z. B. aufgrund dynamischer Handlungen anderer Konkurrenten) besser ansteuern.

Die begrenzte Stichprobe der interviewten Betriebe im Rahmen dieser Arbeit lässt hier keine weiteren Interpretationen zu. Es bleibt schlicht festzustellen, dass die ökonomischen Fragestellungen dominierend sind und alle anderen Beweggründe überlagern. Eine weitere Verifizierung der Phänomene bietet sich als anschließender Forschungsansatz an. Eine aktuelle und breit angelegte empirische Untersuchung in diesem Kontext wäre notwendig, um die Bindungskräfte und die Auswirkungen subjektiver Entscheidungselemente bei bestimmten Einkommenskombinationen allgemein und insbesondere bezogen auf die Diversifizierungsdebatte zu untersuchen. Eventuell ergeben sich hier auch zielführende Erkenntnisse für die Weiterentwicklung spezifischer Beratungskonzepte.

3.6.6 Zusammenfassung

In der vorliegenden Arbeit wurde der Versuch unternommen, Tendenzen bei der Vermarktungsentscheidung von Milchbauern im Landkreis Berchtesgadener Land zu beleuchten. Ziel war es, die Beweggründe für eine Vermarktungsentscheidung anhand unterschiedlicher Fallbetriebe vor dem Hintergrund eines guten Milchauszahlungspreises der Milchwerke Berchtesgadener Land zu analysieren und die ökonomischen Faktoren bzw. Entscheidungsgründe eines Milchviehbetriebs zu hinterfragen.

Das methodische Vorgehen umfasste zunächst eine Thematisierung der landwirtschaftlichen Rahmenbedingungen (interne und externe Faktoren) sowie eine Darstellung von Vermarktungswegen für Milcherzeugnisse im bayerischen Alpenland. Für die weitere Untersuchung der Beweggründe wurde ein Leitfadeninterview entwickelt, das in vier Fallbetrieben eingesetzt wurde. Neben der empirischen Untersuchung wurde im weiteren Verlauf die Wirtschaftlichkeit der Milcherzeugung sowie die Wirtschaftlichkeit der Direktvermarktung modellhaft betrachtet und bilanziert.

Als Ergebnis konnte gezeigt werden, dass bei einer Entscheidung für eine (teilweise) Direktvermarktung der Milch anstelle der Ablieferung der Milch an die Molkerei in den Betrieben ökonomische Beweggründe vordergründig waren. Des Weiteren konnte anhand von Modellrechnungen verdeutlicht werden, dass es für kleine Milchviehbetriebe im Landkreis Berchtesgadener Land von Vorteil sein kann zu diversifizieren, um betriebswirtschaftliche Risiken zu

streuen und auf diese Weise die Existenz nachhaltig sicher zu stellen. Die Ergebnisse aus den Wirtschaftlichkeitsrechnungen zur Direktvermarktung machen deutlich, dass durch die eigene Verarbeitung und Vermarktung der Produkte ein höheres Familieneinkommen zu erwirtschaften ist, sofern entsprechende Arbeitskapazitäten vorhanden sind und ein angemessenes Absatzpotenzial in der Region zur Verfügung steht. Weitere Diversifizierungsstrategien, die Einkommensalternativen außerhalb der eigenen landwirtschaftlichen Produktion generieren, wurden in dieser Arbeit nicht weiter untersucht und nur am Rand erwähnt.

Die wesentliche Schlussfolgerung dieser Arbeit ist, dass sich für kleine Betriebe im Berchtesgadener Land neben weiteren Einkommenskombinationen wenige Alternativen zur Direktvermarktung finden, wenn a) die Abhängigkeit von Abnehmern (Molkereien bzw. Marktpreisen) verringert und b) die Wertschöpfung erhöht werden soll. Auch periodisch anfallende, überdurchschnittlich hohe Milchpreise allein können das mittel- und langfristige Volatilitätsrisiko nicht kompensieren. Eine Direktvermarktungsstrategie ist daher zu prüfen. Direktvermarktung ist allerdings kein „Selbstläufer“, sondern verlangt solide Kenntnisse in verschiedenen Disziplinen.

3.7 Die Vorzüglichkeit der kooperativen Verarbeitung und Vermarktung von Bergprodukten über verschiedene Absatzwege (Magerl)

Simon Magerl (2014) bearbeitete in seiner Bachelorarbeit an der Fakultät für Land- und Ernährungswirtschaft der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf die kooperative Verarbeitung und Vermarktung von Bergprodukten über verschiedene Absatzwege und untersuchte diese auf ihre Vorzüglichkeit. Eine Zusammenfassung der Arbeit als Teilprojekt des Forschungsvorhabens wird hier wiedergegeben.

3.7.1 Einleitung

3.7.1.1 Landwirtschaft in Bayern

In Bayern gab es 2012 ungefähr 38.000 Milchviehbetriebe, die eine landwirtschaftliche Fläche von 1,6 Mio. ha Acker- und Grünland bewirtschafteten und 1,2 Mio. Kühe hielten. Im Durchschnitt bewirtschaftete ein bayerischer Milcherzeuger 2012 42 ha land- und forstwirtschaftliche Fläche, hielt 32 Milchkühe und erzeugte bei einem Leistungsniveau von 6.490 kg pro Kuh 207.000 kg Milch (Stockinger et al., 2013). Insgesamt erzeugten die bayerischen Landwirte in diesem Zeitraum 7.455.470 t Milch. In den Regierungsbezirken Oberbayern und Schwaben wurde bayernweit die größte Milchmenge erzeugt (Abb. 3.44).

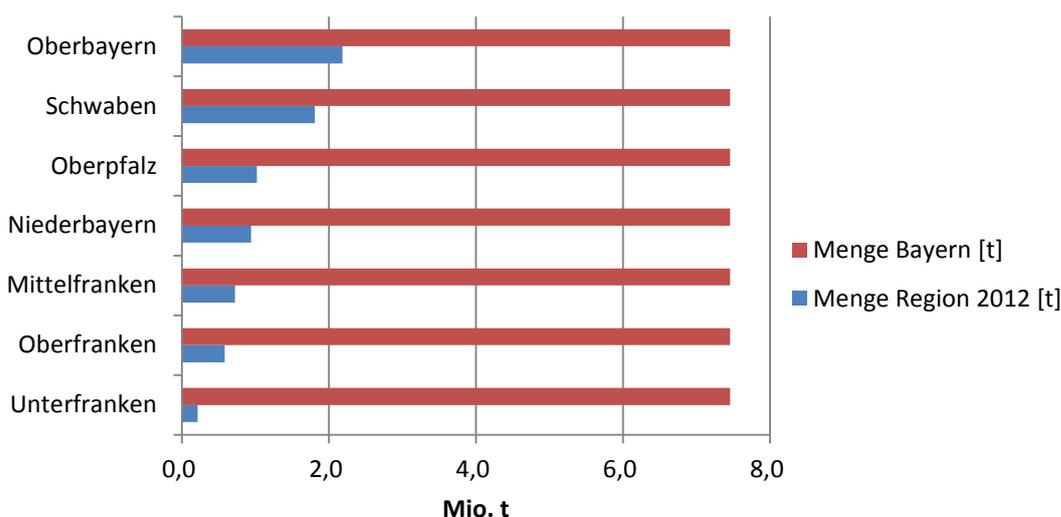


Abb. 3.44: Bayernweit erzeugte Milchmenge 2012 (eigene Darstellung nach Milchland Bayern über LfL)

Von den beiden Regierungsbezirken mit der höchsten Milcherzeugung wirtschaften rund 10.000 Betriebe im Alpenraum. Auf einer Fläche von circa 240.000 ha befinden sich ungefähr 40.500 ha Lichtweideflächen, verteilt auf nahezu 1.400 Almen (StMELF, 2013a). Berggebietsgemeinden und drei kreisfreie Städte – Rosenheim, Kempten und Kaufbeuren – sind in folgenden süddeutschen Landkreisen beheimatet: Lindau, Oberallgäu, Ostallgäu, Weilheim-Schongau, Garmisch-Partenkirchen, Bad Tölz-Wolfratshausen, Miesbach, Rosenheim, Traunstein und Berchtesgadener Land (ART, 2013).

Hervorzuheben ist der Stellenwert der Landwirtschaft im gesamten Alpenraum für unsere Gesellschaft. Das landwirtschaftlich nutzbare Grünland in der Bergregion kann in der Regel ausschließlich für die hier stattfindende Milcherzeugung genutzt werden. In den Betrieben

unterstützt meist die gesamte Familie und leistet einen wichtigen Beitrag zur Aufrechterhaltung der Strukturen in den südbayerischen Höhenlagen. Zusätzlich zur Herstellung qualitativ hochwertiger Produkte tragen die Betriebe zur Bewahrung eines abwechslungsreichen und vielseitigen Landschaftsbildes bei, das die Berglandschaft attraktiv für den Tourismus, Naherholung, Freizeit und Urlaub gestaltet (Eltrich, 2007).

3.7.1.2 Zielsetzung der Arbeit

Die Aufgabenstellung der vorliegenden Arbeit „Die Vorzüglichkeit der – kooperativen – Verarbeitung und Vermarktung von Bergprodukten (Bergkäse) über verschiedene Absatzwege aus Sicht einer Naturkäserei“ sollte die Inhalte des Forschungsvorhabens zur Einkommenssicherung und -entwicklung durch Diversifizierung in der Berglandwirtschaft ergänzen. Das Hauptaugenmerk lag auf einer Käserei im Landkreis Miesbach. Diese fungiert als Kooperation zwischen 19 milchliefernden Landwirten und vermarktet ihre selbsterzeugten Produkte über verschiedene Absatzwege. Sie sollen wirtschaftlich, landwirtschaftlich und kostenrechnerisch durch die Erstellung von mehreren Deckungsbeiträgen voneinander abgegrenzt werden.

Im Rahmen einer Expertenbefragung war das Unternehmen im Hinblick auf seine Stärken und Schwächen zu analysieren und auf dieser Grundlage eine Strategie für die künftige Weiterentwicklung abzuleiten. Die Arbeit sollte nachstehende Forschungsfragen klären:

1. Welche Bedeutung hat die Produktion und Vermarktung von Bergkäse in einer Kooperation von Berglandwirten am Beispiel einer Käserei im Berggebiet?
2. Welche Chancen und Risiken bringen Kooperationen in der Direktvermarktung mit sich?
3. Wie gestaltet sich die kooperative Direktvermarktung von Bergkäse in der Berglandwirtschaft unter gegebenen Rahmenbedingungen zum erfolgreichen und nachhaltigen Wirtschaften?

3.7.2 Milchviehhaltung in Bergbetrieben

3.7.2.1 Rahmenbedingungen der Berglandwirtschaft

Landwirtschaftliche Betriebe, die ihren Hof in einem Berggebiet bewirtschaften, sind deutlich von anderen Betrieben im restlichen Bundesgebiet abzugrenzen. In den folgenden Punkten wird besonders auf den Standort der Landwirtschaft hinsichtlich Fläche, Betriebe und Milchviehhaltung in dieser Region eingegangen. Im Detail wurde der Landkreis Miesbach betrachtet, in dem sich die zuliefernden Betriebe der zu untersuchenden Naturkäserei befinden.

Der Landkreis Miesbach liegt in Oberbayern südlich von München und erstreckt sich mit einer Gesamtfläche von 863,5 km² bis zur österreichischen Grenze. Zum 31. Dezember 2012 waren knapp 95.000 Einwohner hier mit ihrem Wohnsitz gemeldet. Innerhalb der 13 Gemeinden umfasst die landwirtschaftliche Fläche 310 km² und die forstwirtschaftliche Fläche 440 km² (Landkreis Miesbach, 2012). Die Landwirtschaft ist durch einen nahezu 100-prozentigen Anteil an Grünlandflächen geprägt. Des Weiteren teilt sich das Gebiet in einen alpin und einen voralpin gelegenen Teil (ART, 2013).

Für die Betriebe im Bergland treffen weiter zwei Aussagen zu:

- In Bergregionen gilt, dass „die Mehrkosten für die Bewirtschaftung einer kleinparzellierten Betriebsfläche in erheblichem Umfang die Grundfutterkosten der Viehhaltung beeinflussen“ (Zenger, 2011, S. 7).

- Die gegebenen Strukturen erfordern eine intensive Einbindung der in den genannten Gebieten betriebenen Landwirtschaft in ihr Umfeld. Bei einer Weiterverarbeitung und beim Absatz eigenerzeugter Produkte zur Steigerung der Wertschöpfung ist das von großer Bedeutung und trifft im Besonderen auf das Endprodukt Käse zu (ART, 2013).

3.7.2.2 Rahmenbedingungen der Milchvermarktung

Eine wichtige Rahmenbedingung für die milcherzeugenden Landwirte schafft seit 1984 die im Jahr 2015 auslaufende Milchquotenregelung, deren grundsätzliches Ziel es ist, den Milchpreis stabil zu halten und staatliche Eingriffe zu reduzieren. Den Produzenten sollte damit ein profitables Wirtschaften ermöglicht werden (Dick et al., 2009).

Trotz relativ stabiler Milchpreise ist eine Reihe von Landwirten in die Weiterverarbeitung und den Direktabsatz ihrer Milchprodukte an Kunden eingestiegen. Falls einzelne Erzeuger in Berggebieten einen mehr oder weniger großen Anteil der erzeugten Milch auch an kleinere und regionale Sennereien bzw. Käsereien zur Weiterverarbeitung liefern, erhalten sie in der Regel – bei Einhaltung der geforderten Qualitätskriterien – über diese Schiene einen höheren Preis für ihre erzeugte Milch. Sie profitieren von der guten Absetzbarkeit der meist qualitativ hochwertigen Produkte aus der Bergregion.

Die Direktvermarktung steht für einen direkten Produktabsatz des Erzeugers an die Verbraucher, ohne irgendeine Form einer Zwischenvermarktungsstufe zu berühren (z. B. Händler im Einzelhandel). Es handelt sich um eine prompte Abgabe der Produkte.

3.7.3 Direktvermarktung

3.7.3.1 Wege der Direktvermarktung

Landwirte können ihre erzeugten Produkte über verschiedene Vertriebschienen direkt absetzen (Wirthgen und Maurer, 2000): auf der eigenen Hofstelle (Ab-Hof- oder Ladenverkauf), auf einem Wochen- oder Bauernmarkt, über einen Stand direkt vom Acker sowie an den Lebensmitteleinzelhandel, weiterverarbeitende und vermarktende Betriebe, die Gastronomie, beim Internetversand oder an Abonnements. Die wichtigsten Verkaufswege werden kurz vorgestellt:

- Der **Ab-Hof-Verkauf**, ohne oder mit Ausbau eines Hofladens, gilt als wichtigster Absatzweg für eigenerzeugte Produkte. Der Landwirt bietet seine Waren an, ohne sie weiter zu befördern, und orientiert sich stark an den Belangen seiner Kunden. Speziell in Hofläden sind neben einer vielfältigen Produktauswahl und dem Verkauf durch fachkundiges Personal den Kundenerwartungen angepasste Öffnungszeiten von großer Bedeutung. Trotz Arbeitsspitzen landwirtschaftlicher Betriebe ist der Hofladen zu den Öffnungszeiten jeweils mit ausreichend Arbeitskräften zu besetzen. Damit kann der Landwirt seine Kunden längerfristig binden und einen dauerhaften Absatz gewährleisten (Wirthgen und Maurer, 2000).
- Auf **Bauernmärkten** bieten Landwirte ausschließlich eigen- bzw. selbsterzeugte Waren zum Verkauf an. In der Regel werden diese Veranstaltungen in einer Kooperation zwischen Erzeugern, Interessensvertretern sowie Kommunen ins Leben gerufen. An ausgewiesenen, zentralen Standorten findet hier an festen Tagen der Verkauf statt. Nicht selten bieten die Erzeuger ihre Produkte an mehreren Tagen der Woche auf verschiedenen Bauernmärkten an (Wirthgen und Maurer, 2000).
- „Ein **Wochenmarkt** ist ein wöchentlich regelmäßig stattfindender Markt, auf dem hauptsächlich frische Lebensmittel wie Obst, Gemüse und Kräuter usw. angeboten werden“

(Hasan, 2010, S. 20). Gewerbliche Standinhaber, die hier als Einzelhändler agieren, bieten ebenso ihre Waren an wie Landwirte. Letztere müssen mit den Vorzügen der landwirtschaftlich erzeugten Produkte Kunden zum Einkauf werben. Mithilfe von Werbemitteln und einer eindeutigen Kennzeichnung machen Beschicker des Wochenmarkts auf sich und ihre Produkte aufmerksam (Wirthgen und Maurer, 2000).

- Die **Belieferung von Gastronomie und Lebensmitteleinzelhandel** fördert die Bekanntheit der hergestellten Produkte und die des eigenen Unternehmens. Zusammen mit den Gastronomen lassen sich Vereinbarungen treffen, inwieweit Gastwirte bei ihren Gästen mit den eigenerzeugten Produkten der jeweiligen Lieferbetriebe werben.

Die aufgeführten Absatzmöglichkeiten für eigenerzeugte Produkte werden in Tab. 3.98 hinsichtlich ihrer Vor- und Nachteile charakterisiert.

Tab. 3.98: Allgemeine Stärken und Schwächen unterschiedlicher Vermarktungswege (nach Wirthgen und Maurer, 2000; Hasan, 2010)

Vermarktungsform	Vorteile	Nachteile
Ab-Hof-Verkauf/Hofladen	<ul style="list-style-type: none"> • geringer Investitionsaufwand • keine Transportkosten • Mitverkauf zusätzlicher Produkte möglich • Beförderung des Bauernhofimage • Einblick in den Erzeugerbetrieb möglich 	<ul style="list-style-type: none"> • ständige Anwesenheit Fremder auf dem Hof • kleiner Kundenkreis • relativ hohe Investitionen für eingerichteten Verkaufsraum • Start oft schwierig
Bauernmarkt	<ul style="list-style-type: none"> • geringe Investitionen • keine Fremden auf dem Hof • direkter Kontakt zwischen Kunden und Erzeuger • hohe Kundenfrequenz bei gutem Standort und optimalen Verkaufszeiten 	<ul style="list-style-type: none"> • unmittelbare Konkurrenz vor Ort • Witterungsabhängigkeit • Angebot von frischen Produkten stark saisonabhängig • Abwesenheit vom Betrieb
Wochenmarkt	<ul style="list-style-type: none"> • hohe Umsätze in kurzer Zeit • sicherer Absatzweg • hohe Kundenfrequenz bei gutem Standort • Werbung für den Ab-Hof-Verkauf möglich 	<ul style="list-style-type: none"> • Investition in Marktstand bzw. Verkaufsfahrzeug • Eintrittsbarrieren zur Marktteilnahme müssen überwunden werden
Belieferung von Lebensmitteleinzelhandel und Gastronomie	<ul style="list-style-type: none"> • sichere Abnahme der Produkte • wachsende Bekanntheit • Erweiterung des Absatzgebietes 	<ul style="list-style-type: none"> • personalintensive Vermarktungsform • zusätzlicher Fuhrpark notwendig • Preisdruck der Einkäufer

Abb. 3.45 stellt eine detaillierte Aufschlüsselung der wichtigsten Absatzwege für Milch und Milchprodukte in der Berglandwirtschaft dar.

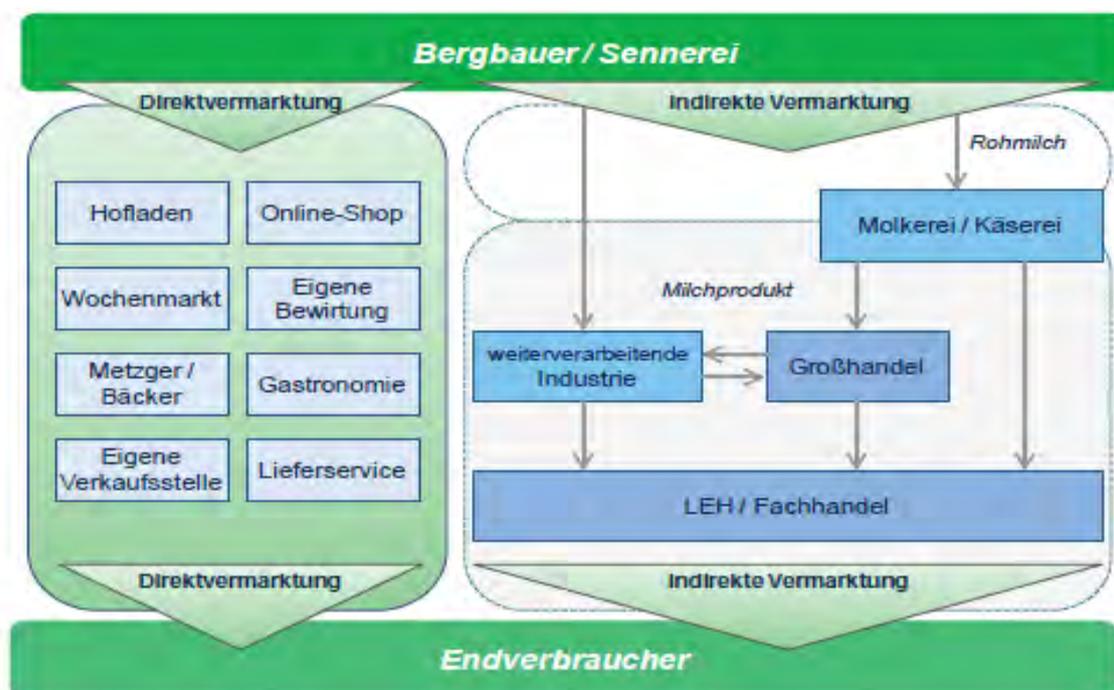


Abb. 3.45: Vermarktungswege für Milch und Milchprodukte von Bergbauern und Sennereien (Huber und Jantke, 2013)

3.7.3.2 Nutzung vonseiten der Landwirte und der Verbraucher

Das Angebot

Von Recke et al. (2004) wurde, basierend auf einer Marktrecherche der CMA aus dem Jahr 2002, die Anzahl der direktvermarktenden Betriebe in Bayern auf 6.000 beziffert. Die Hälfte davon erwirtschaftete ihr Haupteinkommen mit dieser Art der Vermarktungsform.

Der hohe Stellenwert der Direktvermarktung in Bayern wird durch die rund 175 Bauernmärkte in Bayern von bundesweit ungefähr 350 verdeutlicht. Laut Angaben des Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF, 2011b) gibt es im Freistaat rund 3.500 Betriebe, die ihre landwirtschaftlichen Erzeugnisse direkt vermarkten. Vonseiten der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) wurde im Jahr 2010/11 im Rahmen des Forschungsvorhabens „Einkommenssicherung und -entwicklung durch Diversifizierung in der Landwirtschaft“ ermittelt, dass die Direktvermarktung einen Anteil von 9,5 % aller Betriebe mit Einkommenskombinationen einnimmt (Weinberger-Miller, 2013a).

Die Nachfrage nach Produkten aus der Direktvermarktung

Abb. 3.46 zeigt die Ergebnisse einer Befragung der Zentralen Markt- und Preisberichtsstelle GmbH Bonn (ZMP) über die Nutzung von Einkaufsstätten durch Verbraucher. Aus einer Stichprobe von 13.000 befragten Bundesbürgern erwarben 42 % der Käufer ihre Lebensmittel auf einem Wochenmarkt oder direkt beim Erzeuger. Über alle Warengruppen hinweg gab ein Viertel an, gleichzeitig beide Einkaufsmöglichkeiten zu nutzen. Bei den Warengruppen Fleisch, Geflügel, Käse und Brot kauften die Konsumenten weniger parallel ein, sondern gaben an, ihre Einkäufe häufiger am Wochenmarkt (57 bis 75 %) zu erledigen. Einzig Kartoffeln und Eier wurden nahezu mit gleichen Anteilen in einem Hofladen und auf dem Wochenmarkt erworben. Bei beiden Produkten betrug der Anteil der Parallelkäufe 10 %.

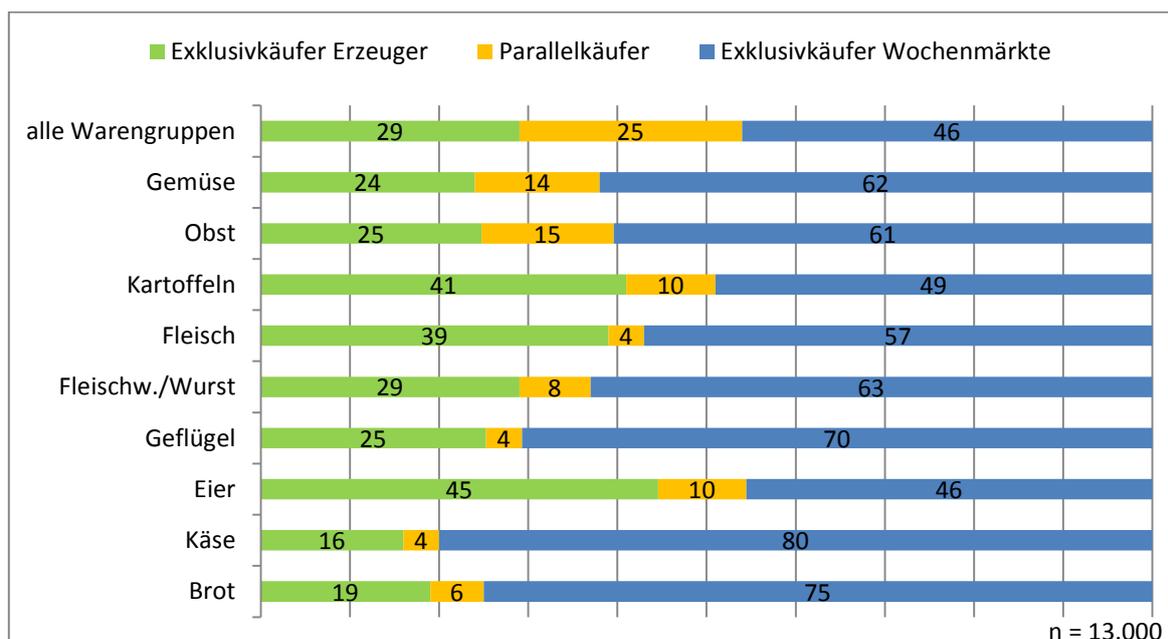


Abb. 3.46: Parallelverwendung von Ab-Hof-Vermarktung und Wochenmärkten seitens der Konsumenten (eigene Darstellung nach Wilckens und Michels, 2007)

Obwohl in Supermärkten ganzjährig ein beachtliches Sortiment an Produkten angeboten wird, gibt es triftige Gründe für den Einkauf beim direktvermarktenden Landwirt. Die Frische der Ware, die Qualität und das Einkaufserlebnis sind Argumente, die für einen Hofladenbesuch sprechen. So erreicht die Direktvermarktung beim Produktabsatz immer dann Bedeutung, wenn gesunde, ernährungsphysiologisch wertvolle Lebensmittel geschätzt werden und Kunden bereit sind, angemessene Preise zu bezahlen.

Der Kunde kann sich vor Ort von der Qualität und der Frische der Produkte überzeugen und gewinnt einen Eindruck von der Herkunft der Lebensmittel und deren Weiterverarbeitung. Der Landwirt steht in unmittelbarem Kontakt zum Kunden und kann bei Fragen Rede und Antwort stehen (StMELF, 2011b). Über den Handel erworbene Produkte lassen dagegen keine Einblicke in den Prozess der Erzeugung und Weiterverarbeitung und damit in deren innere Wertigkeit zu (Pottebaum und Bullerdiek, 1994). In vielen Fällen tritt hier Verunsicherung bei den Verbrauchern auf.

3.7.3.3 Rechtliche Rahmenbedingungen der Direktvermarktung

Der Einstieg in eine Direktvermarktung fordert vom Erzeuger die Einhaltung einer Vielzahl von rechtlichen Vorschriften vonseiten des Gesetzgebers. Je nach Intensivität der Bewirtschaftung wird die Direktvermarktung als Gewerbe oder als Nebenbetrieb der Landwirtschaft eingeordnet. Nach Wirthgen und Maurer (2000) zählen Hofkäsereien für selbst erzeugte Milch als erste Verarbeitungsstufe im Normalfall zur Landwirtschaft. Landwirte müssen für diesen Nebenerwerb kein Gewerbe und kein Handwerk anmelden.

Sobald ein Betrieb Milcherzeugnisse produziert und unmittelbar absetzt, ist eine Registrierung als Einzelhandelsbetrieb nötig. Diese erfolgt über die zuständige Behörde (in der Regel das Landratsamt). Wird mehr als ein Drittel der Waren an Lebensmitteleinzelunternehmen (Gastronomie) abgegeben, muss das Unternehmen vor Produktionsbeginn von der für ihn zuständigen Bezirksregierung (Zulassungsbehörde) neben einer Registrierung noch zugelassen werden (StMELF, 2011b).

Setzt der Landwirt Milch und Milchprodukte vom eigenen Hof aus ab (Ab-Hof Verkauf, Hofladen), sind besondere Vorschriften der Lebensmittelhygiene-Verordnung (LMHV) zu beachten. In § 17 Abs. 4 Tier-LMHV ist der Direktabsatz von Rohmilch geregelt:

- Die Abgabe von Rohmilch muss der zuständigen Behörde (in der Regel dem Landratsamt) angezeigt werden.
- Die Abgabe muss im Milcherzeugungsbetrieb erfolgen.
- Die Abgabe erfolgt am Tag der Gewinnung oder einen Tag danach.
- An der Abgabestelle muss gut sicht- und lesbar der Hinweis „Rohmilch, vor dem Verzehr abkochen“ angebracht werden.

Werden die Erzeugnisse nicht nur auf dem Hof verkauft, sondern auch außerhalb, so ist die zur Verarbeitung bestimmte Milch mit Wärme zu behandeln. In manchen Bundesländern werden bei der reinen Abgabe und Herstellung von Käse zusätzlich zur behördlichen Anmeldung eine amtliche Kontrolle vor Inbetriebnahme der Produktionsstätte sowie monatliche Qualitätskontrollen der angegebenen Produkteigenschaften durchgeführt. Neben Verpackungs- und Kennzeichnungsvorschriften werden dem Landwirt zudem vonseiten des Gesetzgebers Auflagen hinsichtlich mikrobiologischer Kriterien dieser Produkte auferlegt (StMELF, 2011b).

Zusätzlich zur Vermarktung weiterverarbeiteter Milchprodukte über einen Hofladen werden häufig auch eine eigene oder externe Gastronomie oder der ortsansässige Lebensmitteleinzelhandel beliefert, aber auch regionale Märkte bzw. Verkaufsstände für den Absatz der Produkte genutzt. Während vor allem kleine Betriebe häufig ihre Milch direkt an kleinere Senneereien oder Kleinmolkereien zur Weiterverarbeitung liefern, nutzen große Milchviehbetriebe u. a. den Absatzweg über die nachgelagerte Verarbeitungsindustrie ebenso wie über den Groß- und Einzelhandel (Huber und Jantke (2013)). Parallel dazu existieren Geschäftsmodelle, bei denen Landwirte mit eigenem Verarbeitungsbetrieb die Milch von meist umliegenden Betrieben sammeln, diese in ihrer Käserei verarbeiten und anschließend direktvermarkten.

3.7.3.4 Standortfaktoren für die Ab-Hof-Vermarktung

Um die erzeugten Produkte ausgehend vom landwirtschaftlichen Betrieb erfolgreich direkt abzusetzen, bedarf es eines geeigneten Standorts. Die Notwendigkeit einer gut ausgebauten Infrastruktur ist in der Zielgruppenanalyse auf Basis des GfK-Haushaltspanels hinsichtlich der Ortsgröße klar erkennbar (Abb. 3.47). Die Grafik zeigt, dass knapp die Hälfte der Abnehmer von ab Hof vermarkteten Produkten in Orten mit weniger als 20.000 Einwohnern ansässig sind. In Großstädten mit 100.000 und mehr Einwohnern liegt der Anteil der Käufer bei 22 %. Der Absatz mittels Wochenmarkt nimmt hier mit mehr als 40 % den größten Anteil ein. Im Gegensatz dazu kommen nur knapp 25 % der Abnehmer aus Orten mit weniger als 20.000 Einwohnern.

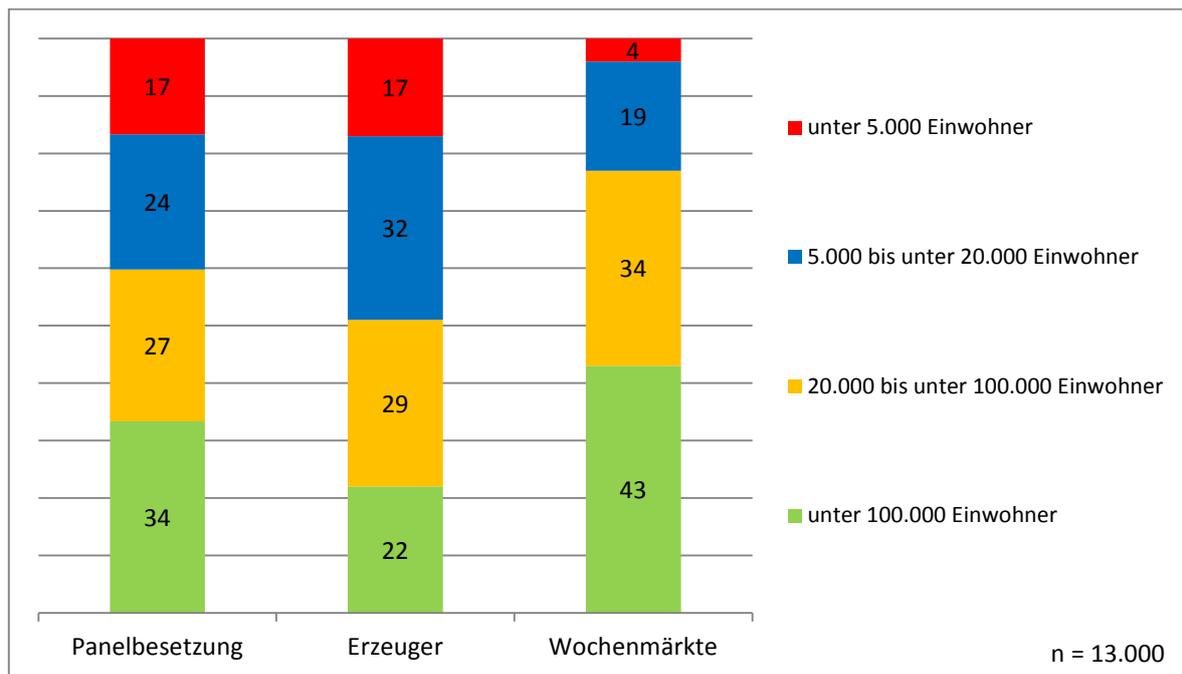


Abb. 3.47: Zielgruppenanalyse nach Ortsgröße, 2006, Angaben in % (nach Wilckens und Michels, 2007)

Mit unterschiedlichen Zielen bei der Vermarktung seiner Produkte ergeben sich für den Landwirt auch gewisse Anforderungen an den Standort seines Betriebs. Liegen direktvermarktende Betriebe in Tourismusgebieten der Bergregion, kann die Ware nicht nur an Einheimische verkauft werden. Vielmehr nimmt der Absatz von Produkten an Touristen meist einen wichtigen Teil an den Erlösen des Erzeugers ein.

Eine vorteilhafte Lage des Hofladens mit entsprechender Verkehrsanbindung ist dazu eine wichtige Voraussetzung. Mit Hinweisschildern lenkt der Landwirt die Aufmerksamkeit auf seinen Hofladen, der für die Kunden ohne Barrieren erreichbar sein muss. Die Kunden sollten auch bei winterlichen Straßenverhältnissen ohne Hindernisse auf ausreichenden und befestigten Kfz-Stellplätzen parken können.

Bei der Nutzung bereits vorhandener Räumlichkeiten sind bauliche Vorschriften zu beachten. Erweiterungsbauten oder einer Aussiedlung des Verkaufsladens oder der Käserei sind insbesondere bei einer Unterkellerung vorliegende Hanglagen zu berücksichtigen. Der Einsatz der notwendigen Klimatechnik und eine Ausrichtung, die die Räume einer Käserei vor direkter Sonneneinstrahlung schützt, sind zu prüfen.

Gründlich durchdacht sollten die Aspekte der zukünftigen Nutzung im Zusammenhang mit der örtlichen Lage sein. Unter Berücksichtigung von Liefer- und Kundenverkehr bis hin zu Produktionslärm erweist sich nach Frerick (2010) eine am Ortsrand gelegene Räumlichkeit eher für einen Um- oder Neubau als geeignet als eine im Ortskern.

3.7.3.5 Demografie des Kundenkreises

Eine deutschlandweite Analyse präferierter Einkaufsstätten ergab bei Konsumenten in verschiedenen Altersklassen einen klaren Trend. Abb. 3.48 zeigt, dass vor allem die Kunden von Wochenmärkten 50 Jahre und älter sind. Von den Erlösen der Wochenmarktbesucher stammen 80 % aus diesem Personenkreis. Der Anteil Kunden dieser Altersgruppe, die direkt beim Erzeuger einkaufen, lag mit 73 % leicht unter dem Wert des Wochenmarktverkaufs.

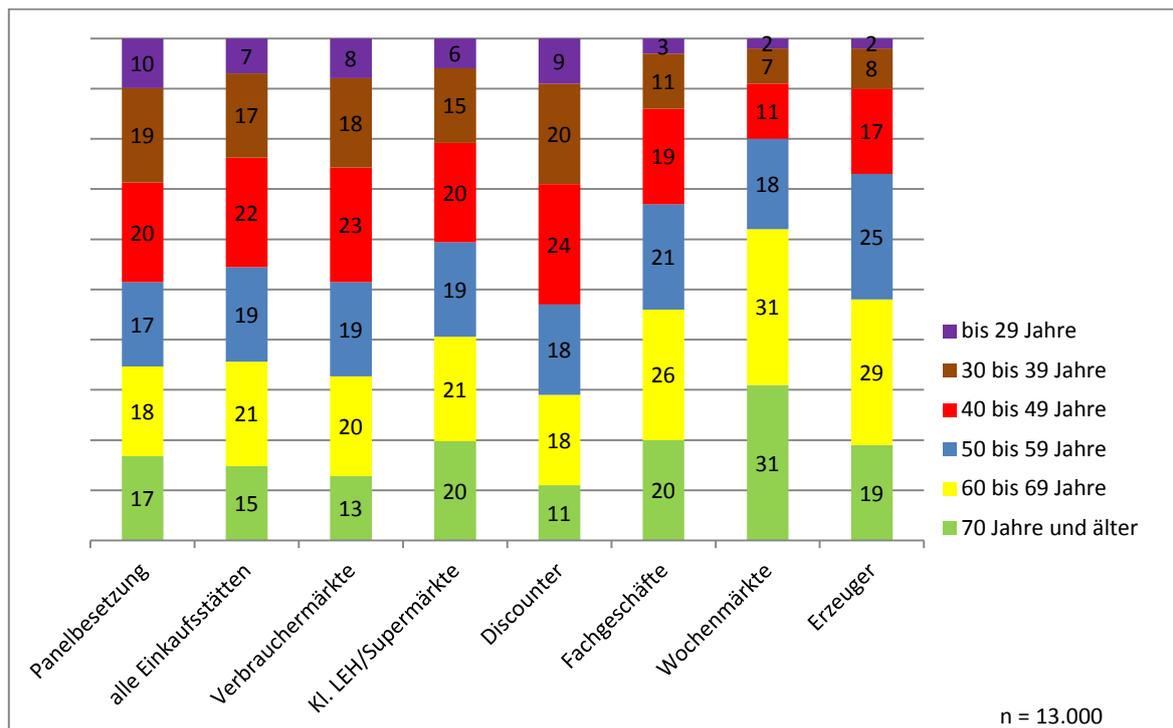


Abb. 3.48: Käuferstrukturen der Einkaufsstätten nach Alter der Haushaltsführenden (nach Wilckens und Michels, 2007)

Allerdings lässt sich beim Vergleich der beiden Einkaufsstätten Wochenmarkt und Hofladen klar erkennen, dass Konsumenten bis 39 Jahre am Wochenmarkt deutlich weniger einkaufen als solche, die älter als 40 Jahre sind. Wichtiger Grund dafür sind die Wochenmarktzeiten, zu denen Berufstätige ihrer Beschäftigung nachgehen. Zudem greift die jüngere Altersgruppe bei ihren Einkäufen nicht selten zu bereits vorverarbeiteten Produkten. Bei beiden Einkaufsvarianten werden jedoch möglichst Rohprodukte angeboten, die vom Käufer noch zubereitet werden müssen. Der Faktor Zeit spielt daher neben den Öffnungszeiten eine wichtige Rolle im erkennbaren Einkaufsverhalten (Wilckens und Michels, 2007).

Die Bergregion als Standort für den Direktabsatz eigenerzeugter Produkte bietet insofern Perspektiven, als im Vergleich zu vor 50 Jahren die gesamte Bergregion einen Bevölkerungszuwachs von nahezu 40 % verbuchen konnte. In ungefähr 200 Gemeinden ist die Zahl der Bewohner gestiegen. Nur von knapp 5 % der Gemeinden wurde eine abnehmende Bevölkerungszahl gemeldet (ART, 2013).

Besonders hervorzuheben beim Wachstum sind einige Teile des Landkreises Miesbach, in dem viele Menschen einen Arbeitsplatz gefunden haben und die hier herrschenden Möglichkeiten zur Naherholung und Freizeitgestaltung schätzen (ART, 2013). Insgesamt ergeben sich in dieser Bergregion keine markanten Veränderungen bei der Altersstruktur. In den südbayerischen Regierungsbezirken entwickelt sich die Bevölkerungszahl vielmehr konstant und weist einen eher niedrigen Anteil an Personen auf, die vom Land in die Städte abwandern (ART, 2013).

3.7.4 Analyse einer kooperativen Direktvermarktung

Kooperationen bei der Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte gewinnen an Bedeutung, denn gerade in Berggebieten stehen Landwirte angesichts gestiegener Anforderungen des Gesetzgebers und von Verbrauchern und aufgrund der laufenden wirtschaftlichen Entwicklung einem wachsenden Bedarf an Investitionen in diesem Betriebszweig gegenüber. Nach Potte-

baum und Bullerdiek (1994) gibt es „*gut funktionierende gemeinschaftliche Bauernläden, Verkaufswagen und Wochenmarktstände, bei denen sich mehrere Bauern und Bäuerinnen die Investitionen, das Risiko und natürlich den Gewinn teilen*“.

Gemeinsames Wirtschaften kann zum Gelingen eines Geschäftsmodells beitragen. Die gemeinsame Erzeugung und anschließende gemeinsame Vermarktung von Milchprodukten ist gerade für Hofkäsereien und Sennereien zunehmend bedeutend, weil einzelne Bergbetriebe mit eigener Käserei zwar über die entsprechende Lage, nicht aber über die ausreichende Milchmenge verfügen, um die Käseherstellung rentabel gestalten zu können. In der Zusammenarbeit lassen sich ausreichende Mengen Milch verarbeiten, ein Produktsortiment lässt sich herstellen und eine gemeinsame Belieferung arbeitswirtschaftlich sinnvoll gestalten (Albrecht-Seidel und Mertz, 2006).

Eine gut funktionierende Beziehung zu Berufskollegen ist eine gesunde Basis für gegenseitige Absprachen hinsichtlich Produktionsprozessen, Produktpaletten, Organisation und Management bei Teilung von Hintergrundwissen. Bereits etablierte Konzepte profitieren vom gegenseitigen Vertrauen unter den Geschäftspartnern, sodass notwendige Entscheidungen stets in Kenntnis der Einstellungen und unter Anhörung aller Beteiligten getroffen werden können. Auch von eingebrachten Arbeitskapazitäten der Teilhaber, die sich in der Regel gegenseitig vertreten können, profitiert das gemeinsame Unternehmen. Steht beispielsweise dem Kunden beim Einkauf zusätzlich zum ständigen Verkaufspersonal zeitweise auch ein Erzeuger als Ansprechpartner zur Verfügung, kann sich dies stark imagefördernd auswirken (Pottebaum und Bullerdiek, 1994).

Eine zusätzliche Stärke von Kooperationen ist in Form der Einlage von Kapital zu sehen, das vonseiten mehrerer Beteiligter in der Regel höher ausfällt als von einem einzelnen Investoren. Dies gilt auch für Fremdkapital, denn beim Einsatz externer, finanzieller Mittel kann der Kreditgeber auf die Sicherheiten mehrerer Personen zurückgreifen und dadurch auch mehr Kapital zur Verfügung stellen (Pottebaum und Bullerdiek, 1994). Eine höhere Finanzkraft eines kooperierenden Unternehmens bietet zudem die Möglichkeit, geeignetes Personal zu werben, um das Zeitmanagement zu optimieren.

3.7.4.1 Vermarktung von Milch in Form einer Genossenschaft

Was ist eine Genossenschaft? Eine Genossenschaft hat grundsätzliche Ähnlichkeit mit einer Kapitalgesellschaft. Im Vordergrund der Rechtsform bringen ihre Anteilseigner das benötigte Vermögen ein und gründen mit dem Erwerb von Anteilen Mitgliedschaften. Charakteristisch für eine Genossenschaft ist, dass generell Abmachungen in der Generalversammlung gefällt werden, was wiederum deren großes Mitspracherecht verdeutlicht. Zudem liegt die Führung einer Genossenschaft in den Händen dieser Personen.

Heutige Genossenschaften unterscheiden sich sowohl in Größe als auch im Aufbau. Grundsätzlich ist eine genossenschaftliche Zusammenarbeit dann sinnvoll, wenn der Einzelne seine ökonomischen Absichten nicht erreichen kann und die Genossenschaft mit ihrem Potenzial Abhilfe schaffen kann (Deutscher Genossenschafts- und Raiffeisenverband e. V., o. J.).

Grundsätzlich sind Genossenschaften ein gängiges Geschäftsmodell im Bereich des Milchabsatzes. Über 60 % aller Kontingente weltweit werden genossenschaftlich verwendet (Schramm et al., 2004). In Deutschland werden aktuell rund 70 % der von 85.000 Milchzeugern gemolkenen Milch genossenschaftlich verarbeitet und vertrieben. Im Milchsektor ist es Genossenschaften gelungen, durch ständige Weiterentwicklung und durchgeführte Fusionen auf stattliche Größen zu wachsen (Schramm et al., 2004). Zudem konzentrieren sich heutige Genossenschaftsmodelle überwiegend an den vorherrschenden Märkten, um ihren Lieferanten einen akzeptablen Milchpreis zu garantieren. Bei Betrachtung der zehn größten Molke-

reiuunternehmen in der Bundesrepublik fällt auf, dass die zwei größten der Branche als Genossenschaften organisiert sind. Bei dieser Unternehmensform spielt die Verpflichtung der Gesellschaft, von ihren Lieferbetrieben erzeugte Milch abzunehmen, eine große Rolle (Schramm et al., 2004).

Inwieweit Milchverarbeiter gewinnbringend wirtschaften, hängt hauptsächlich vom Rohstoffpreis ab. Dieser kann als Hauptkriterium für den betrieblichen Erfolg oder Misserfolg betrachtet werden (Hülsemeyer, 2000). Der Gedanke des langfristigen Handelns, der eine Genossenschaft auszeichnet, wird durch Handlungsabfolgen erreicht, in denen die Beteiligten miteinander erzeugen, weiterverarbeiten und auch absetzen (European Milk Board, 2012).

3.7.4.2 Konzeption und Durchführung einer Befragung

Zur Erhebung von Daten über die kooperative Herstellung und Direktvermarktung von Bergkäse sollte ein Interviewpartner befragt werden, der über ein fundiertes Fachwissen im Herstellungsprozess sowie beim Produktabsatz verfügt, sodass er als Experte deklariert werden kann. Als ideal stellt sich eine Person dar, die zum einen als Geschäftsführer einer Käserei fungiert und zum anderen einen eigenen Milchviehbetrieb führt. Eine Befragung dieser Art fällt unter den Begriff Primärforschung, denn dabei werden keine bereits vorliegenden Daten aufbereitet, sondern mithilfe eines strukturierten Leitfadeninterviews neue Erkenntnisse über einen bestehenden Sachverhalt gewonnen.

Anhand der genannten Kriterien wurde eine Käserei mit entsprechendem Interviewpartner bestimmt:

- Die betrachtete Käserei hat ihre Produktionsstätte im oberbayerischen Landkreis Miesbach (bayerisches Alpen- und Alpenvorland) und bezieht die Milch für die Verarbeitung von den ansässigen Milcherzeugern.
- In der Produktionsstätte wird Bergkäse hergestellt.
- Die Käserei setzt ihre Produkte über verschiedene Vermarktungswege ab.
- Der Interviewpartner ist Geschäftsführer der Käserei und bewirtschaftet selbst einen Milchviehbetrieb.

Für die Datenerhebung und Erstellung des Fragebogens wurde die Vorgehensweise an die der Masterarbeit von Kraus (2014) angelehnt (siehe Kapitel 3.6), um eine gewisse Vergleichbarkeit aus den Ergebnissen der Befragung zu gewährleisten. Für den Interviewpartner wurde ein Leitfaden mit jeweils elf Hauptfragen erstellt. Jede Frage wurde zur Unterstützung bei den Antworten mit einer konkreten Aussage mit einem Inhaltsziel ergänzt (Magerl, 2014).

Der Gesprächsleitfaden enthielt zusätzliche Teilfragen, um Hintergrundinformationen aus dem laufenden Geschäftsbetrieb der Käserei zu erhalten. Diese Unterpunkte dienten bei der Befragung sowohl dem Experten (Ansprechpartner der Käserei) wie auch dem Interviewer als Stütze, sollten aber dem Experten auch die Möglichkeit bieten, das Interview auf die für ihn bedeutenden Kriterien zu lenken. Die Befragung erfolgte im persönlichen Gespräch ohne zeitliche Begrenzung.

Ähnlich dem Aufbau der Befragung von Kraus (2014) wurden folgende Fragen gestellt und das folgende aufgeführte Inhaltsziel beabsichtigt:

1. Gründe für einen Einstieg in die Direktvermarktung: Mit Angaben zur betrieblichen Ausgangssituation sollen Beweggründe für diese Art der Vermarktung ermittelt werden. Zudem werden Gedanken vor der Gründung einer Käserei mit einer Einschätzung der damaligen Situation abgefragt.

2. Einblicke in die Lieferbetriebe der Käsereien: Die betrieblichen Strukturen der milchliefernden Betriebe werden erläutert.
3. Anfängliche Hürden: Die Herausforderungen für die Lieferbetriebe und den Betrieb der eigenen Käserei werden dargestellt.
4. Stärken der verschiedenen Vermarktungsformen: Die Vorzüge der unterschiedlichen Absatzwege werden analysiert.
5. Schwächen der verschiedenen Vermarktungsformen: Der Interviewpartner wird zu den Schwachpunkten und Verbesserungsmöglichkeiten der vorhandenen Absatzwege befragt.
6. Chancen des Standorts Berggebiet: Der Experte erläutert die Potenziale des Standorts in der Bergregion für seine Käserei.
7. Risiken hinsichtlich der gewählten Vermarktungsform: Eine Einschätzung zu den Vermarktungsrisiken der Käserei wird vorgenommen.
8. Konkurrenten erkennen: Über ähnliche Vermarktungskonzepte und den Umgang mit anderen Marktteilnehmern wird berichtet.
9. Bedeutung der Direktvermarktung: Der Befragte äußert sich zu positiven Einflüssen der Käserei auf seine Region.
10. Erweiterung der bisherigen Vermarktungsform: Ein möglicher Handlungsbedarf und die Gründe dafür werden erläutert.
11. Rückblick hinsichtlich der Geschäftsentwicklung: Positive und negative Erfahrungen im Vermarktungsbereich werden aufgezeigt. Rückblickend wird auf ein mögliches alternatives Vorgehen eingegangen.

Die gewonnenen Informationen aus dem Interview wurden anschließend ausgewertet.

3.7.5 Die genossenschaftliche Naturkäserei

Als Interviewpartner wurde der Geschäftsführer der genossenschaftlich organisierten Naturkäserei ausgewählt.

3.7.5.1 Organisation und Verantwortlichkeiten der Genossenschaft

Die Naturkäserei wurde 2007 von einigen umliegenden Milcherzeugern, die vor der Entstehung dieses Geschäftsmodells ihre gesamte erzeugte Milch bei herkömmlichen Molkereien abliefern, als Genossenschaft gegründet. Die Beteiligten wollen die von ihnen erzeugte Heumilch selbst verarbeiten und anschließend auch eigenständig und heimatnah vermarkten, um *„eine höhere Wertschöpfung zu erzielen, die traditionelle Landwirtschaft zu stärken und die heimischen Landschaftsstrukturen zu erhalten“* (Naturkäserei, 2010). Als langfristiges Ziel gilt es, die Existenzen der Lieferbetriebe zu sichern, aber auch den Abnehmern qualitativ hochwertige Ware anzubieten.

Das Bauvorhaben der Naturkäserei mit Verkaufsladen, Brotzeitüberl und Schaukäserei mit insgesamt 1.795 m² Fläche erfolgte im Jahr 2009 gemäß neuestem Stand der Technik und ab Mitte des Folgejahres wurde mit der Produktion von Heumilchspezialitäten begonnen. Mit 1.450 Anteilszeichnungen aus dem gesamten Bundesgebiet, aber auch über die Grenzen hinaus, konnte dieses Projekt mit Anteilen im Wert von 5 Mio. Euro starten.

Die Organe der Genossenschaft bestehen aus der dreiköpfigen Vorstandschaft, wobei einer davon Geschäftsführer ist, dem Aufsichtsrat mit acht Personen und der Generalversammlung, die jeweils im ersten Halbjahr nach Ende eines Geschäftsjahres tagt. Während der Vorstand die Genossenschaft leitet, ist der Aufsichtsrat für die Überwachung der Geschäftsführung des Vorstands zuständig. Die Generalversammlung setzt sich aus den Mitgliedern zusammen.

Die drei Mitglieder der Vorstandschaft der Genossenschaft werden von der Generalversammlung gewählt. Den Aufsichtsratsvorsitzenden und dessen Vertreter wählt ebenfalls die Generalversammlung. Vorstandsmitglieder können sowohl hauptamtlich als auch nicht hauptamtlich tätig sein. Der Geschäftsführer bestimmt die aktuelle Geschäftspolitik. Ihm unterstellt sind die Leitung von Produktion, Vertrieb, Verwaltung und Schaukäserei.

Das Personal verteilt sich auf die Abteilungen Laden, Vertrieb, Produktion, Marketing, Verwaltung, Haustechnik, Kommissionierung und Gastronomie. Dabei wird auf ein durchgängiges Schnittstellenmanagement geachtet. Das Personal teilt sich auf in neun Personen für die Bewirtschaftung und den Service in der Gastronomie, zehn Personen im Verkauf im Laden und neun Personen in der Produktion. Verwaltung und Technik sowie das Beliefern erfordert einen Personalbedarf im Umfang von sechs Personen. Zehn Personen sind in Teilzeit und 17 Personen in Vollzeit angestellt. Die Mitarbeiter verursachen Personalkosten in Höhe von 318.600 Euro im Jahr.

3.7.5.2 Milchanlieferung

Die Milchlieferbetriebe sind reine Grünlandbetriebe. Die Durchschnittsgröße der Herde beläuft sich auf 20 Stück Vieh. In der Summe umfasst die Grünlandfläche aller Lieferbetriebe 350 ha, davon sind ungefähr 300 ha Almfläche. Die 19 milchliefernden Landwirte haben bei der Erzeugung von jährlich rund 2 Mio. l Heumilch einige selbstaufgelegte Kriterien zu erfüllen: Um aus der angelieferten Milch qualitativ hochwertigen Käse und Joghurt herzustellen, darf an das Milchvieh keine Silage und kein anderes vergorenes Futtermittel verfüttert werden. Für das besonders hochwertige Futter der Kühe werden spezielle Formen der Düngung und Bewirtschaftung gefordert. Zusammenfassend wird die so betriebene Heumilcherzeugung als „Besinnung auf die klassische Landwirtschaft“ beschrieben.

Während der Sommermonate werden die Milchkühe auf der Weide gehalten und in den Wintermonaten wird ihnen hochwertiges Heu mit einem hohen Kräuteranteil und eine kleine Menge an Getreide vorgelegt. Heumilch kann so als Grundlage für Naturprodukte ohne jegliche Zusatz- und Konservierungsstoffe verarbeitet werden.

Die Landwirte bekommen von der Naturkäserei einen Basispreis von 45 Cent/kg Milch. Zusätzlich erhalten sie Zuschläge bei einer besonders niedrigen Zellzahl (geringer als 100.000 Zellen/ml), aber auch Abzüge für eine Milch mit zu hohen Zellzahlen, sodass der ausbezahlte Milchpreis beispielsweise im Monat April 2014 zwischen 44,86 und 49,93 Cent/kg streute.

3.7.5.3 Produktion

Gut ausgebildete Molkereimeister und Mitarbeiter stellen auf ungefähr 750 m² und unter möglichst schonenden Bedingungen qualitativ hochwertige Produkte her. Beginnend mit der Frischmilch zur regulären Abgabe in der Flasche werden auch Fruchtjoghurt und Topfen produziert. Der Heumilchjoghurt wird in den Portionsgrößen 200 und 400 g angeboten. Der Kunde kann zwischen den Sorten Natur, Erdbeere, Kirsche, Pfirsich-Maracuja, Cassis, Holunder und Kaffee wählen.

Mit 14 Sorten Käse wird eine große Produktvielfalt an verschiedenen Hart-, Schnitt- und Weichkäsesorten angeboten. Von täglich 5.000 l Milch fließen 45 % in die Herstellung von Bergkäse. Für die Käseproduktion kommt die Milch tagesfrisch in Verbindung mit Naturlabkulturen, Meersalz sowie, variierend nach Sorte, mit Kräutern und Gewürzen zum Einsatz. Diese sind ebenso gentechnikfrei wie das eingesetzte Futtermittel für die Kühe.

Die Produktionsmengen der einzelnen Produkte sind in Abb. 3.49 dargestellt. Von den 2013/2014 angelieferten 1.850.941 l Milch flossen 96 % in die Käseherstellung und 4 % gin-

gen in Richtung Frischeprodukte (Joghurt, Topfen etc.). Bei der Käseherstellung wird eine durchschnittliche Ausbeute von zehn Prozent angenommen, während bei den Frischeprodukten grob gerechnet von 100 % Ausbeute ausgegangen wird, nachdem dabei Frischmilch und Joghurt den größten Anteil einnehmen. Die geringen Mengen an Frischkäse und Quark werden bei der Ausbeute vernachlässigt. Grob gerechnet gliedert sich die gesamte Produktion von 251.728 kg Milchprodukten in 177.690 kg Käse und 74.038 kg Frischeprodukte.

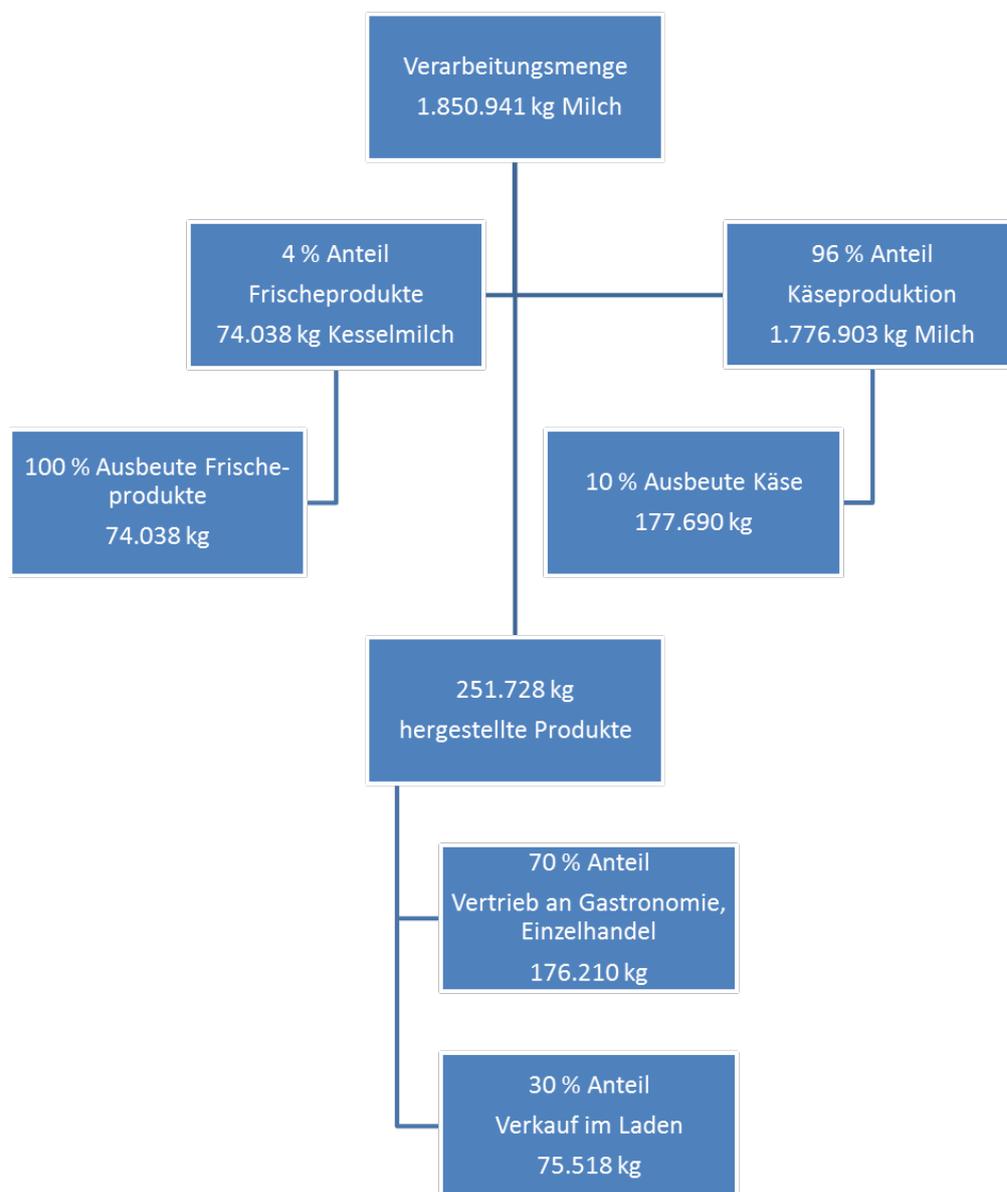


Abb. 3.49: Produktionsmengen der Naturkäserei und deren Vermarktung (eigene Darstellung nach Daten der Naturkäserei)

Nach der Herstellung des Käses lagern die Käselaike bei einer Temperatur von 10 bis 14 °C in den Reiferäumen, die über Kapazitäten für rund 40 t Hartkäse verfügen. Zur optimalen Reifung, der Geschmacksausbildung und Entwicklung der optimalen Konsistenz erfolgt anschließend an die Herstellung eine sensible Pflege und das Schmieren von Hand.

In der Schaukäserei wird dem Besucher durch großzügige Sichtfenster ein Blick in die Produktions- und Reiferäume gewährt. Abgerundet wird der Einblick in die Käserei mit den veranstalteten Betriebsführungen für jegliche Art von Gruppen, die vom Fachpersonal organisiert und betreut werden. Das sind in der Regel Landwirte, deren Betriebe hier selbst ihre Milch abliefern.

3.7.5.4 Vermarktung

Die Vermarktung erfolgt über die Vertriebschienen

- eigener Verkaufsladen und eigener Gastronomiebetrieb,
- Beschickung von vier Wochenmärkten,
- Belieferung von externen Gastronomiebetrieben und dem Lebensmitteleinzelhandel.

Im hauseigenen Verkaufsladen werden ungefähr 32 % der hergestellten Erzeugnisse abgesetzt (Abb. 3.49). Im Brotzeitstüberl werden Käsespezialitäten, Kaffee und Kuchen sowie kleine Gerichte aus Produkten der Käserei angeboten. Gäste erhalten auch auf der mit 120 Sitzplätzen bestuhnten Sonnterrasse oder im Gastraum eine Bewirtung.

Ungefähr 400 Abnehmer im Einzelhandel und in der Gastronomie im südlichen Bayern werden über das Vertriebsgeschäft beliefert. Zudem können die hergestellten Produkte der Naturkäserei auf vier Wochenmärkten im Umkreis bis zu 50 km Entfernung erworben werden (Naturkäserei, 2010).

Betriebswirtschaftliche Kalkulation

Eine Wirtschaftlichkeitsberechnung für die Vermarktung über die verschiedenen Absatzwege Ladenverkauf, Marktverkauf, Belieferung an die externe Gastronomie und den Lebensmitteleinzelhandel zeigt den jeweiligen Deckungsbeitrag.

3.7.6 Betriebswirtschaftliche Auswertung

3.7.6.1 Investitionen

Für die Käseherstellung von jährlich 177.690 kg in 356 Chargen zu jeweils 500 kg wurde in Gebäude und Geräte investiert, die über einen Zeitraum von 50 bzw. 12 bis 15 Jahren abgeschrieben werden. Die jährlichen Abschreibungen sowie die Kosten für die Instandhaltung sind in Tab. 3.99 dargestellt. Insgesamt schlagen die Festkosten jährlich mit 211.121 Euro und die Instandhaltungskosten mit 120.984 Euro zu Buche. Zinsleistungen für in Anspruch genommene Darlehen und weitere außerplanmäßige Kosten wurden bei der durchgeführten Rechnung nicht berücksichtigt.

Tab. 3.99: Abschreibungen und Kosten für Instandhaltung von Gebäuden, Maschinen und Geräten

Gebäude, Maschinen, Geräte	Anschaffungspreis	Abschreibung		Zinssatz	Zinsaufwand	Feste Kosten p. A.	Instandhaltung	
	€	Jahre	€/Jahr	%	€	€	%	€/Jahr
Gebäude	2.000.000	50	40.000	3	60.000	100.000	4	80.000
Kühlung	300.000	15	20.000	3	9.000	29.000	4	12.000
Kessel, Wannen, Arbeitsgeräte, Sonstiges	669.600	12	55.800	3	20.088	75.888	4	26.784
CIP-Anlage	55.000	12	4.583	3	1.650	6.233	4	2.200
Summe						211.121		120.984

3.7.6.2 Betriebs-, Hilfsstoff- und Gemeinkosten

Die Einzelkosten für Milch, Lab, Milchsäurebakterien, Energie, Abwasser, Verpackung, Salz und Reinigungsmittel ergeben Rohstoffkosten in Höhe von 983.935 Euro (Tab. 3.100), die der jeweiligen Produktmenge zugeordnet werden.

Ebenso sind die ermittelten Gemeinkosten für Verpackung, Marketing, EDV, Porto, Telefon sowie Lagermiete und Löhne der anteiligen Käseherstellung entsprechend zugeordnet. Nach Ermittlung der Kosten für die gesamte Käseherstellung lassen sich die Vermarktungskosten für die anteilige Produktmenge errechnen, die über den Laden, die Wochenmärkte und den Vertrieb an die externe Gastronomie und den Einzelhandel offeriert werden.

Tab. 3.100: Betriebs-, Hilfs- und Gemeinkosten der Käseproduktion

Zutaten, Betriebs- und Hilfsstoffe	Kosten/Einheit (€/kg Milch)	Gesamtkosten (€/Jahr)
Milch für Käse (1.776.903 kg)	0,504	895.559
Lab, Milchsäurebakterien, Salz	0,0025915	4.605
Energie und Abwasser	0,0405165	71.994
Verpackung	0,0016250	2.887
Reinigungsmittel	0,005003	8.890
Summe		983.935

3.7.6.3 Jährliche Gesamtkosten zur Käseherstellung

In Abb. 3.50 sind die Gesamtkosten für die Herstellung von 177.690 kg Käse dargestellt. Mit 983.935 Euro entfallen mehr als die Hälfte der Kosten auf Roh-, Betriebs- und Hilfsstoffe (Tab. 3.100). An zweiter Stelle stehen die Löhne für die Käseproduktion mit 305.856 Euro. Die Fixkosten für Gebäude und Geräte betragen jährlich 211.121 Euro und für die Instandhaltung sind 120.984 Euro (anteilig vom eingesetzten Kapital) aufzuwenden (Tab. 3.99).

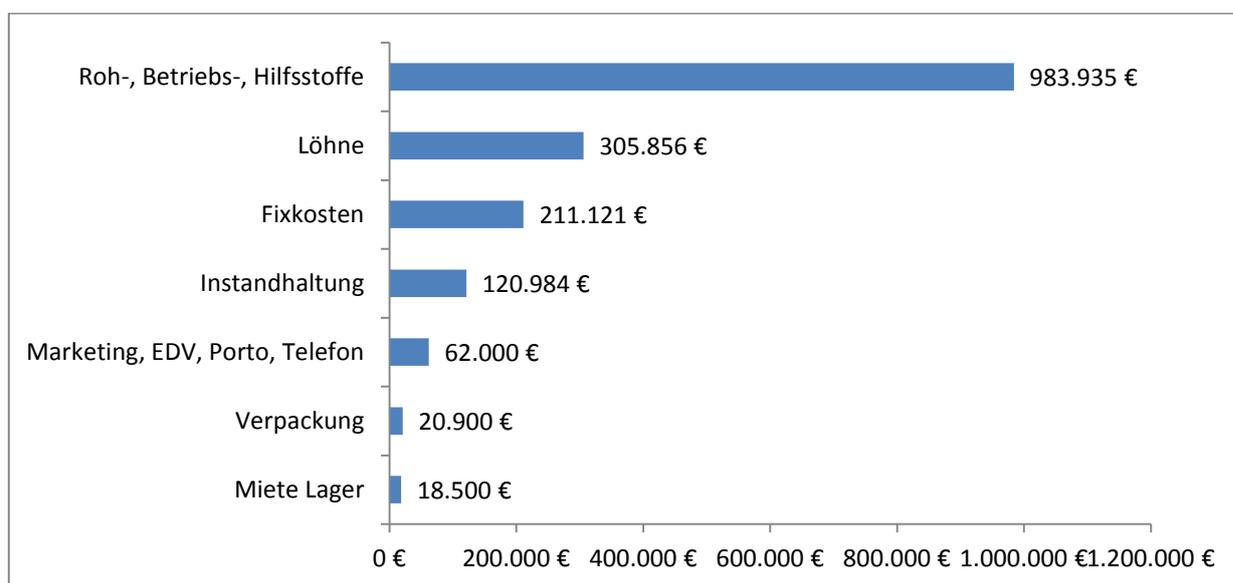


Abb. 3.50: Jährliche Gesamtkosten der Käseherstellung (eigene Darstellung und Berechnung nach Daten der Naturkäserei, 2014)

Die Käserei wendet für Marketing, EDV-Gebühren, Porto und Telefon einen jährlichen Betrag von 62.000 Euro auf. Das Verpackungsmaterial ist mit 20.900 Euro anzurechnen und die Mietzahlungen für ein Lager betragen 18.500 Euro jährlich. In Summe ist mit Kosten von 1.723.298 Euro/Jahr zu rechnen.

3.7.6.4 Vermarktung der Produkte

Die Vermarktung erfolgt über drei Vertriebswege. Über die Belieferung von Gastronomie und Einzelhandel werden 65 %, d. h. 176.210 kg der erzeugten Produkte verkauft. Im Hofladen wird ein Anteil von 32 % der produzierten Menge abgesetzt; das ergibt 75.518 kg. Der Absatz über den Verkauf auf Wochenmärkten nimmt einen Anteil von etwa 3 % des Produktvertriebs ein.

Die Einnahmen, Kosten und Gewinnbeiträge der Vertriebswege wurden einzeln ermittelt, wobei jeweils ein Teil der Kosten anteilig aus denen der gesamten Käseproduktion übernommen wurde (Tab. 3.100 und Abb. 3.50).

Vertrieb über Gastronomie und Einzelhandel

Über Gastronomie und Einzelhandel setzt die Käserei 65 % vom hergestellten Käse ab. Die Betriebs-, Hilfs- und Gemeinkosten entsprechen demnach 65 % der gesamten Käseproduktion gemäß Tab. 3.100 und betragen 639.558 Euro. Auch die Kosten für Verpackung, Marketing, EDV, Porto und Telefon sowie Lagermiete und die Löhne wurden anteilig angesetzt. Die Vertriebsaufwendungen belaufen sich auf 28.400 Euro und setzen sich aus 10.400 Euro für Ausgangsfrachten, Fuhrpark usw. für den Warenausgang und 18.000 Euro für den zwischenbetrieblichen Transport zusammen. Insgesamt summieren sich die Kosten für diesen Vertriebsweg auf 932.674 Euro (Tab. 3.101).

Tab. 3.101: Gesamtkosten der Käseproduktion für den Vertriebsweg Gastronomie und Einzelhandel

	Kosten (€/Jahr)
Betriebs-, Hilfsstoffe und Gemeinkosten (anteilig 65 %)	639.558
Vertriebsaufwendungen	28.400
Verpackung (anteilig 65 %)	13.585
Marketing, EDV, Porto, Telefon (anteilig 65 %)	40.300
Miete Lager anteilig (anteilig 65 %)	12.025
Löhne (anteilig 65 %)	198.806
Summe	932.674

Bei einem Preis von 13,50 Euro/kg ergeben sich Einnahmen von 1.559.233 Euro. Nach Abzug der Kosten von 932.674 Euro trägt dieser Vertriebsweg mit einem Gewinnbeitrag von 626.558 Euro zum Endergebnis bei.

Ladenverkauf

Im Hofladen werden 32 % der Produkte vermarktet. Die jährlichen Festkosten für Gebäude, Maschinen und Geräte betragen für den Hofladen 9.700 Euro und die Instandhaltungskosten liegen bei 4.800 Euro (Tab. 3.102). Die variablen Kosten werden jeweils mit 32 % der Kosten für die gesamte Käseproduktion berechnet (Tab. 3.103).

Tab. 3.102: Investitionen für den Vertriebsweg Ladenverkauf

Gebäude, Maschinen, Geräte	Anschaffungspreis	Abschreibung		Zinssatz	Zinsaufwand	Feste Kosten p. A.	Instandhaltung	
	€	Jahre	€/Jahr	%	€	€	%	€/Jahr
Verkaufsraum	90.000	25	3.600	3	2.700	6.300	4	3.600
Kühltheke, Geräte	21.000	12	1.750	3	630	2.380	4	840
Kassen	9.000	12	750	3	270	1.020	4	360
Summe						9.700		4.800

Tab. 3.103: Gesamtkosten der Käseproduktion für den Vertriebsweg Ladenverkauf

	Kosten (€/Jahr)
Feste Kosten	9.700
Instandhaltung	4.800
Roh-, Betriebs-, Hilfsstoffe (anteilig 32 %)	314.859
Verpackung (anteilig 32 %)	6.688
Marketing, EDV, Porto, Telefon (anteilig 32 %)	19.840
Miete Lager anteilig (anteilig 32 %)	5.920
Löhne (anteilig 32 %)	97.874
Summe	459.681

Im Ladenverkauf ergeben sich Einnahmen in Höhe von 1.307.801 Euro. Nach Abzug der Kosten von 459.681 Euro verbleiben beim Ladenverkauf noch 848.120 Euro Gewinn.

Vertrieb über Wochenmärkte

Auf vier Wochenmärkten werden insgesamt 3 % der Produkte vermarktet. Für die Belieferung waren Investitionen zu tätigen, insbesondere in ein Transportauto (Tab. 3.104), die inklusiven Zinsaufwand mit 7.847 Euro/Jahr zu Buche schlagen. Die Instandhaltung wurde mit 2.440 Euro jährlich kalkuliert.

Tab. 3.104: Investitionen für den Vertriebsweg Wochenmärkte

Transportauto, Geräte	Anschaffungspreis	Abschreibung		Zinssatz	Zinsaufwand	Feste Kosten p. A.	Instandhaltung	
	€	Jahre	€/Jahr	%	€	€	%	€/Jahr
Transportauto	56.000	10	5.600	3	1.680	7.280	4	2.240
Sonstige Geräte	5.000	12	417	3	150	567	4	200
Summe						7.847		2.440

Die Märkte liegen zwischen 21 und 72 km von der Naturkäserei entfernt. Somit ergeben sich wöchentlich 372 km für die Hin- und Rückfahrten und Treibstoffkosten von 9.672 Euro/Jahr. Weiter wird eine Standgebühr für das Fahrzeug von 5.200 Euro jährlich fällig. Alle anderen Kosten, z. B. für Roh-, Betriebs- und Hilfsstoffe sowie Verpackung wurden anteilig übernommen (Tab. 3.105).

Tab. 3.105: Gesamtkosten der Käseproduktion für den Vertriebsweg Wochenmärkte

	Kosten (€/Jahr)
Feste Kosten	7.847
Instandhaltung	2.440
Roh-, Betriebs-, Hilfsstoffe (anteilig 3 %)	29.518
Treibstoffkosten	9.672
Standkosten	5.200
Verpackung (anteilig 3 %)	627
Marketing, EDV, Porto, Telefon (anteilig 3 %)	1.860
Miete Lager anteilig (anteilig 3 %)	555
Löhne (anteilig 3 %)	9.558
Summe	67.277

Aus dem Verkauf von 5.331 kg Käse werden bei einem Preis von 23 Euro/kg auf den Wochenmärkten Einnahmen in Höhe von 122.606 Euro erzielt. Nach Abzug der Kosten von 67.277 Euro verbleiben 55.330 Euro als Gewinnbeitrag.

3.7.6.5 Gesamtrechnung

3.7.6.5.1 Gewinnbeiträge

In Abb. 3.51 sind Einnahmen, Kosten und Gewinnbeiträge zu den verschiedenen Absatzwegen zahlenmäßig erfasst. Auffällig ist, dass der Gewinn aus der Vermarktung über den Hofladen um mehr als 200.000 Euro höher ist als der aus dem Vertrieb an Gastronomie und Einzelhandel, obwohl über diese Schiene mit 32 % nur knapp die Hälfte der Produkte vermarktet werden, die in den Vertrieb gehen (65 %).

In der Gesamtrechnung verbleiben dem Unternehmen somit beim Absatz des Käses im Laden- und Marktverkauf (35 %) 59 % des gesamten Gewinns. Über den Vertrieb an die externe Gastronomie und den Einzelhandel (65 % der abgesetzten Ware) wird ein Gewinnbeitrag von 41 % erzielt.

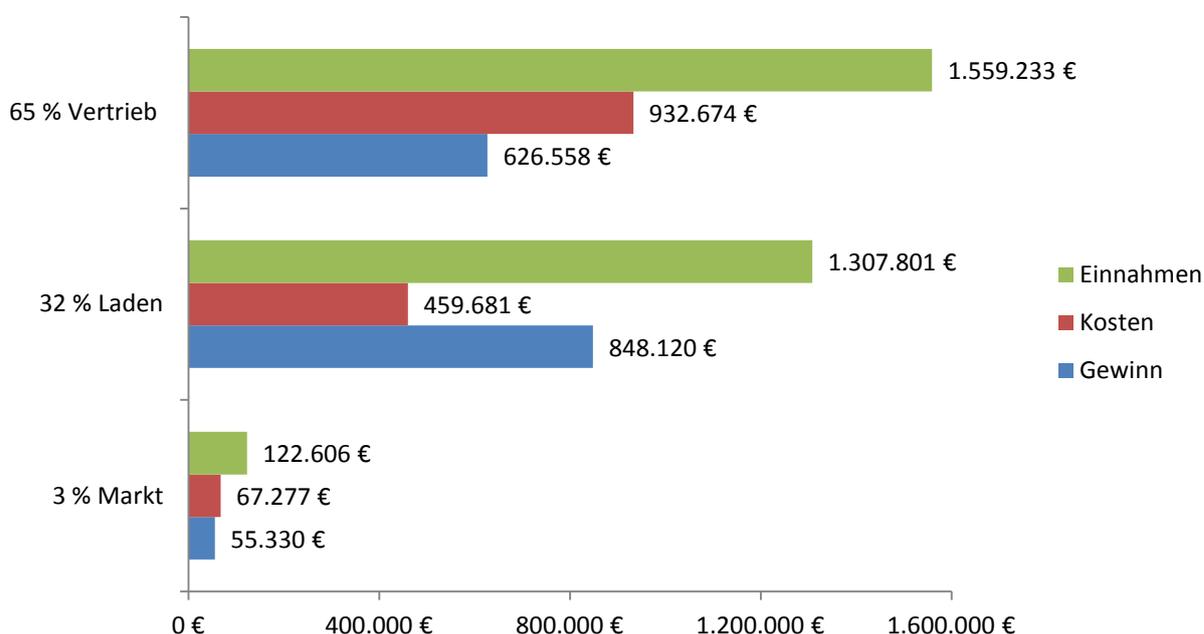


Abb. 3.51: Einnahmen, Kosten und Gewinnbeiträge der Absatzwege Vertrieb an Gastronomie und Einzelhandel, Hofladen und Wochenmärkte (eigene Darstellung nach Daten der Naturkäserei)

3.7.6.5.2 Arbeitszeitaufwand

In Abb. 3.52 wird der Arbeitszeitaufwand für die einzelnen Arbeitsschritte der Käseherstellung aufgezeigt. Die hergestellte Menge von 177.690 kg Käse im Jahr erfordert 4.628 Arbeitskraftstunden (AKh). Der größte Anteil der Arbeitszeit entfällt mit 2.848 AKh auf die Pflege (Schmierer) der Laibe und das Verpacken. Die Reinigung der Produktionsräume und Gerätschaften erfordert jährlich 1.068 AKh. Den geringsten Anteil der aufgewendeten Arbeitszeit mit 712 AKh/Jahr erfordert die Käseherstellung selbst.

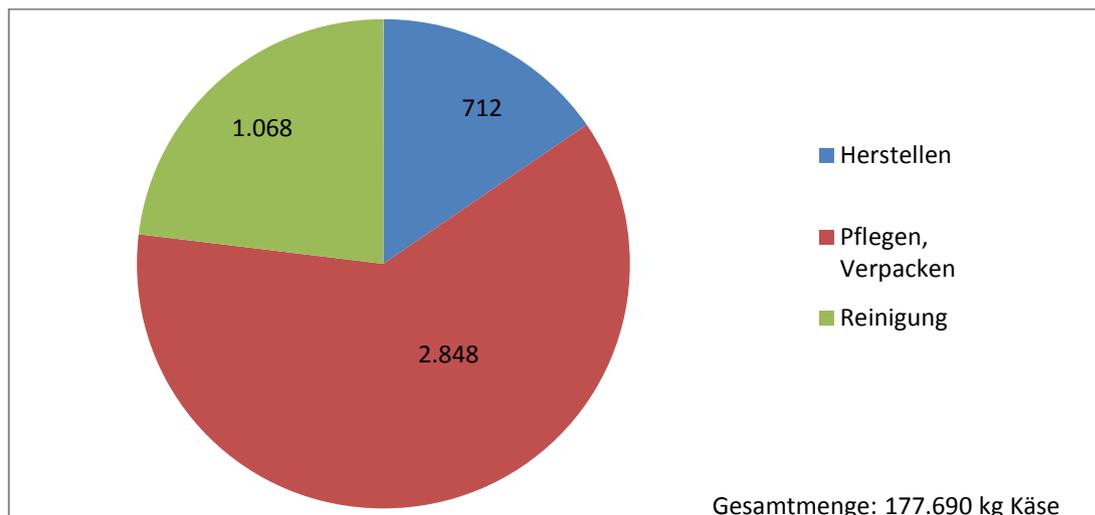


Abb. 3.52: Jährliche Arbeitszeit für Käseherstellung, Pflegen und Verpacken sowie Reinigung in Stunden (eigene Darstellung nach Daten der Naturkäserei)

3.7.7 Einschätzung und Handlungsansätze der Wirtschaftlichkeit und Umweltrelevanz

3.7.7.1 Analyse der Stärken und Schwächen der Kooperation

Für kleine Milcherzeuger in Berggebieten bieten sich in erster Linie aus ökonomischer Sicht Kooperationen einer Direktvermarktung von Milch und Milchprodukten für den Direktabsatz an Kunden an. Die unternehmensbezogenen Stärken und Schwächen der Naturkäserei als Beispiel für eine solche Kooperation werden anhand ausgewählter Kriterien analysiert, um diese für die künftige Weiterentwicklung zu bewerten (absteigende Skala von 1 bis 4 (sehr gut – gut – weniger gut – schlecht). In Tab. 3.106 sind wichtige Kriterien einer Stärken-Schwächen-Analyse für die kooperative Vermarktung von Bergkäse aufgeführt.

Tab. 3.106: Kriterien einer Stärken-Schwächen-Analyse für die kooperative Produktion und Vermarktung von Milch und Milchprodukten aus Bergbetrieben

Merkmal	Kriterium
Standort	<ul style="list-style-type: none"> • Erreichbarkeit • Touristische Erschließung
Lieferanten	<ul style="list-style-type: none"> • Qualität • Standort
Produktion	<ul style="list-style-type: none"> • Marktvolumen • Ökonomik (Produktivität, Auslastung) • Arbeitsabläufe, Schnittstellen • Lagerung
Vermarktung	<ul style="list-style-type: none"> • Verteilung • Transport
Konkurrenz	<ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerber im Umfeld

3.7.7.1.1 Standort

Die Naturkäserei hat ihren Standort in einer stark frequentierten Touristenregion. Die Einkaufsmöglichkeit im Käsereiladen und die Nutzung der Gastronomie durch Touristen verschafft der Naturkäserei auch eine kulinarische Komponente. Werbemittel verhelfen zum besseren Wiedererkennen der Käsereiprodukte. Die Touristenverbände werten die Käserei als

Bereicherung für die Region, denn eine Schaukäserei dieser Art wird grundsätzlich als Touristenmagnet betrachtet, wenn nicht sogar als Attraktion eingestuft.

Die Nähe zum Großraum München (hohe Kaufkraft) und stark frequentierte Straßen gewährleisten einen großen Zulauf an Kunden, sodass die Käserei von ihrer sehr guten Erreichbarkeit und Lage profitiert und aufgrund des großen Marktpotenzials der Standort als „sehr gut“ einzustufen ist. Die Produkte der Naturkäserei haben sich nicht nur im südlichen Bayern einen Namen gemacht; der große Anteil an Touristen fördert die Bekanntheit auch über die Landesgrenzen hinaus.

Die Wahrnehmung der Käserei als Direktvermarktungsunternehmen soll die Region kulinarisch aufwerten, denn durch die Herstellung hochwertiger Lebensmittel gewinnt die Region auch kulinarisch an Wiedererkennungswert. Gezieltes Marketing mit Printmedien- und Radiowerbung, aber auch Mund-zu-Mund-Propaganda stärken das Image der Naturkäserei über die hergestellten Produkte selbst und die eigene Gastronomie hinaus. Abgerundet wird die Präsentation nach außen durch ausgezeichneten Kundenservice und Dienstleistungen in Verbindung mit dem Verkauf der Produkte. Die Präsentation als Direktvermarktungsunternehmen wird so mit „sehr gut“ bewertet.

3.7.7.1.2 Lieferanten

Die Lieferbetriebe können ihre erzeugte Milch zu einem fairen Preis abliefern, der in der Regel 4 bis 5 Cent über dem konventionellen Milchpreis liegt und auch abgesichert ist. Dies ermöglicht den Betrieben eine vorausschauende Planung, um die Existenz ihrer Höfe und den Lebensunterhalt der Familien weiterhin abzusichern. Alle Landwirte bewirtschaften ihre Betriebe im Umkreis von rund 15 km um die Käserei und profitieren von den sehr kurzen Lieferwegen. Dies wirkt sich positiv auf die Qualität der abgelieferten Milch aus. Zudem wird ausschließlich Milch verarbeitet, die mit Heufütterung unter Verzicht auf Silage erzeugt wurde. Dies wird auch beim Milchzahlungspreis entsprechend honoriert. Durch die sehr kurze Wegstrecke und die Heufütterung wird Milch mit sehr wertvollen Inhaltsstoffen gewonnen.

Die Käserei kann kontinuierlich mit hochwertiger Rohmilch rechnen, da der ausbezahlte Milchpreis spürbar über dem regulären Preis liegt und sich die vorgeschriebene Fütterungsform für eine Heumilcherzeugung aufgrund der gegebenen Strukturen anbietet. Das Risiko des Ausstiegs von Lieferanten ist somit relativ gering. Vielmehr fordert die veranlasste Qualitätsbarriere der Käserei die zuliefernden Betriebe heraus. Die handwerklich verarbeitete Milch weist eine Zellzahl von unter 100.000 Zellen/ml auf und verfügt über eine Keimzahl unter 10.000 Keimen/ml.

Bei Einhaltung dieser Qualitätskriterien kann eine stets einwandfreie Beschaffenheit der erzeugten Produkte gewährleistet werden. Achtet ein Lieferbetrieb nicht stringent auf Sauberkeit und Tiergesundheit, kann es vorkommen, dass er seine Milchablieferung aufgrund nicht erfüllter Qualitätsanforderungen einstellen muss. Das Qualitätsrisiko besteht für die Lieferbetriebe ebenso wie für die Käserei, denn die Produktqualität profitiert von den hohen Auflagen an die Lieferbetriebe. Dennoch ist mit dem Risiko, dass die Qualität auf Dauer nicht gewährleistet werden kann, zu rechnen. Die Lieferanten werden hier mit „gut“ bewertet.

3.7.7.1.3 Produktion

Zur Gewinnung ökonomischer und energiewirtschaftlicher Vorteile für die Produktion von Frischprodukten und Käse wurde bereits in der Bauphase ein energiesparender Betrieb geplant, indem mithilfe von Fotovoltaik, Wärmerückgewinnung und dem Heizen mit Hack-

schnitzeln erhöhten Kosten durch steigende Energiepreise vorgebeugt wurde. Die vorausschauende energiewirtschaftliche Denkweise der Initiatoren ist besonders hervorzuheben und als „sehr gut“ einzuschätzen.

Für die Mitarbeiter wurde der Arbeitsplatz in die Region gebracht, sodass diese durch kurze Anfahrtswege zum Arbeitsplatz an Lebensqualität gewinnen. Insgesamt sind in der beschriebenen Naturkäserei 36 Personen in den Abteilungen Laden, Vertrieb, Marketing, Verwaltung, Haustechnik, Kommissionierung und Gastronomie beschäftigt, darunter neun Mitarbeiter in der Produktion. Laut Aussagen der Geschäftsführung könnte die Käserei noch produktiver arbeiten. Die derzeit täglich verarbeiteten 5.200 l Milch ließen sich der Nachfrage, des Personalbestands und der Maschinenauslastung zufolge um rund 2.000 l/Tag aufstocken. Das Unternehmen trägt somit ein größeres Risiko bei unvollständiger Auslastung. Bis zum Milchwirtschaftsjahresende soll deswegen die Verarbeitungskapazität auf 6.200 l/Tag steigen.

Laden und Gastronomie erforderten relativ hohe Investitionen in Ausbau und Einrichtung. Die erstellte Kostenrechnung und die Expertenbefragung zeigen auf, dass sich die Herstellung und Vermarktung von Bergkäse über die verschiedenen Kanäle insbesondere angesichts der von der Käserei produzierten und abgesetzten Mengen sehr personalintensiv gestaltet. Sowohl bei der Herstellung des Käses und dessen Pflege als auch im Ladengeschäft und in der Gastronomie mit täglicher Öffnung (365 Tage im Jahr) sind fest angestellte Mitarbeiter tätig. Der Ladenverkauf gestaltet sich zudem wegen der stetigen Verfügbarkeit personalintensiv, obwohl hier nur knapp ein Drittel der gesamten Menge abgesetzt wird.

Zusätzlich zu einer Verbesserung der Auslastung in Bezug auf die Verarbeitungsmenge wird auch eine Verbesserung der Schnittstellensteuerung zwischen Produktion und Kommissionierung angestrebt. Mit geringeren Personalkapazitäten sollen Arbeitsabläufe effektiver gestaltet werden, um die Personalkosten zu reduzieren. Die aktuelle Situation der Auslastung kann als „weniger gut“ beschrieben werden. Die Personalkosten sind relativ hoch. Die Geschäftsführung der Käserei hat den Handlungsbedarf bereits erkannt und gezielte Maßnahmen zur Verbesserung eingeleitet.

Die aktuelle Lagerkapazität für den hergestellten Käse ist zu gering, sodass Käse bei externen Partnern zwischengelagert werden muss. Das bisherige Käselager wird dementsprechend bis zum Ende des Jahres 2014 um einen zusätzlichen energieeffizienten Lagerraum für Hart- und Schnittkäse erweitert. Durch Einsatz einer optimalen Klimatechnik sollen Reife- und Ausbeuteverluste möglichst gering gehalten werden, wodurch ein weiterer Beitrag zur Energieeffizienz geleistet werden kann. Mit den zusätzlichen Lagerkapazitäten kann die steigende Nachfrage auf dem Markt leichter bedient werden. Aufgrund der bereits eingeleiteten Maßnahmen und der vorausschauenden Denkweise kann der Aspekt der Käselagerung als „sehr gut“ eingeschätzt werden.

Insgesamt kann die Produktion als „gut“ eingestuft werden.

3.7.7.1.4 Gewählte Absatzwege bei der Vermarktung

In Bezug auf das Marktvolumen hängt die tatsächlich verkaufte Menge von Produkten einer Branche in einem gewissen Zeitabschnitt vom vorhandenen Markt ab. Der Absatz der preispolitisch auf hohem Niveau angesetzten Produkte der Naturkäserei erfolgt über verschiedene Kanäle. Der Fokus ist auf die drei Absatzsparten Laden mit eigener Gastronomie, Belieferung von externen Gastronomiebetrieben und des Einzelhandels sowie Wochenmarktverkauf gerichtet.

Im Ladengeschäft werden rund 32 % und auf dem Wochenmarkt ungefähr 3 % des hergestellten Bergkäses abgesetzt. Zusätzlich zur Beschickung der eigenen Gastronomie werden auch externe Gastronomiebetriebe und der Einzelhandel beliefert. Der Preis pro Kilogramm Käse beträgt am Markt und im Laden 23 Euro. Beim Absatz über die Gastronomie und den Einzelhandel erzielt die Naturkäserei zwar „nur“ einen Preis von 13,50 Euro/kg Käse, aber rund 65 % des erzeugten Bergkäses werden über diese Schiene vermarktet.

Der größere Anteil davon wird über die Gastronomie abgesetzt. Allerdings stehen die Einkäufer dabei häufig unter enormem Preisdruck und versuchen, den Einkaufspreis möglichst niedrig zu halten. Zwar lässt sich durch die vor Ort ansässigen Gastronomiebetriebe als Abnehmer ein hohes Absatzpotenzial erkennen, doch ist aufgrund der strengen Preisvorgaben der Kunden dieser Absatzweg leicht kritisch einzustufen.

Betreiben einzelne Direktvermarkter mit meist geringem Marktvolumen einen eigenen Hofladen, erweisen sich diese häufig als wenig rentabel. Bei der hier analysierten Kooperation erweist sich dagegen der Ladenverkauf als relativ günstig im Vergleich zur Beschickung von Wochenmärkten bzw. zur Belieferung von Gastronomie und Einzelhandel. Aufgrund der optimalen und großzügigen Öffnungszeiten erfolgt nahezu täglich über das gesamte Jahr hinweg ein reger Verkauf.

Vor Ort können sich die Gäste im eigenen Gastronomiebetrieb direkt am Produktionsstandort von der Wertigkeit der Produkte und Gerichte überzeugen, indem sie die hergestellten Erzeugnisse direkt vor Ort verkosten. Beim Einkauf im Laden wird die Verkostung verzögert und verteilt (auf mehrere Mahlzeiten). Die Mund-zu-Mund-Propaganda erweist sich für die Gastronomie als stärkstes Werbemittel. Beim Einkauf im Laden wirbt das Produkt durch Geruch und Konsistenz, angepasste Verpackung und ansprechendes Design für sich selbst.

Der Absatz über Wochenmärkte ist zwar mengenmäßig zu vernachlässigen, jedoch bezüglich der Werbewirksamkeit ein wichtiger zusätzlicher Vertriebsweg, insbesondere bei gutem Verkaufspersonal.

Die Belieferung von externer Gastronomie und Einzelhandel macht sinnvollerweise den größten Anteil der Vermarktung aus. Bei eher geringen Investitionen und begrenztem Personaleinsatz ergibt sich eine relativ hohe Produktivität. Die Transportwege beim Absatz der Lebensmittel sind relativ kurz. Von diesem ökonomischen Vorteil profitieren Käserei und Kunden. Im Laden werden die Produkte deswegen zum Endverbraucherpreis angeboten.

Beim Vertrieb über den eigenen Laden und die eigene Gastronomie hinaus hat die Naturkäserei eher eine Randlage. Zum Erreichen der Autobahn müssen bei einem hohen Verkehrsaufkommen in der Region rund 30 km zurückgelegt werden, die vier bis fünf anzufahrenden Bauern- und Wochenmärkte liegen in Entfernungen von 20 bis 30 km (zwei Märkte) und von 66 bis 72 km (weitere zwei Märkte).

Laut Einschätzungen der Geschäftsführung ist von der Käserei künftig auch die Tourenplanung für die über Märkte und die Belieferung der abgesetzten Produkten zu verbessern, damit weniger personal- und kostenintensiv gewirtschaftet wird. Der Transportweg könnte mit „weniger gut“ eingestuft werden, aber im Vergleich zum Beliefern eines Bauernmarkts durch einen einzelnen Direktvermarkter ist der Vertrieb größerer Mengen Käse aus der verarbeiteten Milch von mehreren Landwirten positiv zu werten. Außerdem werden Vertriebswege wie die Beschickung der Bauernmärkte mit der Belieferung der Gastronomie bzw. des Einzelhandels kombiniert, sodass bei einer Bilanzierung von Vor- und Nachteilen das Kriterium Transport mit „gut“ bewertet wird.

Die geschaffenen Rahmenbedingungen und das dadurch stetig wachsende Absatzpotenzial wirken sich grundsätzlich positiv auf die Vergrößerung des Marktvolumens aus. Somit ist das Marktvolumen und -wachstum als „sehr gut“ einzuschätzen. Insgesamt ergibt sich für die Vermarktung eine „gute“ Bewertung.

3.7.7.1.5 Konkurrenz

Bei Betrachtung der Mitbewerber nimmt die Naturkäserei nahezu eine Alleinstellung auf dem Markt für handwerklich aus Heumilch hergestellter Produkte ein. Zwei Unternehmen mit demselben Konzept der handwerklichen Verarbeitung und Direktvermarktung befinden sich laut Aussagen des Geschäftsführers zwar nicht in unmittelbarer Umgebung, jedoch im weiteren Einzugsgebiet (München). Beiden Konkurrenzunternehmen steht jedoch keine Heumilchanlieferung als Ausgangsbasis für die Verarbeitung zu Heumilchprodukten zur Verfügung. In einem Betrieb besteht jedoch auch die Möglichkeit, „dem Käsemeister bei der Käseherstellung über die Schulter zu schauen“.

Vonseiten der Naturkäserei wird diese Konkurrenz eher als geschäftsfördernd eingestuft. Den Einschätzungen des Geschäftsführers zufolge geschieht die Kommunikation auf einer freundlichen, interessierten und aufmerksamen Basis. Sie wird aktuell als „sehr gut“ eingeschätzt. Ein gewisses Risiko einer Veränderung des Gesprächsklimas besteht, sodass die Bewertung unter veränderten Umständen von dieser Einstufung abweichen kann.

3.7.7.2 Bewertung der Stärken und Schwächen der Naturkäserei

Die einzelnen Merkmale sind letztlich bezüglich Standort und Konkurrenz mit „sehr gut“ einzustufen (Tab. 3.107). Unter die Bewertung „gut“ fallen die Merkmale Lieferanten, Produktion und Vermarktung.

Tab. 3.107: Bewertung der Stärken und Schwächen der Naturkäserei

Merkmale	1 (sehr gut)	2 (gut)	3 (weniger gut)	4 (schlecht)
Standort	x			
Lieferanten		x		
Produktion		x		
Vermarktung		x		
Konkurrenz	x			

3.7.8 Diskussion der Befragungsergebnisse

Nachdem in Abschnitt 3.7.6 die Wirtschaftlichkeitsrechnungen dargestellt und in Abschnitt 3.7.7 die Einschätzungen des Interviewpartners zu den Stärken und Schwächen der Naturkäserei wiedergegeben wurden, werden nun die Ergebnisse der Kostenrechnung und der Befragung diskutiert.

3.7.8.1 Bedeutung der Produktion und Vermarktung von Bergkäse in einer Kooperation von Berglandwirten am Beispiel einer Käserei im Berggebiet

Wie bereits betont, haben Betriebe in der Bergregion eher kleine Viehbestände und bewirtschaften ihre Flächen in größeren Höhenlagen häufig unter erschwerten Bedingungen. Dennoch hat hier die Landbewirtschaftung eine lange Tradition, weil die Landwirte sehr eng mit ihren Höfen verbunden sind. Kooperationen können immer dann einen Beitrag zur Aufrechterhaltung der Bewirtschaftung der Betriebe leisten, wenn sie die Einzelbetriebe sowohl arbeitswirtschaftlich als auch finanziell entlasten und die Landwirte an einer höheren Wertschöpfung ihrer Erzeugnisse teilhaben lassen.

Bei Kooperationen landwirtschaftlicher Betriebe in der Direktvermarktung bieten sich verschiedene Möglichkeiten der Zusammenarbeit an. Im Fall der Naturkäserei wird die erzeugte Milch von 19 milchliefernden Landwirten bei einem überdurchschnittlichen Lieferpreis zu qualitativ hochwertigen Produkten verarbeitet. Dies entlastet einzelne Landwirte bei der Verarbeitung von Kleinstmengen, falls sie selbst in die Weiterverarbeitung und Direktvermarktung einsteigen möchten.

Die Wirtschaftlichkeitsrechnung wurde für die Herstellung und Vermarktung von Bergkäse erstellt. Zunächst wurde die Produktion von Bergkäse hinsichtlich Kosten und Arbeitszeit analysiert. Im zweiten Abschnitt wurden die Kosten für die verschiedenen Absatzwege ermittelt.

Für die Berechnungen wurden einheitliche Rohmilchkosten unterstellt, obwohl der tatsächliche Milchpreis aufgrund von Zuschlägen und Abzügen zwischen 44,86 und 49,93 Cent/kg (April 2014) um den Basispreis von 45 Cent/kg streut. Laut Aussagen der Geschäftsführung der beschriebenen Käserei wird mit den Milchpreisen die Leistung der Landwirte bei der Heumilcherzeugung honoriert. Bei Betrachtung der durchschnittlichen Milchpreise von konventionell und biologisch produzierter Milch fällt auf, dass sich die Käserei stark an den Preisen für Biomilch orientiert, deren Preis im März 2014 bei 49,70 Cent/kg lag. Die verarbeitete Milch wurde zwar nicht „biologisch“ erzeugt, ist jedoch aufgrund ihrer Inhaltsstoffe qualitativ mit dieser nahezu gleichzusetzen.

Bei der Vermarktung über die verschiedenen Absatzschienen zeigte sich, dass der Absatz über den Einzelhandel und die Gastronomie das Hauptgeschäft der Käserei sind. Obwohl über die Gastronomie und den Einzelhandel nahezu die doppelte Menge an Käse im Vergleich zum Ladenverkauf abgesetzt wird, werden die Differenzen bei den Einnahmen aus Vertrieb und Ladenverkauf durch die unterschiedlichen Preise weitgehend ausgeglichen. Denn beim Absatz des Bergkäses über den Ladenverkauf setzt die Käserei einen Preis von 23,00 Euro/kg an; bei der Belieferung der Gastronomie mit einer wesentlich höheren Menge Käse liegt der Preis mit 13,50 Euro/kg deutlich darunter.

Unterschiedliche Verkaufspreise für den Käse auf einzelnen Absatzwegen kompensieren so Unterschiede bei den Absatzmengen. Dabei gestaltet sich der Absatz über Gastronomie und Einzelhandel weniger personalintensiv als das Laden- und Marktgeschäft, denn beim Laden- und Marktverkauf sind Leerlaufzeiten nicht zu umgehen.

3.7.8.2 Chancen und Risiken von Kooperationen in der Direktvermarktung

Aus der Analyse der Stärken und Schwächen der Kooperation in Abschnitt 3.7.7 geht hervor, dass die Gegebenheiten und die anvisierten Handlungsansätze der Naturkäserei durchaus als „gut“, überwiegend sogar als „sehr gut“ einzuschätzen sind.

3.7.8.3 Einschätzung der Rahmenbedingungen für die kooperative Direktvermarktung von Bergkäse

Da ein einzelner landwirtschaftlicher Milchviehbetrieb im Berggebiet mit der Produktion und Vermarktung sowohl kleiner als auch großer Milchmengen und der daraus hergestellten Produkte hinsichtlich Investitionen, Kosten und Arbeitszeit, aber auch bezüglich vielseitiger Fachkompetenzen schnell überfordert ist, sind kooperative Ansätze wie die Naturkäserei zu begrüßen.

3.7.9 Zusammenfassung

Die Arbeit soll die Vorzüglichkeit einer kooperativen Verarbeitung und Vermarktung von Bergprodukten (Bergkäse) über verschiedene Vertriebschienen diskutieren und bewerten. Die Ergebnisse bei der Situationsanalyse einer Naturkäserei, in der 19 Berglandwirte genossenschaftlich zusammengeschlossen sind, stellen dar, wie eine kooperative Direktvermarktung von Milch und Milchprodukten, speziell bei der Vermarktung von Bergkäse, aus ökonomischer und sozioökonomischer Sicht gestaltet werden kann. Nach Darstellung der Rahmenbedingungen für Betriebe in der Bergregion im Hinblick auf Standortfaktoren und Bewirtschaftungsvoraussetzungen wird die Direktvermarktung als eine Form von Einkommenskombinationen beschrieben.

Die Direktvermarktung von Milch und Milchprodukten wurde in einer kooperativ wirtschaftenden Käserei, die als Genossenschaft betrieben wird, über eine Expertenbefragung analysiert und mithilfe verschiedener Berechnungen bewertet. Die Vermarktung des hergestellten Bergkäses auf drei verschiedenen Absatzwegen wurde detailliert betrachtet und anhand von Berechnungen einer ökonomischen Bewertung zugeführt. Zusätzlich wurden Einschätzungen eines Experten zu den Stärken und Schwächen der Käserei ermittelt.

Dabei war eine hohe Akzeptanz von Bergkäse und eine eher steigende Nachfrage in der Region und im weiteren Umfeld ersichtlich. Eine Honorierung der Leistungen der beteiligten Milchviehbetriebe spiegelt sich im relativ hohen Milchpreis wider. Alle Beteiligten profitieren von einer kurzen Anlieferungsstrecke und der regionalen Vermarktung.

Abschließend ist festzustellen, dass die Entscheidung der landwirtschaftlichen Betriebe, ihre Rohmilch zur Direktabgabe an Kunden und zur Weiterverarbeitung zu qualitativ hochwertigen Produkten und anschließenden Vermarktung an das Naturkäserei-Unternehmen zu liefern, äußerst positiv zu bewerten ist. Die Leistungen der Landwirte bei der Erzeugung von qualitativ hochwertiger Heumilch werden sowohl vonseiten der Käserei als auch vonseiten der Kunden honoriert. Es wird aber auch deutlich, dass der Käsereibetrieb den vollen Einsatz aller Beteiligten an 365 Tagen im Jahr erfordert. Aus dem Erfolg lässt sich daher eine hohe Motivation für dieses Projekt ableiten.

4 Diskussion und Schlussfolgerungen

Nach einer allgemeinen Sicht auf die Landwirtschaft in Berggebieten werden die einzelnen Beiträge zum Forschungsvorhaben in folgender Reihenfolge diskutiert:

1. Strukturanalyse landwirtschaftlicher Betriebe mit Diversifizierung in Berggebieten
2. Hofnachfolge in Haupt- und Nebenerwerbsbetrieben in Berggebieten
3. Hofnachfolge in diversifizierenden Betrieben – eine qualitative Untersuchung bayerischer Berglandwirtschaftsbetriebe
4. Diversifizierung in der Berglandwirtschaft – Chancen und Risiken von Einkommenskombinationen
5. Bedeutung der Diversifizierung in der Berglandwirtschaft – Untersuchung über die wirtschaftliche und sozioökonomische Situation sowie Perspektiven in ausgewählten bayerischen Betrieben
6. Analyse von Beweggründen bei der Vermarktungsentscheidung von Milcherzeugern im Berchtesgadener Land – eine Fallstudienuntersuchung anhand von vier ausgewählten Musterbetrieben
7. Die Vorzüglichkeit der kooperativen Verarbeitung und Vermarktung von Bergprodukten über verschiedene Absatzwege

Ein Blick auf die Struktur der Betriebe sowie die Lebens- und Arbeitssituation landwirtschaftlicher Familien Bayerns vermittelt ein breites Tätigkeitsspektrum von Bäuerinnen und Landwirten. Vor allem aufgrund außerbetrieblicher beziehungsweise außerhäuslicher Erwerbstätigkeiten oder der Bewirtschaftung von Einkommenskombinationen in Verbindung mit der Urproduktion erfolgt eine zunehmende Vernetzung der Landwirtschaft mit anderen Branchen.

Eine klein strukturierte Landwirtschaft, ungünstige räumliche Voraussetzungen der Betriebe in Berggebieten und eine im Vergleich kostenaufwendige Infrastruktur tragen dazu bei, dass das aus der landwirtschaftlichen Urproduktion zu erzielende und schon seit Jahren unterdurchschnittliche Einkommen weiter an Bedeutung verliert, vor allem in kleinen Betrieben mit geringen Produktionskapazitäten und unzureichender Ausstattung. Zugleich leisten jedoch gerade diese Betriebe einen hohen Beitrag zur Sicherstellung wichtiger Gemeinwohlleistungen wie der Offenhaltung der Landschaft.

Ein besonders hoher Kosten- und Handlungsdruck ergibt sich dabei für Betriebe an peripheren Standorten sowohl der alpinen Berggebiete als auch solcher in den östlichen Grenzgebieten Bayerns. Bei rückläufiger Infrastruktur und Problemen der Energie- und Wasserversorgung sind die Landwirte zunehmend auf sich selbst gestellt. Ein Investieren in die Energieeffizienz erweist sich als sinnvoll, um Effizienzpotenziale zur Wertschöpfung zu erschließen. Aufgrund der erheblichen Erschwernisse bei der Bewirtschaftung von Bergbetrieben und der geringen Produktivität sind häufig zusätzliche Einkommensmöglichkeiten unabdingbar.

In Berggebieten bildet die Landwirtschaft mit ihrer Wirtschaftstätigkeit im Besonderen eine ökologische und ökonomische Basis zur Ausgestaltung weiterer erwerbswirtschaftlicher Aktivitäten in Richtung landwirtschafts- oder haushaltsnaher Einkommenskombinationen. Zu nennen ist die Herstellung und Vermarktung regionsspezifischer Produkte mit sehr hoher Qualität wie auch das Bereitstellen von Urlaubsangeboten, die sich in vielen Facetten erwei-

tern lassen, um bei der multifunktionalen Aufgabe der langfristigen und dauerhaften Sicherung der Lebenshaltung mitzuwirken.

Touristisch gut ausgebaute Bergregionen bieten klein strukturierten Bergbauern die Möglichkeit, in ihren Betrieben ein touristisches Angebot bereitzustellen. Allerdings ist bei ungesicherter Hofnachfolge und nur unzureichenden Betriebstagen in Gegenden ohne Wintertourismus, und damit ansteigenden Betriebskosten je Einheit, die wirtschaftliche Basis für Investition und Beschäftigung vielfach kritisch.

Bestehende Urlaubsbetriebe können sich über Qualitätsverbesserungen profilieren. In Bergbetrieben kann die Konzentration auf ein nachhaltiges Wirtschaften zu effizienten Prozessen, im Zuge derer Ressourcen, Emissionen und Kosten eingespart werden, und die Kommunikation dieser Maßnahmen sogar zu einer Alleinstellung führen. Somit muss eine Qualifizierung speziell für den Bergtourismus auf Nachhaltigkeit ausgerichtet sein. Gerade durch die Nutzung von Innovationen zur Energieeffizienz lassen sich neue Kunden im Nachhaltigkeitssegment gewinnen und eine Verbesserung des Images erreichen, denn ein realer Nutzen ergibt sich für die Anbieter, wenn sie die verbesserte Energieeffizienz kommunizieren und dabei ihre Energiekosten wesentlich reduzieren (Raich, 2014).

Bei der künftigen Betriebsentwicklung müssen sich landwirtschaftliche Unternehmerfamilien im Berggebiet für eine geeignete Zukunftsstrategie entscheiden. Bei Investitionen in Umstrukturierungsmaßnahmen sind diese höchst flexibel zu handhaben. Dies gilt insbesondere bei innovativen Entwicklungsschritten zur Erschließung von Diversifizierungspotenzial ohne zusätzlichen Flächenbedarf, z. B. bei der Vermarktung regionstypischer Qualitätsprodukte oder beim Aufbau integrierter Vermarktungsketten mit größeren Wertschöpfungspartnern. Hier muss vielfach sehr schnell reagiert werden, um neu entstandene Nachfragepotenziale zu erschließen bzw. Marktlücken gewinnbringend zu nutzen. Die aufseiten der EU vorgesehene besondere Kennzeichnung von Bergbauernprodukten kann hilfreich sein, wenn diese Spezialitäten auf den Lebensmittelmärkten höherwertig vermarktet werden.

Konzentriert sich die Berglandwirtschaft auf die Erzeugung und Vermarktung von eigenerzeugten Bergprodukten und vernetzt sich dabei zum wechselseitigen Vorteil mit Anbietern einer umweltverträglichen Naherholung im Tourismus, kann diese eine schwache Wirtschaftsbasis wesentlich stärken. Ziel sollte sein, das touristische Angebots soweit marktgerecht aufzubereiten, dass die vorhandenen Arbeitskräfte im Ganzjahrestourismus sinnvoll eingesetzt werden können und gleichzeitig regionale Traditionen in Bezug auf die Herstellung und Vermarktung von Bergprodukten gefördert werden (Veser, 2012).

Im Forschungsvorhaben werden

- Strukturen der Betriebe analysiert,
- Entwicklungsperspektiven für die Hofnachfolge ermittelt,
- Gestaltungsspielräume aufgezeigt
- die Ergebnisse des Wirtschaftens abgebildet.

4.1 Strukturanalyse landwirtschaftlicher Betriebe mit Diversifizierung in Berggebieten

Die vielfältigen Strukturen in Bergbetrieben erschweren eine Transparenz bei der Ermittlung tatsächlich vorherrschender Strukturverhältnisse. Der Vergleich einer kleinen Stichprobe von Betrieben der Berg- und Nicht-Berglandwirtschaft mit Einkommenskombinationen zeigt trotz sehr unterschiedlicher Betriebsstrukturen in den beiden Gruppen einige charakteristische

Ausprägungen der Bergbetriebe, insbesondere solche mit deutlich kleineren Betriebsgrößen und daraus resultierend geringeren Standardoutputs (Abschnitt 3.1).

Seibert (2013) führt die durchschnittlich höheren Einkommen aus der Landwirtschaft in Talbetrieben im Vergleich zu den Betrieben im originären Alpenraum auf die besseren Wachstumsmöglichkeiten zurück. Aus der Evaluation von Seibert (2013) geht hervor, dass Betriebe mit Almflächen tendenziell rentabler sind als Bergbetriebe ohne Almflächen, vorwiegend aufgrund von niedrigen Pachtpreisen und der höheren Zulagen für Flächen mit besonderen Standortnachteilen. Der wirtschaftliche Spielraum der Betriebe wird jedoch als ausgesprochen begrenzt eingeschätzt, sodass die Weiterbewirtschaftung aufgrund eingeschränkter Entwicklungsspielräume (veraltete Stallungen, teilweise rückläufige Tierbestände, überdurchschnittlich hoher Investitionsbedarf, Produktions- und Absatzrisiken) nach Seibert (2013) langfristig nicht immer gesichert ist. Weil jedoch die meist extensiven Formen der Almbewirtschaftung den natürlichen Gegebenheiten in Berggebieten angepasst seien und somit in hohem Maß zu einer Positiventwicklung des Raums beitragen würden, müsste über die rein einzelwirtschaftliche und sektorale Betrachtung der Berglandwirtschaft eine mehrdimensionale Betrachtung in Verbindung mit den Kombinationsleistungen erfolgen (Seibert 2013).

Dennoch finden sich Einkommenskombinationen im Vergleich zu den Nicht-Bergbetrieben nicht verstärkt oder generell in größerem Umfang in Bergbetrieben. In Haupterwerbsbetrieben der Berglandwirtschaft stellt die landwirtschaftliche Produktion häufig noch den Schwerpunkt des Einkommenserwerbs dar und ist bevorzugt die männliche Domäne. Dabei hat sich gezeigt, dass bei weiblicher Hofnachfolge (innerfamiliär) die Landwirtschaft eher in den Hintergrund tritt. In Nebenerwerbsbetrieben hat die außerlandwirtschaftliche Erwerbstätigkeit in abhängiger oder unabhängiger Beschäftigung ein hohes Gewicht. Außerbetriebliche Tätigkeiten der Bäuerinnen finden vornehmlich in Teilzeitbeschäftigungen statt.

Fallweise kann eine Ausbildung im Fach oder in verwandten Berufen dazu bewegen, in ein neues Geschäftsfeld einzusteigen. Dabei ist in der Regel die Erzielung eines für die Existenzsicherung angemessenen Einkommensbeitrags unabdingbar. Mit entsprechender Fachqualifikation ist es möglich, Strategien zu entwickeln, um sowohl Angebote optimal zu managen als auch qualitativ hochwertige Produkte herzustellen und auf aufnahmefähigen Märkten abzusetzen. Bereits vorhandene Angebote in der Region sind dabei als Bindeglied zu sehen. Einzelangebote sind damit zu verknüpfen, um sich sowohl regionspezifisch als auch regionsübergreifend zu positionieren. Inwieweit Einkommenskombinationen zum Einkommen der Betriebe beitragen, wird in den nachfolgenden Beiträgen (Abschnitte 3.4 und 3.5) an Modellen bzw. Praxisbetrieben dargestellt. Jedenfalls zeigt die Strukturanalyse, dass einzelne Einkommenskombinationen verstärkt mit weiteren Geschäftsbereichen verknüpft werden, um das Kundenpotential zu erweitern.

Wie im Forschungsbericht zum bayerischen Familienbetrieb betont (Weinberger-Miller, 2010b), schätzen Bäuerinnen in Familienunternehmen die vielen Vorteile der Landwirtschaft, vor allem die Selbstständigkeit und die zeitliche Ungebundenheit, den Arbeitsplatz am Wohnort und die Naturverbundenheit. Sie akzeptieren Belastungen wie die umfangreichen alltäglichen, körperlich anstrengenden Arbeiten, die Unsicherheit der landwirtschaftlichen Erträge und wissen, dass Freizeit- und Urlaubspläne verschoben, reduziert oder fallweise ganz gestrichen werden müssen. Mangelnde Zukunftsperspektiven des landwirtschaftlichen Betriebs wirken sich auf ihre Zufriedenheit aus und führen dazu, dass sie konsequent außerhalb der Landwirtschaft eine Lösung des Problems suchen. Schlüsselkompetenzen aus der schulischen und beruflichen Bildung und den Tätigkeiten in den verschiedenen Branchen erweisen sich bei beiden Alternativen für sie als sehr hilfreich (Weinberger-Miller, 2011).

In der qualitativen Analyse wird über die Bewirtschaftung von Einkommenskombinationen hinaus festgestellt, dass – abgesehen von den umfangreichen Leistungen bei der Landschaftspflege – Bäuerinnen von Bergbetrieben außerhalb des betrieblichen Umfeldes kaum eine Interessensvertretung übernehmen. Gemeint sind hierbei beispielsweise Tätigkeiten in der Aus- und Weiterbildung, bei der Eltern-, Berufs- oder Gemeindevertretung. Aus diesem Grund ist es möglich, dass die spezifischen Interessen landwirtschaftlicher Haushalte in verkehrsmäßig schwer erreichbaren peripheren Regionen der Berggebiete nicht ausreichend vertreten werden können.

In diesem Zusammenhang stellt sich auch die Frage, inwieweit gerade Betriebsleiter an peripheren Standorten der Berggebiete einerseits bereit, andererseits entsprechend ausgestattet waren und nicht zuletzt von den zuständigen Stellen aufgefordert wurden, anlässlich der Online-Befragung zum Internationales Jahr des landwirtschaftlichen Familienbetriebs (2014) für die europäische Konferenz zu den Landwirtschaftlichen Familienbetrieben ihre Situation und ihre Anliegen so einzubringen, dass diese im Zusammenhang mit den wichtigsten Herausforderungen und Schwerpunkten für die Zukunft auch ausreichend behandelt werden.

Die Ergebnisse der Untersuchungen im Projekt zeigen deutlich, dass sich auf der Grundlage weniger Betriebe mit einer großen Vielfalt an Funktionen und Aufgaben auch unter Berücksichtigung regionaler Disparitäten keine einheitliche Richtschnur zur Bewertung der Bedeutung von Einkommenskombinationen in der Berglandwirtschaft ableiten lässt. Wie bereits betont, kann eine Entwicklung nur von der aktuellen Familien- und Betriebssituation unter Berücksichtigung der entwicklungsfähigen Potenziale sowohl bei den Personen als auch im Betrieb und darüber hinaus in der Region ausgehen.

Werden die regionalwirtschaftlichen Bedingungen lediglich als Indikator für hohe Erwerbstätigkeitszahlen gesehen, wird die Lebensqualität in peripheren Regionen der Berggebiete weitgehend außer Acht gelassen. Im nördlichen alpinen Berggebiet sorgen teilweise kräftige Wanderungsgewinne aufgrund einer hohen Wohn- und Siedlungsqualität und günstigen Pendelbeziehungen zu Metropolen, Ober- und Mittelzentren mit breiteren, qualifizierteren Beschäftigungsmöglichkeiten für bessere Entwicklungschancen als in peripheren Berggebieten. Dort gestalten sich die Zugänge in Richtung Einbindung in Entwicklungspartnerschaften weitaus schwieriger, mit entsprechenden Folgen für die Lebens- und Arbeitsbedingungen.

Gerade aus diesem Blickwinkel heraus bleibt zu hoffen, dass trotz mangelnder personeller Interessensvertretung bei der Umgestaltung der Strukturen auf lokaler Ebene auch die Daseinsvorsorge der Haushalte in der Berglandwirtschaft mit einbezogen wird, vor allem in Bezug auf die Fürsorge für Familien. Bei jeweils ungünstigen Voraussetzungen für ein zufriedenstellendes Familienleben ist zu befürchten, dass vermehrt in abgelegenen Berggebieten Familiengründungen ausbleiben und aufgrund dieser Tatsache die langfristige Aufrechterhaltung eines Bergbetriebs infrage gestellt ist.

4.2 Hofnachfolge in Haupt- und Nebenerwerbsbetrieben in Berggebieten

Der Beitrag der Agrarsozialen Gesellschaft (ASG) zu Einkommenskombinationen, Mehrfachbeschäftigungen und Betriebsnachfolge als wichtigen Faktoren bei der Sicherstellung der Bewirtschaftung von landwirtschaftlichen Flächen in Berggebieten hat zu folgenden Erkenntnissen geführt (Abschnitt 3.2, Babel und Fahning, 2013):

- In Bergbetrieben mit Einkommenskombinationen kann mit einer sicheren Hofnachfolge gerechnet werden.

- Aufgaben im Rahmen einer multifunktionalen Landwirtschaft werden bei gesicherter Hofnachfolge als wichtig eingeschätzt. Damit besteht auch in Zukunft eine große Bereitschaft zur Bereitstellung dieser Leistungen.
- Bereits festgelegte Hofnachfolger können sich während der Betriebsleitung durch die Elterngeneration mit ihren Vorstellungen einbringen. So erfolgen entsprechende Änderungen von Einstellungen, der Handlungsbereitschaft oder im Verhalten am Betrieb. Die Mitsprache der nachfolgenden Generation hat häufig zur Diversifizierung beigetragen.
- Außerlandwirtschaftliche Tätigkeiten spielen bei Haupt- und Nebenerwerbsbetrieben für die Eltern- und die Nachfolgeneration eine wichtige Rolle.

Letztlich erfolgt eine Aussage darüber, inwieweit die für die Berglandwirtschaft typischen Neben- und kleineren Haupterwerbsbetriebe durch Mehrfachbeschäftigung und Einkommenskombinationen stabilisiert werden und welche Faktoren die Hofnachfolge in der Berglandwirtschaft beeinflussen. Dabei wurden die Aussagen aus den leitfadengestützten Interviews mit Betriebsleitern und ihren potenziellen Hofnachfolgern in zwei Haupt- und in drei Nebenerwerbsbetrieben mit Diversifizierung lediglich als Hinführung zur Hofnachfolgethematik betrachtet. Mittels Statistiken und Forschungsarbeiten zur Relevanz der Hofnachfolge in der Berglandwirtschaft für die Sicherstellung der Flächenbewirtschaftung können diese Aussagen untermauert werden.

In der Ausgangssituation liegt das Alpenkonventionsgebiet trotz Trend zur Nebenerwerbslandwirtschaft mit einer weniger sinkenden Anzahl der Betriebe im nationalen Durchschnitt, wobei die landwirtschaftliche Fläche stärker sinkt als die Anzahl der Betriebe. Zudem gab es besonders geringe Hofaufgabenraten in benachteiligten im Vergleich zu nicht benachteiligten Gebieten. Eine außerlandwirtschaftliche, sozialversicherungspflichtige oder selbstständige Erwerbstätigkeit in maßgeblich vom Tourismus abhängigen Arbeitsfeldern im Handwerk, Handel und bei Dienstleistungsunternehmen kann die Einkommenssituation bei hohem Lohnniveau stabilisieren. Sie kann aber vor allem in Nebenerwerbsbetrieben aufgrund der Nähe zu wirtschaftlichen Zentren auch eine starke Sogwirkung auf potenzielle Hofnachfolger bzw. Partner ausüben. Speziell der Tourismus hat jedoch einen positiven Einfluss auf den Erhalt der Betriebe, weil sich Bergbetriebe mit einem eigenen Angebot oder als Teilzeit- oder Saisonarbeitskräfte beteiligen können.

Bei einer wenig rentablen Landwirtschaft sind grundsätzlich häufig schwer messbare innerbetriebliche und familiäre Aspekte, Wertemuster und Traditionen als Schlüsselfaktoren für einen gebremsten Ausstieg mit verantwortlich. Dennoch zeigen sich betriebswirtschaftliche Aspekte, das Alter des Betriebsleiters, die Ausbildung und die Zahl der Kinder für die Betriebsnachfolge als wesentlich.

Unter anderem wegen einer außerlandwirtschaftlichen Berufstätigkeit des potenziellen Hofnachfolgers der Nebenerwerbsbetriebe an einem Arbeitsplatz vor Ort oder im Pendelbereich wird die Hofnachfolge in der Berglandwirtschaft spät geklärt. Die Betriebsleiter wirtschaften so lange wie möglich eigenständig, um ihren potenziellen Hofnachfolgern die Möglichkeit einer außerlandwirtschaftlichen Erwerbstätigkeit, möglichst in Vollzeit, zu bieten, nehmen aber deren Unterstützung in Anspruch. In dieser Rolle – mit einem eigenen Einkommensbeitrag – haben potenzielle Hofnachfolger eine gute Position für ein Mitspracherecht und gemeinsam zu fällende Entscheidungen. Dieses Vorgehen eröffnet auch in Nebenerwerbsbetrieben für die Hofnachfolger bei einem hohen Maß an Traditionsverbundenheit und Pflichtgefühl größere Chancen.

Dagegen versuchen Betriebsleiter in Haupterwerbsbetrieben, die Hofnachfolge der Söhne, die eine landwirtschaftliche Ausbildung absolviert haben, möglichst zeitig zu sichern.

In Bezug auf die Diversifizierung zeigt sich dementsprechend auch, dass im ersten untersuchten Haupterwerbsbetrieb das Einkommen aus der Landwirtschaft auch für die nächste Generation als ausreichend angesehen wird und die Direktvermarktung nur zu 25 % zum Einkommen beiträgt. Im zweiten Haupterwerbsbetrieb werden 50 % des Einkommens aus Winterdienst und Urlaub auf dem Bauernhof generiert. Dagegen sind die unterschiedlich hohen Einkommensbeiträge in den Nebenerwerbsbetrieben meist wesentlich höher als das relativ geringe landwirtschaftliche Einkommen.

Die potenziellen Hofnachfolger der Nebenerwerbsbetriebe haben verständlicherweise, bei voller Zustimmung der Eltern, in der Regel keine landwirtschaftliche Ausbildung, weil sie vom Hof *„nicht leben können und mit einer landwirtschaftlichen Ausbildung woanders nur Hilfsarbeiter sind!“* Mit einer Qualifizierung beispielsweise in Kursen des Bildungsprogramms Landwirtschaft (BILA) können sich Hofnachfolger in Nebenerwerbsbetrieben jedoch fachliche und Managementqualifikation so weit aneignen, dass sie im Wettbewerb mithalten können.

Wie die Elterngeneration betont, hängt die Weiterbewirtschaftung der Bergbetriebe wesentlich von der Unterstützung der Hofnachfolger durch geeignete Partner, möglichst Ehepartner bei gleichzeitiger Familiengründung ab, weil die Aufrechterhaltung der Multifunktionalität ansonsten infrage gestellt ist. Dies gilt sowohl in der Urproduktion als auch bei wichtigen Einkommenskombinationen wie etwa Urlaub auf dem Bauernhof.

Die außerlandwirtschaftliche Qualifikation des Partners ist dabei von großer Bedeutung, weil gerade für im Hotel- und Gaststättengewerbe ausgebildete Partner der landwirtschaftliche Betrieb eine gute Grundlage für die Bewirtschaftung eines derartigen Nebenbetriebs oder eine abhängige Beschäftigung sein kann. Die Partnerinnen sind die Schlüsselpersonen für die Fortführung bestehender geschlechtsspezifischer Einkommenskombinationen, z. B. Urlaub auf dem Bauernhof, weil dieser Nebenbetrieb ansonsten nach der Hofübergabe wahrscheinlich aufgegeben wird.

Unabhängig von all diesen Perspektiven für die Bergbetriebe muss die Thematik Hofnachfolge und Weiterbewirtschaftung als zentral angesehen werden. Sie entscheidet den lenkenden Effekten agrarpolitischer Rahmenbedingungen zum Trotz über die wesentliche Struktur der zukünftigen Landwirtschaft.

4.3 Hofnachfolge in diversifizierenden Betrieben – eine qualitative Untersuchung bayerischer Berglandwirtschaftsbetriebe

Der Beitrag von Philipp Maier hatte eine weitere qualitative Untersuchung der Hofnachfolge in Bergbetrieben als Thema (Abschnitt 3.3, Maier, 2014). Er skizzierte dabei die Ausgangssituation auf der Grundlage verschiedener Autoren in der Literatur: Danach lassen die in der Berglandwirtschaft trotz naturräumlicher Benachteiligung vergleichsweise stabilen Hofzahlen (Streifeneder, 2009) vermuten, dass diversifizierende Betriebe eine höhere Aussicht auf Weiterbewirtschaftung besitzen als solche ohne Einkommenskombinationen (Weinberger-Miller, 2013a). Dies gilt nicht nur allgemein, sondern auch in der Berglandwirtschaft.

Wenn dabei die Überbergeneration bis ins hohe Alter ihre Arbeitskraft in Betrieb, Familie und Haushalt einbringt (Schmitt, 2009), setzt eine Weiterbewirtschaftung durch eine Hofnachfolgenergeneration ein gelungenes, kooperatives Miteinander als zentrale Stärke, aber auch ein hohes Maß an gegenseitigem Verständnis voraus. Die Zusammenarbeit kann aber auch

hohes Konfliktpotenzial bergen. Mann (2007, S. 165) betont deshalb: „*Nur wer sich vorstellen kann, mit seinen Eltern zusammenzuarbeiten, wird willens sein, den elterlichen Betrieb zu übernehmen.*“

Dabei sind nach wie vor bäuerliche Familienbetriebe durch eine traditionelle, geschlechtsspezifische Aufgabenverteilung gekennzeichnet (Siller, 2013) und insbesondere in Bergbetrieben herrscht vielfach noch eine klassische Rollenverteilung vor. Demnach erledigen Frauen neben der Haus- und Familienarbeit die anfallenden Arbeiten bei Einkommenskombinationen wie Ferienwohnungen, Gastronomie, Direktvermarktung oder Reitangeboten. Die eher männlich belegten landwirtschaftsnahen Einkommenskombinationen, z. B. die Aufbereitung von Holz zum Verkauf als Brennholz, sind eine klar männliche Domäne. Dementsprechend wird aber auch bei einer Betriebsleitung durch Frauen die Landwirtschaft eher abgebaut als bei einer männlichen Betriebsleitung in der Nachfolgegeneration.

Dass dennoch Frauen eher in männliche Tätigkeitsbereiche involviert sind als Männer in weibliche und die weiblichen Arbeiten in diesem Falle an andere weibliche Familienmitglieder vergeben werden, betont Siller (2013). Dies bestätigt sich gerade im Umgang der untersuchten Betriebe mit Ferienwohnungen, ist aber von besonderer Relevanz für den Fortbestand landwirtschaftlicher Betriebe, wenn es auch auf Akteursebene häufig als selbstverständlich betrachtet wird.

In diversifizierenden Betrieben der Berglandwirtschaft können Einkommenskombinationen als innerbetriebliche Form der Erwerbswirtschaft eine ähnliche Funktion wie außerlandwirtschaftliche Tätigkeiten erfüllen (Schmitt, 2009). Daher können außerbetriebliche Tätigkeiten von Hofnachfolgern je nach familiärer und betrieblicher Situation im Zuge der Hofübernahme aufgegeben oder schrittweise zurückgefahren werden. So kann ein relativ problemloser Wechsel zur erwerbswirtschaftlichen Einkommenskombination erfolgen, die einen zusätzlichen Einkommensbeitrag durch Einbringen freigesetzter Arbeitskapazität stiftet.

Es ergibt sich in der vorliegenden Untersuchung ein deutlicher Überhang an Angeboten des Agrotourismus im Vergleich zu anderen Einkommenskombinationen (Abschnitt 3.3). Dies lässt zwar die prägende Rolle von Urlaub auf dem Bauernhof in den touristischen Regionen der Berglandwirtschaft erkennen, stellt aber nach Maier (2014) die Bedeutung von Urlaub auf dem Bauernhof weit über die Wichtigkeit anderer, vieler und in kleinerem Umfang betriebenen Einkommenskombinationen hinaus dar. Dennoch stellt Maier (2014) bereits innerhalb der wenigen untersuchten Betriebe mit Gemeinsamkeiten bei der Lage und Betriebsorganisation in Bezug auf die Ausrichtung der landwirtschaftlichen Nutzung deutliche Unterschiede fest, sodass extensive und intensive Bewirtschaftung auch in der Berglandwirtschaft nebeneinander, teilweise auch innerhalb eines Betriebs existieren (Wilson, 2001).

Höfe werden nicht nur aufgrund der wirtschaftlichen Situation aufgegeben (Vieth und Thomas, 2013). Wenn ein innerfamiliärer Hofnachfolger fehlt, kann auch eine außerfamiliäre Hofübergabe gelingen. So sind letztlich unter Berücksichtigung der Bedeutung mehrgliedriger Fördermaßnahmen zur Aufrechterhaltung einer relativ klein strukturierten Bewirtschaftung in naturräumlich benachteiligten Berggebieten identitätsbezogene Faktoren für eine Entscheidung der Hofnachfolger zur Weiterbewirtschaftung ausschlaggebend (Maier, 2014).

Mit Einkommenskombinationen gehen Hofnachfolger ganz unterschiedlich um: Frauen akzeptieren sie als integralen Bestandteil des elterlichen Betriebs, während männliche Betriebsleiter die Arbeit in der „eigentlichen“ Landwirtschaft favorisieren. Sie lassen die Eltern zunächst „ihre“ Einkommenskombination weiterführen, um die Verantwortung für die Weiterführung an die Partnerinnen zu übertragen.

Letztlich bewirtschaften Betriebsleiter in der Berglandwirtschaft diversifizierende Betriebe in Abhängigkeit von den Kapazitäten des Familienbetriebs im Laufe ihrer Familienzyklen unternehmerisch dynamisch. Diese Dynamik ist stets zu berücksichtigen, weil Unternehmer über die gesamte Länge des Arbeitslebens den Veränderungen in ihrem Beruf gewachsen sein müssen. Lebensbegleitendes Lernen und der Transfer von Wissen werden zu strategischen Wettbewerbsvoraussetzungen in Unternehmen, auch bei der multifunktionalen Bewirtschaftung von Bergbetrieben, weil sich die Tätigkeiten in verschiedenen Bereichen wechselseitig befruchten. Besonders in Bergbetrieben selbst arbeiten noch viele Menschen, die zwar über informell erworbene Kenntnisse verfügen, diese aber nicht durch berufliche Abschlüsse nachweisen können.

Da in der vorliegenden Untersuchung (Abschnitt 3.3, Maier, 2014) über diversifizierende Betriebe der bayerischen Berglandwirtschaft keine Fälle eines Generationenwechsels mit Aufgabe der Bewirtschaftung aufgetreten sind, sollten weitere, umfangreicher angelegte Untersuchungen solche Fälle einschließen, um den Einfluss der Einkommenskombinationen auf die Hofnachfolge aus zweidimensionaler Sicht zu betrachten. Unterschiede zwischen dem bayerischen Alpenraum und den bayerischen Mittelgebirgen wie dem Bayerischen Wald in Bezug auf die Zukunftsperspektiven diversifizierender Betriebe zeigt diese auf acht Betriebe beschränkte Untersuchung nur insofern, als im Alpenraum die naturräumliche Benachteiligung der Flächen (gerade die Steilheit der bewirtschafteten Flächen) ein tendenziell größeres Problem darzustellen scheint als in den grenznahen Mittelgebirgen. Dort sind die Betriebe dagegen oft stärker mit sozioökonomischen Schwierigkeiten konfrontiert.

4.4 Diversifizierung in der Berglandwirtschaft – Chancen und Risiken von Einkommenskombinationen

Der Beitrag ausgewählter Einkommenskombinationen zum Erhalt der Landwirtschaft in Bergregionen ergibt sich durch die Ermittlung des zusätzlich notwendigen Einkommens zur Existenzsicherung zum Einkommen aus der Landwirtschaft. Im Landkreis Oberallgäu wurde beispielhaft für die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof unter Anwendung von Modellbetrieben analysiert, wie hoch der Gewinn aus dem Angebot von Urlaub auf dem Bauernhof ohne Diversifikation ist und welcher Zugewinn mit welchen Arbeitskapazitäten durch die Einkommenskombination erwirtschaftet werden kann. Daraus wurde der Einfluss der Einkommenskombination auf die Zukunftsperspektive von Betrieben abgeschätzt (Abschnitt 3.4, Boneberger, 2013).

Demnach muss ein kleiner Milchviehbetrieb in der Berglandwirtschaft in Verbindung mit der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof einen hohen zusätzlichen Gewinn aus der Einkommenskombination erwirtschaften, um den Lebensunterhalt der Familie zu sichern. Er benötigt so im touristischen Bereich eine möglichst hohe Anzahl an Übernachtungsmöglichkeiten und berücksichtigt dabei, dass ein hohes Ausstattungsniveau eine zahlungskräftigere Gästeschiedt anspricht als eine einfache Variante. Letztere kann jedoch zusammen mit dem Angebot an weiteren Dienstleistungen oder Attraktionen eine gute Auslastung bewirken.

Es ist verständlich, dass in diesen Betrieben mit geringen Gewinnen aus der landwirtschaftlichen Produktion bereits mangels ausreichendem Kapitaleinsatz eine zukunftsorientierte Planung von größeren Einheiten nicht möglich ist. Zusätzlich setzen bei schwierigen und kostspieligen Baumaßnahmen in den Wohnhäusern der Bergbauern hohe Kapitaldienste Grenzen. Darüber hinaus kann sich die Baugesetzgebung hemmend auf großzügige Ausbauten in der Berglandwirtschaft auswirken.

Werden als Alternative zu einer Einkommenskombination größeren Umfangs zwei oder mehrere kombinierte Einkommenskombinationen, die einen geringeren Investitionsbedarf erfordern als mehrere Einheiten von Ferienunterkünften, mit dem Gedanken gegenseitiger Synergieeffekte ins Auge gefasst, kann die Umsetzung gelingen. Aber sie stellt dennoch eine Rückkehr zu Einzelaktivitäten dar, die wenig Chancen in Richtung professioneller Bewirtschaftung versprechen.

Eine Alleinstellung kann ein Bergbetrieb auf einfacherem Wege in Form des Ausbaus vorhandener Bausubstanz erreichen, die mittels gelungener Architektur bezüglich des Bauwerks sowie der Räumlichkeiten und ihrer Ausstattung mit heimischen Materialien nur das Notwendige beinhaltet, dies jedoch in hoher Qualität von Material und Verarbeitung. Dabei wird auf „künstliches“ Beiwerk und „Kosmetik“ konsequent verzichtet.

Mit zunehmender Betriebsgröße – bei identischer Haushaltsgröße und Zusammensetzung – kann theoretisch der Beitrag zum Einkommen aus Einkommenskombinationen geringer werden. Demnach hat es sich in größeren Betrieben als sinnvoll erwiesen, höherwertig zu investieren, sodass höhere Anschaffungskosten durch eine bessere Auslastung und höhere Preise ausgeglichen werden können (Boneberger, 2013).

In Verbindung mit der Landwirtschaft kann sich die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof mit einem Ferienwohnungsangebot wegen der relativ arbeitsextensiven Bewirtschaftungsmöglichkeit im Vergleich zur Direktvermarktung und zur bäuerlichen Gastronomie als eher arbeitsintensiv zu bewirtschaftende Einkommenskombinationen als sinnvoll erweisen. Das gilt insbesondere dann, wenn die Landwirtschaft einen hohen Arbeitseinsatz fordert. Allerdings ist beim Angebot von Ferienwohnungen im Vergleich zur Direktvermarktung oder einem Gastronomiebetrieb meist mehr Kapital zu investieren. Beim Gastronomiebetrieb setzen häufig die vorhandenen Arbeitskapazitäten Grenzen, besonders wenn die Angebote stark frequentiert werden.

Da vielfach bei der Planung und Umsetzung von Einkommenskombinationen die zusätzlich anfallende Arbeitszeit unterschätzt wird, ist eine ausführliche Betriebsanalyse eine wichtige Grundlage, bei der die verfügbaren Arbeitskapazitäten sowie die eigenen Fähigkeiten und Neigungen berücksichtigt werden (Boneberger, 2013). Nur so kann ein Scheitern der Einkommenskombination verhindert werden. Bei einem gleichzeitigen Wachstum in der Einkommenskombination und in der Landwirtschaft können sonst Belastungsgrenzen überschritten werden. Diese „Gefahr“ des weiteren Wachstums ergibt sich vor allem durch Eigenkapital, das zusätzlich aus den Gewinnen der Einkommenskombination zur Verfügung steht und für Erweiterungsinvestitionen eingesetzt wird, ohne dass gleichzeitig Rationalisierungsmaßnahmen zur Freisetzung von Arbeitskapazitäten vollzogen werden.

Anhand der Modellbetriebe konnte dargestellt werden, inwieweit Einkommenskombinationen einen Beitrag leisten können, um in Bergbetrieben eine nachhaltige Existenzgrundlage zu schaffen. In der Regel sind bei der kapitalintensiven Variante eines Urlaubsangebots mit Ferienwohnungen Hürden bezüglich der Kapitalbeschaffung und der Baugenehmigung zu überwinden. Soll mit dieser Einkommenskombination ein angemessener Beitrag zum Haushaltseinkommen geleistet werden, ist in dieser Richtung Unterstützungsbedarf angesagt.

Speziell im Bereich der Einkommenskombinationen im Tourismus spielt der Standort eine bedeutende Rolle. Die Berglandwirtschaft kann, obwohl sie aufgrund natürlicher Gegebenheiten bei der landwirtschaftlichen Produktion benachteiligt ist, vom Vorteil eines attraktiven Standorts für den Tourismus profitieren. Allerdings gilt dies nur bei einer gelungenen Zusammenarbeit in den Wirtschaftsbereichen Landwirtschaft und Tourismus.

Ferienwohnungen konnten in den drei vorgestellten Modellbetrieben in unterschiedlichem Ausmaß zur Einkommenssicherung beitragen. Dabei hat der Landkreis Oberallgäu als hoch frequentierte touristische Region einen bedeutenden Vorteil im Vergleich zu weniger ausgeprägten touristischen Gebieten, sodass im gewählten Untersuchungsraum Bergbetriebe die Erschwernisse bei der landwirtschaftlichen Urproduktion durch Vorteile bei der Nutzung touristischer Angebote in einem gewissen Ausmaß kompensieren können.

Die vorliegende Arbeit gibt generell Anleitungen für das eigene Handeln, wenn sich die Frage stellt, welchen zusätzlichen Gewinn Betriebe in der Berglandwirtschaft erzielen müssen, um ihre Existenz zu sichern, und welchen Beitrag dazu bestimmte Einkommenskombinationen leisten können. Die Modelle erklären dabei die für den unternehmerischen Erfolg bedeutsamen Größen und bieten so die Stellschrauben, um eigenes Denken und Handeln strategisch auszurichten.

4.5 Bedeutung der Diversifizierung in der Berglandwirtschaft – Untersuchung über die wirtschaftliche und sozioökonomische Situation sowie Perspektiven in ausgewählten bayerischen Betrieben

In Abschnitt 3.4 wurde die Bedeutung der Diversifizierung für Betriebe der Berglandwirtschaft mithilfe von Modellbetrieben dargestellt und anhand exemplarischer Praxisbetriebe validiert. In Abschnitt 3.5 analysierte Büchl (2014) in fünf diversifizierenden Bergbetrieben mit unterschiedlichen Einkommenskombinationen im Landkreis Miesbach die wirtschaftliche und sozioökonomische Situation sowie die Perspektiven in Tiefeninterviews und machte die Strukturverhältnisse transparent.

Grundsätzlich setzt sich beim unternehmerischen Handeln der Erfolg aus mehreren Facetten zusammen und wird durch vielfältige betriebswirtschaftliche Faktoren, Ereignisse und Anlässe, aber auch durch psychologische Merkmale beeinflusst. Bei der Analyse der wirtschaftlichen und sozioökonomischen Situation der Betriebe wurden daher Erfolgsfaktoren wie betriebliche Charakteristika, Bedingungen im Umfeld sowie Merkmale und Verhaltensweisen der Unternehmerpersonen besonders beachtet.

Zur Bewertung der Situationen wurden jeweils fallbezogene Wirtschaftlichkeitsrechnungen zu einzelnen praktizierten Einkommenskombinationen in den fünf Beispielsbetrieben durchgeführt. Letztlich wurde bei einer fallvergleichenden Bewertung ermittelt, inwieweit sich Verallgemeinerungen für die Entwicklung der Betriebszweige ableiten lassen. Fokussiert auf die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof zeigte sich je nach Umfang und Intensität der Bewirtschaftung eine Spreizung der Einkommensbeiträge zwischen 4.000 und 20.000 Euro je Betrieb und Jahr und eine Unternehmerentlohnung zwischen 11,16 Euro und 44,36 Euro je Arbeitskraftstunde. Hohe Investitionen unter Einsatz von erheblichen Beträgen an Fremdkapital schmälern den Gewinn. Mit Zusatzangeboten lässt sich das Hauptangebot fallweise aufwerten.

- Bezogen auf eine Gastronomie ergeben sich zwar relativ hohe Einkommensbeiträge, die jedoch bei hohem Arbeitseinsatz der Familienarbeitskräfte relativ geringe Unternehmerentlohnungen generieren. Der Einsatz von Fremdarbeitskräften zur Entlastung der Betriebsleiter von Aufgaben und Erzielung höherer Entlohnungen für sie gestaltet sich für die Betriebe vielfach aufgrund saisonaler Schwerpunkte schwierig. Letztlich spielt auch der Standort in einer touristisch stark frequentierten Region eine wesentliche Rolle für den Erfolg der Gastronomie.

Zu berücksichtigen ist, dass bei der Bewirtschaftung eines Angebots Urlaub auf dem Bauernhof gemeinsam mit einer Gastronomie synergistische Effekte auftreten. Beide Einkommenskombinationen müssen jedoch bei aufeinandertreffenden Arbeitsspitzen den Personaleinsatz ausbalancieren. Unter diesen Umständen lässt sich insbesondere ein Angebot von Urlaub auf dem Bauernhof mit Ferienwohnungen als Unterkünfte mit einer Gastronomie gut kombinieren.

Bei den Berechnungen wurden folgende Fakten für den Unternehmenserfolg als wichtig ermittelt:

- guter Standort,
- gute Auslastung der Unterkünfte bzw. der Gastwirtschaft im Ganzjahresangebot,
- Begrenzung von Investitionen (Umbau anstelle von Neubauten),
- möglichst hoher Eigenanteil bei der Finanzierung,
- zahlungskräftiges Publikum, das neben der Hauptleistung auch eine Reihe von Zusatzangeboten in Anspruch nimmt.

Ergänzend zur Risikominderung und -absicherung der Berglandwirtschaft durch Einkommenskombinationen gibt es stets weitere betriebsindividuelle Beweggründe für die Bewirtschaftung neuer Geschäftsfelder.

Folgende Probleme erschweren den Einstieg in die Diversifizierung und behindern einen reibungslosen Ablauf des Betriebsalltags:

- hohe Arbeitsbelastung in der Familie,
- hoher Bürokratieaufwand bei der Finanzierung von Vorhaben,
- Schwierigkeiten bei der Finanzierung der Projekte,
- völlig unzureichende Förderung zum Ausgleich von Erschwernissen,
- Flächenproblematik mit hohen Pachtpreisen bei enormem Wachstumsdruck,
- hohe Kosten der Klassifizierung bei Urlaubsangeboten,
- Interessenskonflikte zwischen Familie und Arbeit,
- Absatzprobleme bei unzureichendem Marktzugang oder Umsatzeinbußen aufgrund „leerer Monate“.

Perspektiven diversifizierender Betriebe zur Verbesserung des Unternehmenserfolgs gehen in Richtung staatlicher Leistungen und Maßnahmen bei den genannten Schwierigkeiten (Finanzierungsalternativen, Beratungsangebote, Subventionen, Weiterbildungsmöglichkeiten) und der Präsentation von Strategiemodellen für einen, je nach Betriebssituation maßgeschneiderten Einstieg und die Umsetzung. Zudem sind bei Antragsstellungen bürokratische Hindernisse abzubauen. Die Nutzung von Beratungs- und Informationsstellen speziell für den Bereich Einkommenskombinationen ist zu erleichtern, wobei eine Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft, Landkreisen, Tourismus und anderen Wirtschaftspartnern unerlässlich ist.

4.6 Analyse von Beweggründen bei der Vermarktungsentscheidung von Milcherzeugern im Berchtesgadener Land – eine Fallstudienuntersuchung von vier ausgewählten Musterbetrieben

Im Beitrag von Kraus (2014) sind vier milcherzeugende Fallbetriebe Gegenstand der Untersuchung, die sich vor allem in ihren Verarbeitungsstätten und Vermarktungswegen unterscheiden (Abschnitt 3.6). Die klassische Milchablieferung an die Milchwerke Berchtesgadener Land, die kooperative Milchverarbeitung und Direktvermarktung über eine Almsennerei und die Verarbeitung der Milch über eine Hofmolkerei mit eigener Vermarktung wurden analysiert, um herauszufinden, welche Beweggründe bei den Fallbetrieben im Landkreis Berchtesgadener Land für eine eigene Verarbeitung und Vermarktung ihrer Produkte vor dem Hintergrund guter Milchauszahlungspreise der Milchwerke Berchtesgadener Land im Vordergrund stehen und welche Entscheidungszusammenhänge dahinterliegen. Zur Bewertung der ökonomischen Entscheidungsgründe wurde die Wirtschaftlichkeit hinsichtlich Milcherzeugung, Verarbeitung und Vermarktung modellhaft betrachtet und bilanziert.

Da in den vier Fallbetrieben im Berchtesgadener Land für die Entscheidung vor allem Unabhängigkeit von den Milchpreisen und vom Molkereimonopol, Einkommenssicherheit, Absatzmärkte, aber auch das daraus resultierende subjektive Phänomen Selbstverwirklichung genannt wurden, ergeben sich vor allem Beweggründe, die deutlich von wirtschaftlichen Aspekten bestimmt sind. Die auftretende hohe Sensibilität hinsichtlich der Milchpreisschwankungen und der damit verbundenen Risiken nach der einige Jahre zurückliegenden Phase extremer Volatilität des Milchpreises (besonders zwischen 2006 und 2011) hat deutliche Spuren in den Betrieben hinterlassen. Nach Kraus (2014) können zwar solche ökonomischen Krisensituationen als signifikante Auslöser für Veränderungsprozesse angesehen werden, müssen jedoch nicht automatisch zu einer Strategie der systematischen Risikostreuung im Sinne einer vertikalen (vor- oder nachgelagerten landwirtschaftlichen Stufe) oder lateralen Diversifizierung (außerhalb der Landwirtschaft) der Betriebe führen.

Hinter den vorwiegend ökonomischen Beweggründen motivieren jedoch subjektive Faktoren wie die klassischen persönlichen Aspekte Freude und Spaß am Kundenkontakt und Freude am eigenen Herstellen und Vermarkten die Landwirte. Diese „Triebkräfte“ bleiben im Leitbild der Unternehmen, den landwirtschaftlichen Betrieb zu erhalten, integriert und treten öffentlich nicht zutage. Dominierend ist das Ziel der existenziellen Absicherung der Betriebe und der Schaffung eines ausreichenden Familieneinkommens.

Nach einer kritischen und objektiven Bewertung von Chancen und Risiken stellt sich zwar der wirtschaftliche Druck als ausschlaggebender Faktor für den Einstieg in die bekanntlich arbeitsintensive Direktvermarktung dar, ist aber bei den interviewten Betrieben unterschiedlich betont. Die Inanspruchnahme vorhandener Kapazitäten, vor allem brachliegender Arbeitszeitpotenziale, ist dabei unabdingbar.

Bei einer Interpretation der Interviews zeigt sich, dass zunächst vertikale Diversifizierungsstrategien zur Veredelung eigenerzeugter Produkte (hier Milch) in den Fokus genommen werden, um die Wertschöpfungskette zu optimieren, weil hierbei direkte Anknüpfungspunkte an den eigenen Betrieb, die bekannten Produktionsprofile und die eigenen Erfahrungen und Kompetenzen („Ich mache das, was ich kenne und was ich kann“) existieren. Neben dem Standort mit entsprechendem Nachfragevolumen als externem Faktor ist jedoch das Vorhandensein realer Ressourcen (Familiendarbeiterkräfte, Gebäude etc.) für eine Entscheidung in Richtung Direktvermarktung höchst relevant.

Offensichtlich wurde, dass kleine Betriebe häufig eine mehr oder weniger unzureichende Kapitaldecke haben und eine Finanzierung durch Banken oftmals nicht möglich und auch nicht gewünscht ist. Notgedrungen sehen die Betriebsleiter unter diesen Bedingungen Kooperationsmöglichkeiten mit anderen, möglichst gleichausgerichteten Betrieben in der Region als Alternative. So erfolgt jede betriebliche Entscheidung für oder gegen eine Direktvermarktung in den Betrieben nicht nach einem bestimmten Standardmuster, sondern nach bestimmten internen Notwendigkeiten, innerbetrieblichen Ressourcen, externen Faktoren (Märkte) sowie den persönlichen Fähigkeiten, dem Know-how und den Präferenzen der Betriebsleiter.

Die Wirtschaftlichkeitsberechnungen (Vollkostenrechnungen) für die untersuchten Fallbetriebe zeigen deutlich, dass insbesondere kleine Bergbauernbetriebe sowie Biobetriebe zu höheren Kosten produzieren müssen. Gründe sind Auflagen und Richtlinien in der ökologischen Milchviehhaltung, spezifische Faktoren wie Standortnachteile, geringere Betriebsgrößen, arbeits- und kostenintensivere Produktionssysteme, geringere Arbeitsproduktivität sowie teilweise höhere Faktorpreise. Die Berechnungen zeigen auch, warum überdurchschnittlich große Betriebe in günstigen Lagen produktiver sind, sodass sie auch bei schlechteren Milchpreisen zumindest mittelfristig rentabel wirtschaften können.

Kleine Bergbauernbetriebe sowie Biobetriebe haben durch ihre Mehrkosten ein deutlich höheres ökonomisches Risiko, weil eine Optimierung der Arbeitsabläufe zwar Einsparungen erbringen kann, eine deutliche Arbeitszeitreduktion aber meistens nur bei einer bestimmten Betriebsgröße zu erreichen ist. Demnach ist ein wirtschaftliches Risikoprofil kleiner milcherzeugender Betriebe vorhanden (Kraus, 2014).

Schlussfolgernd entscheiden sich Landwirte gegen die Milchlieferung an die Molkerei oder schränken diese ein, wenn auch der relativ hohe Milchpreis in der Region Berchtesgadener Land die Existenz ihrer Betriebe langfristig nicht sichern kann. Durch Integration einer eigenen Verarbeitung in ihre Betriebe und Direktvermarktung an den Endkunden verlängern sie die Wertschöpfungskette und kompensieren mögliche Preisschwankungen, um die Einkommenssituation zielgerichtet zu stabilisieren.

Diversifizierende Betriebe müssen aber neben dem allgemeinen unternehmerischen Risiko auch das Risiko einer Vermarktungsunsicherheit tragen. Insbesondere die Wahl der betrieblichen Strategie in Richtung Vermarktung beeinflusst die Anfälligkeit gegenüber Politik- und Preisrisiken. Vom Erfolg bzw. Misserfolg der Strategie kann die ganze landwirtschaftliche Familie abhängig sein. Die Diversifikation kann fallweise in kleinen Bergbetrieben die optimale Alternative sein, um mit stabilen Erwerbskombinationen den wesentlichen Beitrag zur Absicherung landwirtschaftlicher Haushalte zu liefern und das Überleben kleiner bäuerlicher Strukturen nachhaltig zu sichern.

Die modellhaft gerechneten Fälle einer Direktvermarktung zeigen bei einer hohen Schwankungsbreite eine angemessene Unternehmerentlohnung von 18 Euro pro Arbeitskraftstunde. Doch erst ab einer bestimmten Mindestverarbeitungsmenge ist Rentabilität gewährleistet. Bezüglich der Vermarktungswege erfordert insbesondere ein Lieferservice hohe Arbeitskapazitäten. Die Wahl geeigneter Absatzkanäle ist somit in Abhängigkeit vorhandener Arbeitskapazitäten, aber auch vom Standort und vom Produktangebot zu prüfen.

Beim Einstieg in die Direktvermarktung müssen Berglandwirte auf sich ändernde Rahmenbedingungen reagieren und eine Balance zwischen externen Rahmenbedingungen und internen Ressourcen zur Aufrechterhaltung des eigenen Autonomiestrebens finden. Grundsätzlich

spielt bei der Direktvermarktung eine klare Ausrichtung auf die Potenziale der regionalen Absatzmärkte und im Speziellen auf die Kundenwünsche eine wesentliche Rolle.

Der Wunsch nach Unabhängigkeit und ökonomischer Absicherung verlangt aber einen klaren Blick und eine realistische Einschätzung des eigenen Vermögens. Bei kleinen Betriebsgrößen steigt demnach in aller Regel die Notwendigkeit von Kooperationen als probates Mittel zur Senkung von Produktions- und Vermarktungskosten, zur Steuerung des Personaleinsatzes und zur Vorbeugung von Arbeitskräftemangel. Arbeitsentlastung der Familienarbeitskräfte und damit Erweiterung der persönlichen Freiräume können die Lebensqualität steigern. In der Kooperation sind zudem zukunftsorientierte Strategien zur Vergrößerung von Marktanteilen auf Märkten oder notwendige Anpassungsprozesse bei der Produktion (z. B. beim Produktionsumfang) leichter zu realisieren.

Die begrenzte Stichprobe der interviewten Betriebe im Rahmen dieser Arbeit lässt keine weiteren Interpretationen zu. Es bleibt schlicht festzustellen, dass die ökonomischen Fragestellungen dominierend sind und alle anderen Beweggründe überlagern. Als weiterer Forschungsansatz könnte eine aktuelle und breit angelegte empirische Untersuchung die Auswirkungen subjektiver Entscheidungselemente bei einzelnen Einkommenskombinationen allgemein und insbesondere bezogen auf die gesamte Diversifizierungsdebatte untersuchen, um daraus zielführende Erkenntnisse für die Weiterentwicklung spezifischer Beratungskonzepte abzuleiten (Kraus, 2014).

4.7 Die Vorzüglichkeit der kooperativen Verarbeitung und Vermarktung von Bergprodukten über verschiedene Absatzwege

Im Zusammenhang mit der Beantwortung der Frage zu den Beweggründen für die Direktvermarktung von Milchprodukten (Abschnitt 3.6) wurde der Frage nach der Vorzüglichkeit der kooperativen Verarbeitung und Vermarktung von Bergkäse über verschiedene Absatzwege nachgegangen. Am Fallbeispiel der Naturkäserei im Landkreis Miesbach, die als Kooperation von 19 milchliefernden Landwirten fungiert und eigenerzeugte Produkte über verschiedene Absatzwege vermarktet, wurden dabei die verschiedenen Absatzwege kostenrechnerisch und in Bezug auf ihre Stärken und Schwächen analysiert.

Wie wiederholt betont, können Betriebe in der Bergregion mit eher kleinen Viehbeständen weniger produktiv wirtschaften als größere Betriebe in Tallagen. Aufgrund dessen können Anbieterkooperationen immer dann einen Beitrag zur Aufrechterhaltung der Bewirtschaftung der Betriebe leisten, wenn sie die Einzelbetriebe sowohl arbeitswirtschaftlich als auch finanziell entlasten und die Landwirte an einer höheren Wertschöpfung ihrer Erzeugnisse teilhaben lassen.

Im Fall der Naturkäserei wird die erzeugte Heumilch von 19 milchliefernden Landwirten in der Bergregion bei einem überdurchschnittlichen Lieferpreis zu qualitativ hochwertigen Produkten verarbeitet, die über verschiedene Vermarktungswege abgesetzt werden. Dies entlastet die einzelnen Landwirte bei einer anvisierten Verarbeitung von Kleinstmengen. Laut Aussagen der Geschäftsführung der beschriebenen Käserei wird über den Milchpreis, der bei 45 Cent/kg plus Zuschläge liegt, die Leistung der Landwirte bei der Heumilcherzeugung honoriert.

Die verarbeitete Milch wird zwar nicht nach Biorichtlinien erzeugt, ist jedoch aufgrund ihrer Inhaltsstoffe qualitativ nahezu mit dieser gleichzusetzen. Heumilch gilt als Spezialität, für die es stets Absatzmärkte gibt, sodass eine biologische Erzeugung nicht als notwendig erachtet

wird. Der erhöhte Aufwand für die Produktion ist jedoch offensichtlich. Der daraus erzeugte Bergkäse wird als Originalprodukt ohne geografische Herkunftsbezeichnung gehandelt.

Die angestellten Wirtschaftlichkeitsrechnungen beziehen sich auf die Produktion und die anschließende Vermarktung von Bergkäse über verschiedene Absatzwege, um hierbei einen Vergleich anzustellen. Dabei erweist sich der Absatz über den Einzelhandel und die Gastronomie als Hauptgeschäft der Käserei – mit nahezu der doppelten Menge an Käse im Vergleich zum Ladenverkauf. Die Differenzen bei den Einnahmen aus dem Vertrieb über diese Schiene und dem Ladenverkauf werden durch unterschiedliche Preise weitgehend ausgeglichen (Ladenverkauf für 23,00 Euro/kg, Belieferung der Gastronomie für 13,50 Euro/kg), so dass die unterschiedlichen Verkaufspreise für den Käse auf diesen Absatzwegen die Unterschiede bei den Absatzmengen bis zu einem gewissen Grad kompensieren.

Aus der Analyse der Stärken und Schwächen der Kooperation geht hervor, dass die Gegebenheiten und anvisierten Handlungsansätze der Naturkäserei durchaus als „gut“, überwiegend sogar als „sehr gut“ einzuschätzen sind, denn ein einzelner landwirtschaftlicher Milchviehbetrieb im Berggebiet ist mit der Produktion und Vermarktung sowohl kleiner wie auch großer Milchmengen und der daraus hergestellten Produkte hinsichtlich Investitionen, Kosten und Arbeitszeit, aber auch bezüglich vielseitiger Fachkompetenzen schnell überfordert. Demnach sind kooperative Ansätze wie die beschriebene Naturkäserei zu begrüßen.

Der genossenschaftliche Zusammenschluss einer kooperativen Verarbeitung und Vermarktung von Milch und Milchprodukten, speziell von Bergkäse als Original-Bergprodukt, lässt sich bei einer ausreichend großen Produktmenge über verschiedene Vertriebsschienen sinnvoll gestalten. Allein die Bergregion mit optimalen Standortvoraussetzungen als Tourismusregion bedingt eine hohe Akzeptanz von Bergkäse und fördert die Nachfrage in der Region und im weiteren Umfeld.

Eine Honorierung der Leistungen der beteiligten Milchviehbetriebe spiegelt sich im relativ hohen Milchpreis wider. Alle Beteiligten profitieren von einer kurzen Anlieferungsstrecke und der regionalen Vermarktung. Die gewählten Absatzwege erweisen sich, detaillierten Berechnungen zufolge, als ökonomisch attraktiv.

Letztlich ist die Entscheidung der landwirtschaftlichen Betriebe, ihre Rohmilch zur Direktabgabe an Kunden und zur Weiterverarbeitung zu qualitativ hochwertigen Produkten mit anschließender Vermarktung an das Naturkäserei-Unternehmen zu liefern, äußerst positiv zu bewerten. Die Leistungen der Landwirte bei der Erzeugung von qualitativ hochwertiger Heumilch werden sowohl vonseiten der Käserei als auch vonseiten der Kunden honoriert. Es wird aber auch deutlich, dass der Käsereibetrieb den vollen Einsatz aller Beteiligten fordert (Magerl, 2014).

Grundsätzlich wird aber eine Diversifikation als Risikomanagementinstrument relativ teuer eingekauft. Daher ist stets betriebsindividuell zu prüfen, ob ein Risiko durch volatile Märkte nicht günstiger durch andere Instrumente reduziert werden kann.

Ein Controlling als Zeichen unternehmerischer Stärke hat neben einem Überblick über die aktuelle Situation im Betrieb dessen Zukunftsentwicklungen und ständige Kontrolle oder Anpassung im Blick. Als Herausforderung stellt sich dabei eine möglichst genaue Erfassung zukünftig zu erwartender Geldflüsse dar, was bei stark schwankenden Märkten schwierig ist. Bestehende Planungen sind deshalb stetig an die Ist-Situation anzupassen.

Da sich die Arbeitserledigungskosten erheblich auf den Unternehmenserfolg auswirken, ist eine möglichst hohe Effizienz in der Arbeitserledigung anzustreben. Die Arbeitserledigungs-

kosten können mit der Größe des Betriebs signifikant sinken, sodass sich die Stückkosten bei der Produktion durch Wachstum deutlich reduzieren lassen, nicht unbedingt aber bei der Vermarktung. Aus dieser Sicht erweist sich die Kooperation der Naturkäserei als Erfolgsmodell.

Bei einem Vergleich der Vorzüglichkeit von Absatzwegen müssen diese stets bezüglich Aufwand, Mengen und Preisen beurteilt werden. Einzelne Absatzwege können sich dabei sinnvoll ergänzen. Vielfach ist eine Kompensation von Schwächen durch ergänzende Absatzwege möglich. Die Effekte der Werbung lassen sich nicht einfach quantifizieren, weil sie sich vielfach nicht primär als Folge der Werbeinvestition als erfolgsrelevant auswirken, sich aber deutlich auf den Erfolg auswirken. Letztlich ist das Portfolio über eine Art Mischkalkulation zu bewerten. Die Analyse von Stärken und Schwächen sowie eine Beurteilung von Chancen und Risiken allein reicht nicht aus.

5 Handlungsempfehlungen

Aus der Diskussion der Untersuchungsergebnisse leiten sich folgende Handlungsempfehlungen ab.

Maßnahmen zur Imagepflege

Nachdem in vielen Berggebieten die Infrastruktur besonders rückläufig ist und Bergbauern bei der Ver- und Entsorgung zunehmend auf sich selbst gestellt sind, erweisen sich nicht nur technische Investitionen in Richtung Energie- und Wasserversorgung für die Aufrechterhaltung der Funktionsfähigkeit der Betriebsabläufe als notwendig. Zudem ist die Effizienz des Betriebs der Anlagen im Hinblick auf Nachhaltigkeit in der Berglandwirtschaft von besonderer Bedeutung, vor allem dann, wenn Einkommenskombinationen wie die Direktvermarktung oder Tourismusangebote nachhaltig betrieben werden sollen.

Kennzeichnung von Bergprodukten

Die von der EU vorgeschlagene besondere Kennzeichnung von Bergbauernprodukten kann dazu beitragen, dass Spezialitäten wie Bergkäse auf den Lebensmittelmärkten höherwertig vermarktet werden können. Geografische Herkunftszeichen scheinen bei den Berglandwirten nur wenig Anklang zu finden. Die Hintergründe hierfür sind zu ermitteln.

Klassifizierung von Urlaubsunterkünften

Bei Urlaubs- und Gastronomieangeboten hat eine Auszeichnung der Qualität für den Nutzer bei der Auswahl von Angeboten große Bedeutung. Jedoch nur bei hoher Qualität kann der Anbieter daraus Nutzen ziehen. Die Kriterien für gängige Qualitätsauszeichnungen sind häufig jedoch nicht an die Situation der Bergbetriebe angepasst, sodass einerseits Anbieter mehr oder weniger große Schwierigkeiten haben können, die Kriterien einzuhalten. Andererseits gestalten sich solche Qualitätsauszeichnungen als relativ kostspielig. Dies betrifft sowohl die Investitionen in die Qualitätsausstattung als auch die jeweils periodisch anfallenden Prüfungsgebühren. Zudem sind stetige Anpassungen zur Aufrechterhaltung eines erreichten Qualitätsstandards notwendig. Die Qualitätskriterien für gängige Qualitätsauszeichnungen sind deswegen auf Handhabbarkeit angepasst an die Situation von Bergbetrieben zu prüfen.

Förderung von Diversifizierungsvorhaben

Die finanzielle Förderung von Diversifizierungsmaßnahmen in Betrieben der Berglandwirtschaft ist in besonderem Maße in Richtung höchst flexibler Handhabung auszurichten, damit

auch Erweiterungsinvestitionen, Investitionen in Richtung Nachhaltigkeit oder qualitätsverbessernde Maßnahmen Chancen auf eine Umsetzung haben.

Qualifizierung

Im Rahmen einer Qualifizierung von Betriebsleitern und Mitarbeitern von Betrieben der Berglandwirtschaft spielt das Thema „Nachhaltigkeit“ eine wichtige Rolle. Diese Thematik ist als Schwerpunkt so zu behandeln, dass zur Realisierung von Maßnahmen eine große Praxisnähe gewährleistet ist.

In Nebenerwerbsbetrieben der Berglandwirtschaft haben Hofnachfolger in der Regel keine landwirtschaftliche Ausbildung. Die Teilnahme an BILA-Kursen kann die notwendige Qualifikation vermitteln, um im Wettbewerb mithalten zu können.

Qualifizierung ist jedoch als lebensbegleitendes Lernen zu verstehen. Der Wissenstransfer muss die aktuelle Situation treffen, soll aber generell eine strategische Richtung im Visier haben, um dabei die Wettbewerbsvoraussetzungen zu schaffen, die dazu verhelfen, gerade bei Veränderungen im Familienzyklus angemessen reagieren zu können. Die Rolle des Familienzyklus für die Unternehmensführung ist gerade bei Diversifizierungsvorhaben praxisorientiert zu vermitteln.

Generell soll die Qualifizierung Anleitungen für das eigene Handeln geben. Strategien in Richtung unternehmerischem Erfolg auf der Grundlage bedeutsamer Größen sollen eigenes Denken und Handeln nicht nur einmalig, sondern dauerhaft in eine strategische Richtung ausrichten.

Beratung

Die Beratung muss beim Einstieg in Einkommenskombinationen oder bei der Bewirtschaftung vorhandener Geschäftsfelder eine differenzierte Bestandsanalyse als Grundlage vorwegnehmen, weil den Bergbetrieben meist besonders enge Grenzen in Bezug auf einsetzbare Kapazitäten gesetzt sind. Das gilt sowohl im finanziellen Bereich als auch bei der Arbeitszeit. Vor allem dann, wenn Bergbetriebe über Einkommenskombinationen eine nachhaltige Existenzgrundlage schaffen wollen, haben sie bei kapitalintensiven Vorhaben wie dem Ausbau von Ferienwohnungen in der Regel Hürden bei der Kapitalbeschaffung oder bei Baugenehmigungen zu überwinden.

Der Arbeitsbelastung von Familienarbeitskräften sind in der Regel enge Grenzen gesetzt. Die obere Grenze ist stets sensibel auszuloten, um festzustellen, inwieweit die Familie stunden-, saison- oder ganzjährig durch Fremdarbeitskräfte zu unterstützen ist. Insbesondere bei Erweiterungen in Richtung Mehrfachkombinationen sind aufeinandertreffende Arbeitsspitzen rechtzeitig zu analysieren.

Die gemeinsame Bewirtschaftung von Einkommenskombinationen in Verbindung mit der landwirtschaftlichen Urproduktion ist letztlich genauso zu optimieren wie die gleichzeitige Bewirtschaftung mehrerer Einkommenskombinationen, damit Synergien wirksam werden können. Dem Zeitmanagement an den jeweiligen Schnittstellen ist – auch unter Einsatz von Fremdarbeitskräften – höchste Aufmerksamkeit zu zollen.

Letztlich erscheint bei der Steuerung von Diversifizierungsvorhaben die Unterstützung zur Vermeidung eines überproportional hohen Bürokratieaufwands als besonders bedeutsam.

Forschung

Die Forschung im Bereich der Diversifizierung muss neben der Entwicklung von Vorhaben auch die Praxis der Aufgabe von Einkommenskombinationen und der Hofaufgabe beinhalten.

Relativ umfassende Untersuchungen zum Generationswechsel sollen die Hofnachfolge aus zweidimensionaler Sicht analysieren.

Die Unterschiede zwischen dem Berggebiet Alpen und anderen Berggebieten in Bayern, insbesondere die östlichen Grenzgebiete, sind hinsichtlich der Erschwernisse bei der Bewirtschaftung und der Bedeutung von Einkommenskombinationen völlig unzureichend untersucht.

Sozioökonomische Entscheidungskriterien spielen nicht nur für die Aufrechterhaltung einer Landwirtschaft mit kritischen Erfolgsgrößen eine wichtige Rolle. Die Auswirkungen subjektiver Entscheidungskriterien bei ausgewählten Einkommenskombinationen sind zu untersuchen, um weitere zielführende Erkenntnisse für die Weiterentwicklung von Einkommenskombinationen in der Berglandwirtschaft zu erhalten.

Zusammenarbeit

Im Bereich des Tourismus spielt der Standort eine überragende Rolle. Die Berglandwirtschaft kann trotz Benachteiligungen bei der Bewirtschaftung der Betriebe vom Vorteil eines touristisch attraktiven Standorts profitieren, allerdings nur bei einer zielführenden Zusammenarbeit der Wirtschaftsbereiche Landwirtschaft und Tourismus.

Anbieterkooperationen können sich insbesondere beim Handeln in kleinen Einheiten kosten- und arbeitssparend auswirken. Gerade in der klein strukturierten Berglandwirtschaft kann die Zusammenarbeit viele Synergieeffekte bewirken. Beim Praktizieren von Kooperationen sind unterstützende Maßnahmen vonnöten.

6 Fazit

Die Berglandwirtschaft ist Schnittstelle zwischen ökonomischen, ökologischen und soziokulturellen Herausforderungen. In peripheren Gebieten bleiben die Einkommen klein strukturierter Bergbetriebe häufig weit hinter denen von Betrieben in Tallagen zurück. Geben Berglandwirte ihre Betriebe auf, ist die Sicherung der Existenz der bäuerlichen Familie auf neue Beine zu stellen. Betriebsaufgaben gehen meist auch mit einer Verschlechterung der Ökosysteme und einem Verlust von Artenvielfalt einher.

Obwohl Maßnahmen zum Erhalten der Kulturlandschaft und zur Steigerung der Biodiversität europaweit gefördert werden, bleibt unklar, inwieweit diese Art der Honorierung umfangreicher Leistungen der Landwirte zielführend ist und sich dadurch auf die nachhaltige Einkommenserwirtschaftung auswirken kann.

Zusätzliche Erwerbsalternativen ohne Verbindung zur Landwirtschaft wie außerlandwirtschaftliche Erwerbstätigkeiten sind für die Existenzsicherung der Bergbetriebe bedeutsam, falls geeignete Arbeitsplätze in erreichbarer Entfernung zum Wohnort zur Verfügung stehen.

Die Diversifizierung in Einkommenskombinationen in Verbindung mit der landwirtschaftlichen Produktion erhält dagegen immer dann einen zunehmenden Stellenwert, wenn die nötige Basis an eigenen Kapazitäten für den Ausbau am Betrieb und in der Region vorhanden ist. Die am häufigsten praktizierten Einkommenskombinationen landwirtschaftliche Direktvermarktung, Urlaub auf dem Bauernhof und bäuerliche Gastronomiebetriebe bestätigen einen positiven Verlauf der Diversifizierung vor allem aufgrund der zunehmenden Professionalisierung dieser Geschäftsbereiche.

Trägt in Haupterwerbsbetrieben die Landwirtschaft immer noch wesentlich zum Einkommen bei, streuen die Einkommensbeiträge zufällig ausgewählter Beispielbetriebe je nach Umfang und Intensität der Bewirtschaftung von Einkommenskombinationen weit (von 7 bis 100 % des Einkommens in fünf Betrieben), trotz geringem Einkommensbeitrag kann die Bewirtschaftung solcher Geschäftsbereiche jedoch sehr bedeutsam für die Betriebe sein.

Ergeben sich im Vergleich einzelner Einkommenskombinationen relativ hohe Gewinne bei der Direktvermarktung und aus einer bäuerlichen Gastronomie, fallen die Gewinne aus Urlaub auf dem Bauernhof meist vergleichsweise gering aus. Die Unternehmerentlohnung lässt bei der Direktvermarktung und Gastronomieangeboten aufgrund hoher Arbeitsintensität häufig zu wünschen übrig, bei der Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof mit Ferienwohnungen wird der Arbeitseinsatz dagegen meist angemessen entlohnt.

Sowohl betriebliche wie auch regionale Unterschiede lassen verallgemeinernde Aussagen zur Bedeutung von Einkommenskombinationen in der Berglandwirtschaft nicht zu. Grundsätzlich müssen dazu, ausgehend von der Motivation der Haushaltspersonen und in Abhängigkeit von der jeweiligen Leistungsfähigkeit und Einsatzbereitschaft, Potentiale vom Betrieb und aus dem Umfeld in verschiedene Richtungen nutzbar gemacht werden. Um eine Überbelastung der Familienarbeitskräfte zu vermeiden, müssen generell Rationalisierungsmaßnahmen in Richtung Technisierung oder Vereinfachung der Organisation erfolgen. Eine Ausbildung im Fach sowie in verwandten Berufen verhilft bei der Bewirtschaftung von Einkommenskombinationen stets zur Entwicklung von Profession. Fachkompetent und strategisch durchdacht sind dabei sowohl Angebote zu optimieren wie auch qualitativ hochwertige Produkte herzustellen und auf Märkten erfolgreich zu positionieren. Kriterien wie Herkunft, Tradition und regionale Identität können genauso wichtige Alleinstellungsmerkmale zur Erschließung neuer Märkte sein wie qualitativ hochwertige und innovative Produkte.

Eine Verknüpfung betrieblicher Angebote mit Potenzialen der Region ist gerade in Berggebieten unabdingbar. In diesem Sinne sind betriebliche Tourismusangebote in das regionale Angebot einzubinden bzw. hochwertige Qualitätsprodukte in sich öffnende Märkte für Bergprodukte einzuschleusen.

Für einen problemlosen Einstieg in die Diversifizierung und den reibungslosen Ablauf des Betriebsalltags sind nach Aussagen von Betriebsleitern Hemmnisse zu beseitigen bei:

- Interessenskonflikten im Betrieb bezüglich der Bedeutung der einzelnen Geschäftsbereiche,
- der Abwicklung von Vorhaben (Bürokratieaufwand),
- der Finanzierung der Projekte,
- der Förderung der Berglandwirtschaft allgemein,
- der Flächenproblematik und dem Wachstumsdruck in der Landwirtschaft allgemein,
- den hohen Kosten bei der Klassifizierung von Urlaubsunterkünften,
- den unzureichenden Zugangsmöglichkeiten zu Märkten.

Berggebiete weisen wie alle ländlichen Räume hohe Disparitäten auf, beeinflusst vor allem von der regionalen Anpassungsfähigkeit. Siedlungsstruktur, Einkommensniveau und touristische Ausprägung sind Strukturindikatoren mit gewissen Korrelationsbeziehungen. In Richtung peripher gelegener Räume mit eher unterdurchschnittlichem Bevölkerungspotenzial und einem geringen Einkommensniveau kann so eine wenig produktive Landwirtschaft wiederum

mit geringen Übernachtungszahlen gekoppelt sein. Daraus folgt eine sehr negative Einschätzung der regionalen Wirtschaftskraft.

Dementsprechend brauchen Bergregionen ihre individuellen Gestaltungsmöglichkeiten. Im regionalen Entwicklungsansatz sind eigene Potenziale zu aktivieren. Wird gleichzeitig für die gesamte Bergregion eine wirtschaftliche Dynamik in Gang gesetzt, um Angebote der Daseinsvorsorge und Arbeitsangebote in zumutbarer Entfernung zu ermöglichen, können auch periphere Regionen davon profitieren. Eine nachhaltige Strategie bei umweltverträglicher Nutzung und Schonung natürlicher Ressourcen ist die Grundlage, um die nötige soziale Balance herzustellen.

Mit der Pflege der Kulturlandschaft leistet die Berglandwirtschaft gerade in peripheren Berggebieten einen erheblichen Beitrag für das Gemeinwohl. Ihre Interessen bei Entscheidungen im Rahmen der zukünftigen Daseinsvorsorge werden immer dann unzureichend vertreten, wenn in Unkenntnis der Praxis keine personelle Vertretung erfolgt. Die tatsächlichen Folgen von oft sehr plötzlich auftretender Versorgungslücken bei Gemeinwohlleistungen sind schwer zu quantifizieren.

In dieser Untersuchung konnte mangels ausreichender Zahl landwirtschaftlicher Haushalte, u.a. solche mit Kleinkindern und/oder pflegebedürftiger Angehöriger an abgelegenen Standorten die Problematik der Erreichbarkeit von Einrichtungen der Daseinsvorsorge nicht deutlich genug herausgestellt werden. Die Darstellung dieser Problematik in konkreten Räumen wäre sehr wichtig, weil sie die Perspektiven der Weiterbewirtschaftung in erheblichem Maße bestimmt.

Berggebiete benötigen aufgrund der speziellen Gegebenheiten eine gesonderte Behandlung. Unterstützung ist einerseits durch Beratungsangebote und bürokratische Vereinfachungen beim Einstieg in neue Geschäftsbereiche zu gewährleisten. Hinsichtlich der Vermarktung regionaler Erzeugnisse sind Marketingmaßnahmen, die Unterstützung bei kooperativen Zusammenschlüssen und das Schaffen neuer Absatzwege speziell für Nischenprodukte denkbare Handlungsansätze. Maßnahmen im Bereich Umwelt- und Naturschutz können den Wohn- und Freizeitwert ausgewählter Berggebiete steigern. Letztlich ist aber im Bereich der Sozioökonomik der landwirtschaftlichen Haushalte anzusetzen, um bei der Finanz- und Arbeitswirtschaft wie auch bei den Wohnverhältnissen grundlegende Neuansätze zur nachhaltigen Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen zu realisieren.

7 Literaturverzeichnis

AELF (2012): Betriebsstatistik Dienstgebiet AELF Kempten. Amt für Ernährung Landwirtschaft und Forsten (AELF), Kempten

AELF-TS (2013): Daten und Fakten zur Landwirtschaft in Berchtesgaden. Amt für Ernährung Landwirtschaft und Forsten Traunstein (AELF-TS). Internet: www.aelf-ts.bayern.de/daten_fakten [Zugriff: 24.09.2014]

Albrecht-Seidel, M., und Mertz, L. (2006): Die Hofkäserei. Planung, Einrichtung, Produktion, Grundrezepte. 1. Aufl., Eugen Ulmer Verlag, Stuttgart

ART (2010): Evaluierung des Bayerischen Zukunftsprogramms Agrarwirtschaft und Ländlicher Raum 2007–2013 (BayZAL). Halbzeitbewertung des BayZAL 2007–2009. Forschungsgruppe Agrar- und Regionalentwicklung Triesdorf (ART), Triesdorf

ART (2013): Evaluation der Berglandwirtschaft einschließlich der Alm- und Alpwirtschaft in Bayern. Abschlussbericht. Forschungsgruppe Agrar- und Regionalentwicklung Triesdorf (ART), Triesdorf.

Internet: www.stmelf.bayern.de/mam/cms01/landwirtschaft/dateien/abschlussbericht_berglan dwirtschaft.pdf [Zugriff: 19.11.2014]

Atteslander, P.; Cromm, J.; Grabow, B.; Klein, H.; Maurer, H.; Siegert, G. (2006): Methoden der empirischen Sozialforschung. Erich Schmidt Verlag, Berlin

Babel, D., und Fahning, I. (2013): Einkommenskombinationen, Mehrfachbeschäftigungen und Betriebsnachfolge in der Berglandwirtschaft. Agrarsoziale Gesellschaft e. V. (ASG), Göttingen

Bätzing, W. (1996): Landwirtschaft im Alpenraum – unverzichtbar, aber zukunftslos? Eine alpenweite Bilanz der aktuellen Probleme und der möglichen Lösungen. Europäische Akademie Bozen, Fachbereich Alpine Umwelt, Blackwell Wissenschaftsverlag, Berlin-Wien

Bätzing, W. (2001): Landwirtschaft im Alpenraum – Ansätze für eine Synthesedarstellung. Aurora-Magazin, Wien. Internet: www.aurora-magazin.at/gesellschaft/lw_baetzing_frm.htm [Zugriff: 16.09.2014]

Bätzing, W.; Braumann, C.; Goppel, K.; Hain, B.; Helmreich, A.; Köhler, S.; Maier, J.; Ruppert, K.; Rosinak, W.; Scheiring, H.; Scholl, B. (2003): Raumordnung im Alpenraum. Arbeitsmaterial 294, Tagung der LAG Bayern zum Jahr der Berge, Akademie für Raumforschung und Landesplanung, Hannover

BBV (2012): Situationsbericht 2012/2013.

Internet: <http://www.bayerischerbauernverband.de/situationsbericht-2012-2013> [Zugriff: 23.09.2014]

BGL (2013): Zahlen und Daten. Landratsamt Berchtesgadener Land (BGL), Bad Reichenhall. Internet: http://www.lra-bgl.de/jsp/landkreis/zahlen_und_daten.jsp [Zugriff: 24.09.2014]

Boneberger, A. (2013): Diversifizierung in der Berglandwirtschaft – Chancen und Risiken von Einkommenskombinationen. Masterthesis an der Fakultät Agrarwissenschaften der Universität Stuttgart-Hohenheim

Brugger, O., und Wohlfahrter, R. (1983): Almwirtschaft heute. Leopold Stocker Verlag, Graz

Büchl, S. (2014a): Bedeutung der Diversifizierung in der Berglandwirtschaft – Untersuchung über die wirtschaftliche und sozioökonomische Situation sowie Perspektiven in ausgewählten

bayerischen Betrieben. Bachelorarbeit an der Fakultät Land- und Ernährungswirtschaft, Hochschule Weihenstephan-Triesdorf

Büchl, S. (2014b): Interview mit dem Betriebsleiter von Betrieb 1. Miesbach, 02.01.2014

Büchl, S. (2014c): Interview mit dem Betriebsleiter von Betrieb 2. Miesbach, 03.01.2014

Büchl, S. (2014d): Interview mit dem Betriebsleiter von Betrieb 3. Miesbach, 02.01.2014

Büchl, S. (2014e): Interview mit dem Betriebsleiter von Betrieb 4. Miesbach, 03.01.2014

Büchl, S. (2014f): Interview mit dem Betriebsleiter von Betrieb 5. Miesbach, 03.01.2014

DBV (2012): Erklärung des Präsidiums des Deutschen Bauernverbandes vom 05. Juni 2012 zur UN-Konferenz für eine nachhaltige Entwicklung „Rio+20“. Deutscher Bauernverband, Berlin. Internet: <http://media.repro-mayr.de/84/546484.pdf> [Zugriff: 01.09.2014]

Demeter (2010): Ehrung für Milchwerke Berchtesgadener Land für langjährig hohe Auszahlungspreise an Demeter-Bauern. Demeter e. V., Darmstadt.

Internet: www.demeter.de/presse/ehrung-f%C3%BCr-milchwerke-berchtesgadener-land-f%C3%BCr-langj%C3%A4hrig-hohe-auszahlungspreise-demeter-bauern [Zugriff: 24.09.2014]

Deutscher Genossenschafts- und Raiffeisenverband e. V. (o. J.): Was ist eine Genossenschaft? Internet: www.genossenschaften.de/was-ist-eine-genossenschaft [19.11.2014]

Dick, J.; Hetz, W.; Trillig S. (2009): 25 Jahre Milchquotenregelung, 25 Übertragungstermine an der Milchquotenbörse Bayern – Ein Rückblick. Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), Freising.

Internet: www.lfl.bayern.de/mam/cms07/publikationen/daten/informationen/p_34915.pdf [Zugriff: 23.09.2014]

Diekmann, A. (2007): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. In: König, B. (Hrsg.): Rowohlt's Enzyklopädie. Rowohlt's Taschenbuch Verlag. Hamburg

Dirscherl, C. (2013): Fleischkonsum und Tierhaltung in der aktuellen gesellschaftsethischen Debatte. In: Berichte über Landwirtschaft, Band 91(3).

Internet: http://buel.bmelv.de/index.php/buel/article/view/32/Dirscherl-91_3.pdf (Zugriff: 01.09.2014)

DLG (Hrsg.) (2008): Agrar-Potenziale nutzen! Herausforderungen für Landwirte und Gesellschaft. Tagungsband der DLG-Wintertagung 2008 vom 8.-10. Januar in Münster. DLG-Verlag, Frankfurt, S. 197–198

Doluschitz, R.; Lavèn, P.; Schmid, K. (2013): Stand, Entwicklung und Perspektive der Nebenerwerbslandwirtschaft – Ergebnisse einer empirischen Untersuchung in Baden-Württemberg aus dem Jahr 2012. In: Berichte über Landwirtschaft, Band 91(3).

Internet: http://buel.bmelv.de/index.php/buel/article/view/33/Doluschitz-91_3.pdf [Zugriff: 08.09.2014]

Dorfner, G., und Frank, J. (2013): LfL-Deckungsbeiträge und Kalkulationsdaten. Milchkühhaltung. Institut für Betriebswirtschaft und Agrarstruktur der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), München. Internet: www.stmelf.bayern.de/idb/milchkuehhaltung.html [Zugriff: 18.09.2014]

Düsing, M. (2005): Milchabgabenverordnung – Ratgeber für Juristen und Landwirte. 1. Aufl., HLBS Verlag, Berlin

- EG (2005): Berggebiete in der Europäischen Union. Europäische Gemeinschaft (EG), Brüssel. Internet: http://ec.europa.eu/agriculture/publi/rurdev/mountain2005_de.pdf [Zugriff: 03.09.2014]
- Eltrich, W. (Hrsg.) (2007): Perspektiven für die Agrarwirtschaft im Alpenraum. Hans-Seidel-Stiftung e. V., München
- Europäische Kommission (1999): Verordnung (EG) Nr. 1257/1999 des Rates vom 17. Mai 1999 über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Ausrichtungs- und Garantiefonds für die Landwirtschaft (EAGFL) und zur Änderung bzw. Aufhebung bestimmter Verordnungen. Brüssel.
Internet: http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leg/1257_de.pdf [Zugriff: 03.09.2014]
- Europäische Kommission (2009): Commission Staff Working Document. Peak Performance. New Insights into Mountain Farming in the European Union. Brüssel.
Internet: http://ec.europa.eu/agriculture/publi/rurdev/mountain-farming/working-paper-2009-text_en.pdf [Zugriff: 03.09.2014]
- European Milk Board (2012): Genossenschaften zwischen Mythos und Wirklichkeit.
Internet: www.europeanmilkboard.org/fileadmin/Dokumente/Positions_EMB/12-02_Positions/Genossenschaften.pdf [Zugriff: 19.11.2014]
- Evans, N.; Morris, C.; Winter, M. (2002): Conceptualizing agriculture: a critique of post-productivism as the new orthodoxy. In: Progress in Human Geography 26(3), S. 313–332
- Fahning, I., und Babel, D. (2009): Frauen sind ein Gewinn – Beitrag von Frauen am landwirtschaftlichen Gesamteinkommen. Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Verbraucherschutz und Landesentwicklung, Hannover
- Frerick, M. (2010): Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäude. Neue Perspektiven für alte Gebäude. Praxisleitfaden. Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen. Münster.
Internet: www.landwirtschaftskammer.de/landwirtschaft/landservice/pdf/praxisleitfaden-umnutzung.pdf [Zugriff: 19.11.2014]
- Frisch, J. (2012): Betriebsplanung Landwirtschaft 2012/13. Daten für die Betriebsplanung in der Landwirtschaft. KTBL-Datensammlung. 23. Aufl., Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft (KTBL) e. V., Darmstadt
- GEPA (2011): Milchwerke Berchtesgadener Land. Internet: www.gepa.de/p/cms/media///image/aktuelles/2013%20fairplus%20Sammelpunkte/EU%20Deu%20Berchtesgadener%209-11_web.pdf [Zugriff: 20.10.13]
- Giereth, S. (2011): Leitfadeninterview und Qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente der Qualitativen Forschung. Diplomarbeit am Fachbereich Betriebswirtschaftslehre – Unternehmensführung, Management, Organisation der Hochschule Harz, Wernigerode
- Gläser, J., und Laudel, G. (2006): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden
- Glauben, T., Tietje, H., und Weiss, C. (2003): Agriculture on the Move: Exploring Regional Differences in Farm Exit Rates. Working Paper EWP 0308 Department of Food Economics and Consumption Studies University of Kiel. Internet: www.food-econ.uni-kiel.de/Workingpaper/Fe0308.pdf [Zugriff: 31.08.2014]

- Grabski-Kieron, U. (2011): Geographie und Planung ländlicher Räume in Mitteleuropa. In: Gebhardt, H.; Glaser, R.; Radtke, U.; Reuber, P. (Hrsg.): Geographie. Physische Geographie und Humangeographie. Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg, S. 602–615
- Groier, M. (2004): Wachsen und Weichen. Rahmenbedingungen, Motivationen und Implikationen von Betriebsaufgaben in der österreichischen Landwirtschaft. In: Ländlicher Raum. 6/2004, S. 1–23. Internet: www.bmlfuw.gv.at/land/laendl_entwicklung/Online-Fachzeitschrift-Laendlicher-Raum/archiv/2004/Groier.html [Zugriff: 26.08.2014]
- Groier, M. (2006): Tabuthema Betriebsaufgabe. Eine Darstellung aus Sicht der Betroffenen. In: AgrarBündnis e. V. (Hrsg.): Kritischer Agrarbericht 2006, S. 63–68. Internet: www.kritischer-agrarbericht.de/fileadmin/Daten-KAB/KAB-2006/Groier.pdf [Zugriff: 08.09.2014]
- Gurrath, P. (2011): Landwirtschaft auf einen Blick. In: Statistisches Bundesamt (Hrsg.). Wiesbaden. Internet: www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/LandForstwirtschaft/Querschnitt/BroschuereLandwirtschaftBlick0030005119004.pdf?__blob=publicationFile [Zugriff: 01.09.2014].
- Hasan, Y. (2010): Kundenzufriedenheit bei der Direktvermarktung landwirtschaftlicher Produkte in Deutschland – Entwicklung eines integrierten Beratungskonzeptes. Dissertation an der Universität Göttingen. Internet: <http://ediss.uni-goettingen.de/bitstream/handle/11858/00-1735-0000-0006-B059-2/hasan.pdf?sequence=1> [Zugriff: 19.11.2014]
- Helmreich, S.; Heyne, U.; Huber, L. (2013): Statistik der Bayerischen Milchwirtschaft 2012. Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), München. Internet: www.lfl.bayern.de/mam/cms07/publikationen/daten/informationen/p_35063.pdf [Zugriff: 23.09.2014]
- Herrmann, P.; Grieshaber, M.; Müller, N.; Thumann, H. (2008): Expertise „Urlaub auf dem Bauernhof/Lande“. Endbericht. Europäisches Tourismus Institut an der Universität Trier GmbH, Trier. Internet: www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Landwirtschaft/LaendlicheRaume/Expertise-UrlaubBauernhof.html [Zugriff: 16.09.2014]
- Heuberger, R. (2010): Kulturlandschaftsprogramm im Naturpark Weissensee. In: Neue Modelle des Natur- und Kulturlandschaftsschutzes in den Österreichischen Naturparks. Verband der Naturparke Österreichs (Hrsg.), Graz. Internet: www.cipra.org/de/pdfs/1083/at_download/file [Zugriff: 01.09.2014]
- Hofer, F. (2002): Strukturwirkung von Direktzahlungen, Analyse der Auswirkungen der Direktzahlungen auf den Strukturwandel in der Landwirtschaft auf der Basis der mikro-ökonomischen Theorie und empirischer Daten aus dem Kanton Bern, Dissertation ETH Zürich 2002. Internet: <http://e-collection.library.ethz.ch/eserv/eth:25134/eth-25134-02.pdf> [Zugriff: 25.08.2014]
- Hönegger, M. (2008): Veränderung der Almwirtschaft in Salzburg und altes Erfahrungswissen am Beispiel einer Alm im Lessachtal/Lungau. Diplomarbeit am Department für Integrative Biologie und Biodiversitätsforschung der Universität für Bodenkultur Wien. Internet: https://zidapps.boku.ac.at/abstracts/download.php?dataset_id=6768&property_id=107 [Zugriff: 24.09.2014]

- Hovorka, G. (2013): Die Gemeinsame Agrarpolitik 2014 – 2020: Eine Analyse aus fortschrittlicher Sicht. Internet: http://momentum-kongress.org/cms/uploads/PAPER_Hovorka-Gerhard_Die-gemeinsme-Agrarpolitik-der-EU-20141.pdf [Zugriff: 01.09.2014]
- Huber, J. (2011): Wirtschaftlichkeit Mutterschafe. Anderlbauer e. K., Frasdorf. Internet: www.anderlbauer-landwirtschaft.de/facharbeit-1989/wirtschaftlichkeit/index.html [Zugriff: 19.09.2014]
- Huber, L., und Jantke, C. (2013): Bergprodukte – Marktvolumen und Potentialabschätzung in Bayern. Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), München. Internet: www.lfl.bayern.de/mam/cms07/publikationen/daten/informationen/p_45646.pdf [Zugriff: 23.09.2014]
- Hülsemeyer, F. (2000): Strategien für die Milchverarbeitung und -vermarktung im neuen Jahrhundert. In: Die Molkereizeitung Welt der Milch, 54(7), S. 230-236
- IAASTD (2008): Agriculture at a crossroads. International Assessment of Agricultural Knowledge, Science and Technology for Development (IAASTD), Washington, D.C.
- IBA (2013): Internet-Deckungsbeitragsanwendung. Institut für Betriebswirtschaft und Agrarstruktur (IBA); Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), München
- ILB (Hrsg.) (2013): Einfachanalyse 2.6 – Vollversion. Institut für Agrarökonomie (ILB) der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), München. Internet: http://alb-bayern.de/De/Einkaufen/Software/Einfachanalyse/buchfuehrung-wirtschaftlichkeit-existenz_EinfachanalyseVollversion.html [Zugriff: 08.09.2014]
- Kempten Tourismus- und Veranstaltungsservice (2013): Tourist Info. Übernachtungen in Kempten und Umgebung, Kempten
- Kiechle, I. (1985): ... und grün bleibt unsere Zukunft. Busse-Seewald Verlag, Stuttgart und Herford
- Kirner, L. (2005): Soziökonomische Aspekte der Milchviehhaltung in Österreich. Studien zu Wettbewerbsfähigkeit, Entwicklungstendenzen und Agrarreform. 1. Aufl., Bundesanstalt für Agrarwirtschaft Österreich, Wien
- Kling, B. (2013): Alpwirtschaft im Allgäu. Ein Überblick und eigene Untersuchungen zu Erwerbskombinationen. Diplomarbeit an der Fakultät Geistes- und Kulturwissenschaften der Otto-Friedrich-Universität Bamberg, unveröffentlicht
- Korff, C. (2005): Mit den Augen des Urlaubsgastes – Studien zur Natur- und Kulturlandschaftswahrnehmung am Beispiel regionskundlicher Themenwege. Dissertation, Leipzig
- Kraus, S. (2014): Analyse von Beweggründen bei der Vermarktungsentscheidung von Milcherzeugern im Berchtesgadener Land. Eine Fallstudienuntersuchung von vier ausgewählten Musterbetrieben. Masterarbeit am Fachbereich Ökologische Agrarwissenschaften der Universität Kassel, Witzenhausen
- KTBL (Hrsg.) (2004): Direktvermarktung 2004: Daten zur Kalkulation der Kosten und des Arbeitszeitbedarfs. KTBL-Datensammlung, 3. Aufl., Kuratorium für Technik und Bauen in der Landwirtschaft (KTBL) e. V., Darmstadt
- Kuhnert, H. (1998): Direktvermarktung in konventionell und ökologisch wirtschaftenden Betrieben: Eine Untersuchung zur Direktvermarktung als eine Form der einzelbetrieblichen Diversifikation in der Landwirtschaft. Wissenschaftsverlag Vauk, Kiel

- Küpper, P.; Maretzke, S.; Milbert, A.; Schlömer, C. (2013): Methodik zur Abgrenzung vom demografischen Wandel besonders betroffener Gebiete. Arbeitsgruppe „Regionen im demografischen Wandel stärken“, BBSR Bonn und Thünen-Institut Braunschweig
- Kusemann, M. (2003): Bewältigung von Existenzgefährdung in landwirtschaftlichen Familienbetrieben. Kommunikation und Beratung, Sozialwissenschaftliche Schriften zur Landnutzung und ländlichen Entwicklung, Band 57, Margraf Publishers, Weikersheim
- Landkreis Miesbach (Hrsg.) (2009): Unser Landkreis Miesbach 2014. Analyse und Bewertung. Landratsamt Miesbach. Internet: www.landkreis-miesbach.de/media/custom/221_1048_1.PDF?1279620217 [Zugriff: 16.09.2014]
- Landkreis Miesbach (2012): Struktur. Internet: www.landkreis-miesbach.de/Landkreis/Wissenswertes_über_den_Landkreis [Zugriff: 19.11.2014]
- Landkreis Miesbach (Hrsg.) (2014): Landkreis Miesbach 2014. Wissenswertes über den Landkreis. Daten, Zahlen und Fakten. Landratsamt Miesbach. Internet: www.landkreis-miesbach.de/Landkreis/Wissenswertes_%C3%BCber_den_Landkreis [Zugriff: 16.09.2014]
- Larcher, M., und Vogel, S. (2008): Haushaltsstrategien biologisch wirtschaftender Familienbetriebe in Österreich – Ergebnisse einer qualitativen Längsschnittuntersuchung. Diskussionspapier DP-37-2008, Universität für Bodenkultur, Institut für nachhaltige Wirtschaftsentwicklung (Hrsg.), Wien.
Internet: [ftp://ftp.boku.ac.at/pub/repecftpg/repecftp/RePEc/sed/wpaper/372008.pdf](http://ftp.boku.ac.at/pub/repecftpg/repecftp/RePEc/sed/wpaper/372008.pdf) [Zugriff: 25.08.2014]
- Latacz-Lohmann, U., und Hemme, T. (2007): Ende der Quote und dann? Universität Kiel.
Internet: www.betriebslehre.agric-econ.uni-kiel.de/de/forschung/praxis/dateien-p.-u.-b.-2007/ende-der-quote.pdf/view [Zugriff: 23.09.2014]
- Lauber, S. (2006): Agrarstrukturwandel im Berggebiet. Ein agentenbasiertes, räumlich explizites Agrarstruktur- und Landnutzungsmodell für zwei Regionen Mittelbündens. ART-Schriftenreihe 2, Forschungsanstalt Agroscope Reckenholz-Tänikon (ART), Ettenhausen
- LfL (2003): Haushaltsbuchführung. Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft, München
- LfL (2013): Institut für Betriebswirtschaft und Agrarstruktur – Jahresbericht 2012. Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), Freising.
Internet: www.lfl.bayern.de/mam/cms07/iba/dateien/jahresbericht_2012_iba.pdf [Zugriff: 25.08.2014]
- LfL (Hrsg.) (2005): Agrarmärkte 2004. Schriftenreihe der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), Freising.
Internet: www.lfl.bayern.de/mam/cms07/publikationen/daten/schriftenreihe/p_19817.pdf [Zugriff: 23.09.2014]
- LfULG (Hrsg.) (2004): Milchschaft- und Ziegenhaltung. Wirtschaftlichkeit der Milchschaft- und Ziegenhaltung – Ergebnisse der Betriebszweigabrechnungen. Sächsische Landesanstalt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie (LfULG), Dresden.
Internet: http://search.sachsen.de/web/viewAsHtml;jsessionid=24CF13005B5C016256D0CB4B8F2B003F.sachsen_search_2?reference=https://publikationen.sachsen.de/bdb/artikel/13871/documents/16205&searchTerm=milchschaft-%20und%20ziegenhaltung [Zugriff: 19.09.2014]
- LfULG (Hrsg.) (2007): Dialogprozess Diversifizierung. Daten und Fakten. Sächsische Landesanstalt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie (LfULG), Dresden.

Internet: <http://search.sachsen.de/web/search?searchTerm=dialogprozess+diversifizierung&send=Suchen> [Zugriff: 16.09.2014]

Look, E., und Weinberger-Miller, P. (2011): Qualitätssicherung und Marketing bei Urlaub auf dem Bauernhof. 4. Aufl., aid infodienst Ernährung, Landwirtschaft, Verbraucherschutz, Bonn

Lowe, P.; Murdoch, J.; Marsden, T.; Munton, R.; Flynn, A. (1993): Regulating the new rural spaces: the uneven development of land. In: Journal of Rural Studies Volume 9(3). S. 205–222

LVBM (2012): Informationsbroschüre bayrische Milchwirtschaft. Daten und Fakten aus der Milchwirtschaft 2012. Landesverband bayrische Milchwirtschaft (LVBM).

Internet: www.milchland-bayern.de/pdf/LVBM-Flyerjuni13neu.pdf [Zugriff: 23.09.2014]

Magerl, S. (2014): Die Vorzüglichkeit der – kooperativen – Verarbeitung und Vermarktung von Bergprodukten (Bergkäse) über verschiedene Absatzwege aus Sicht einer Naturkäserei. Bachelorarbeit an der Fakultät für Land- und Ernährungswirtschaft der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf

Maier, P. (2014): Hofnachfolge in diversifizierenden Betrieben: Eine qualitative Untersuchung bayerischer Berglandwirtschaftsbetriebe. Bachelorarbeit an der Ludwig-Maximilians-Universität München, Fakultät für Geowissenschaften

Mann, S. (2007): Wie entstehen HofnachfolgerInnen? In: Agrarwirtschaft (German Journal of Agricultural Economics) 56, Heft 3. S. 161–166. Internet: www.gjae-online.de/news/pdfstamps/freeoutputs/GJAE-428_2007.pdf [Zugriff: 01.09.2014]

Mayring, P. (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung. 5. Aufl., Beltz Verlag, Weinheim und Basel

Mayring, P. (2010): Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken. 11. Aufl., Beltz Verlag, Weinheim

Milchwerke Berchtesgadener Land (2013): Milchpreise 2013. Internet: www.molkerei-bgl.de/files/assets/downloads/Fairer%20Milchpreis%20der%20Molkerei%20Berchtesgadener%20Land.pdf [Zugriff: 23.09.2014]

Naturkäserei e. G. (2010): Imagefilm. Internet: www.youtube.com/watch?v=n68yGtE6EQM [Zugriff: 19.11.2014]

Naturkäserei e.G (2014): Produktinformationen Heumilchprodukte. Online verfügbar unter www.naturkaeserei.de/index.php/produkte-kaeserei/produktuebersicht [Zugriff: 02.12.2014]

Neudorfer, T.; Pinter, M.; Kirner, L.; Wendtner, S.; Messner, W. (2012): Milchwirtschaft auf Österreichs Almen. Entwicklungen und wirtschaftliche Perspektiven. Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft Österreichs, Wien.

Internet: www.lebensministerium.at/publikationen/land/tierische_production-milchwirtschaft/milch_almen.html [Zugriff: 24.09.2014]

Öhlmér, B.; Olson, K.; Brehmer, B. (1998): Understanding farmers' decision making processes and improving managerial assistance. Agricultural Economics 18/3, S. 273–275

Ohrlich, I. (2006): Entwicklung einer Regionalmarke im Landkreis Berchtesgadener Land. Masterarbeit an der Fachhochschule Hildesheim/Holzminde/Göttingen.

- Internet: www.oete.de/dokumente/14_masterarbeit_ina_orlich_2006.pdf [Zugriff: 24.09.2014]
- Pascher, P. (2014): Agrarstrukturerhebung 2013: Der Strukturwandel geht weiter. Deutsche Bauern Korrespondenz, S. 26-27, 6/14
- Pesch, H-J. (2013): Persönliche Mitteilung des Mitarbeiters am Landratsamt Oberallgäu im Bauamtteam 1 im September 2013 (E-Mail: heinz-joachim.pesch@lra-oa.bayern.de)
- Poppinga, O., und Thomas, F. (2013): Arbeit muss sich lohnen! Argumente für eine Bindung der EU-Direktzahlungen an den Faktor Arbeit. In: AgrarBündnis e. V. (Hrsg.): Kritischer Agrarbericht 2013, S. 31–38. Internet: www.kritischer-agrarbericht.de/fileadmin/Daten-KAB/KAB-2013/Poppinga_Thomas_Arbeit.pdf [Zugriff: 01.09.2014]
- Pottebaum, P., und Bullerdiek, A. (1994): Handbuch Direktvermarktung. Neue Wege für den Absatz landwirtschaftlicher Produkte. 3. Aufl., Landwirtschaftsverlag, Münster-Hiltrup
- Psenner, R., und Lackner, R. (Hrsg.) (2006): Die Alpen im Jahr 2020. 1. Aufl., Innsbruck University Press, Innsbruck
- Raich, S. (2013): Hype um Nachhaltigkeitsstandards im Tourismus, Orientierung durch Qualitätskriterien und Erfolgsfaktoren. Passport, Edition 2013 Nachhaltigkeit im Tourismus, S. 54–55
- Rathmann, C.; Renner, S.; Pieniadz, A.; Glauben, T.; Loy, J-P. (2010): Einkommensdiversifikation landwirtschaftlicher Haushalte in Schleswig-Holstein. In: German Journal of Agricultural Economics (GJAE) 59 (2010), Heft 10, S. 77–90
- Recke, G.; Zenner, S.; Wirthgen, B. (2004): Situation und Perspektiven der Direktvermarktung in der Bundesrepublik Deutschland. Schriftenreihe Angewandte Wissenschaft, Heft 501, Bonn, Landwirtschaftsverlag, Münster-Hiltrup
- Redelberger, H. (2010): Hofmolkerei: Analysieren, optimieren, planen. 2. Aufl., Bioland Verlag, Mainz
- Riester, R.; Huber, R.; Dick, J. (2013): Milch. In: LEL und LfL (Hrsg.): Agrarmärkte 2013. Landesanstalt für Entwicklung der Landwirtschaft und der Ländlichen Räume (LEL), Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), Schwäbisch Hall, Freising, S. 213–248. Internet: www.lfl.bayern.de/mam/cms07/publikationen/daten/schriftenreihe/agrarmaerkte2013.pdf [Zugriff: 23.09.2014]
- Rossier, R. (2005): Hofnachfolge. In: Protokoll der Sitzung vom 25. November 2005 der Arbeitsgemeinschaft ländliche Sozialforschung, Bundesanstalt für Bergbauernfragen (Hrsg.), Wien, S. 1–20
- Rossier, R., und Wyss, B. (2006a): Determinanten der Hofnachfolge. In: Agrarforschung 13(4), S. 144–149
- Rossier, R., und Wyss, B. (2006b): Interessen und Motive der kommenden Generation an der Landwirtschaft. In: Ländlicher Raum, Januar/Februar 2006, S. 23–28
- Schaper, C.; Wocken, C.; Abeln, K.; Lassen, B.; Schierenbeck, S.; Spiller, A.; Theuvsen, L. (2008): Risikomanagement in Milchviehbetrieben: Eine empirische Analyse vor dem Hintergrund der sich ändernden EU-Milchmarktpolitik. In: Landwirtschaftliche Rentenbank (Hrsg.): Risikomanagement in der Landwirtschaft. Schriftenreihe der Landwirtschaftlichen Rentenbank, Band 23, Frankfurt am Main, S. 135–184

Schindler, M. (2010): Die Landwirtschaft. Bd. 4 Wirtschaftslehre. 13. Aufl., blv Buchverlag, München

Schmidtlein, E.-M. (1999): Betriebswirtschaftliche Betrachtung der Direktvermarktung. In: Institut für Landwirtschaftsrecht an der Universität Passau (Hrsg.): Direktvermarktung und ihre Bedeutung für die Landwirtschaft. Wissenschaftliche Tagung am 22. und 23.10.1999, Passau, S. 93–100

Schmidtlein, E.-M. (2013): Die Liquiditätslage der bayerischen Haupterwerbsbetriebe. Auswertung der Buchführungsergebnisse 2011/2012. Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft, Institut für Agrarökonomie, München.

Internet: www.lfl.bayern.de/iba/unternehmensfuehrung/037107/index.php [Zugriff: 18.09.2014]

Schmiedel, C. (2008): Einfluss ausgewählter Erkrankungen auf die Ökonomie in der Milchviehhaltung. Dissertation am Fachbereich Veterinärmedizin der Freien Universität Berlin, Berlin. Internet: www.diss.fu-berlin.de/diss/servlets/MCRFileNodeServlet/FUDISS_derivate_00000006443/diss_schmiedel.pdf;jsessionid=C99D155C44A8AB6EC39C646295291428?hosts [Stand 23.09.2014]

Schmitt, M. (1997): Landwirtinnen. Chancen und Risiken von Frauen in einem traditionellen Männerberuf. Verlag Leske + Buderich, Opladen

Schmitt, M. (2009): Pluriaktivität im Generationenvergleich. In: Jahrbuch der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie, Band 18(2). Wien, S. 119–133

Schöpe, M. (2011): Diversifizierung in der Landwirtschaft. ifo-Schnelldienst, 14/2011, 64. Jg., S. 43–47. Internet: www.cesifo-group.de/ifoHome/publications/docbase/details.html?docId=16298413 [Zugriff: 16.09.2014]

Schramm, M.; Spiller, A.; Staack, T. (2004): Brand Orientierung in der Ernährungsindustrie. Erfolgsdeterminanten der Markenführung am Beispiel genossenschaftlicher Hersteller. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden

Seibert, O., und Struff, R. (1993): Anpassungsstrategien landwirtschaftlicher Haushalte im Agrarstrukturwandel. Deutscher Beitrag zum Arkleton-Projekt „Strukturwandel in der europäischen Landwirtschaft und die Zukunft ländlicher Räume unter besonderer Berücksichtigung der Mehrfachbeschäftigung“. Schriftenreihe der Forschungsgesellschaft für Agrarpolitik und Agrarsoziologie e. V., Nr. 297, Forschungsgesellschaft für Agrarpolitik und Agrarsoziologie e. V., Bonn

Seiser, G. (2009): Generationswechsel im benachteiligten Gebiet: Eine Fallstudie über Hofübergaben. In: Ländlicher Raum, Jg. 2009, S. 1–26.

Internet: www.lebensministerium.at/dms/lmat/land/laendl_entwicklung/Online-Fachzeitschrift-Laendlicher-Raum/archiv/2009/seiser/Gertraud-Seiser---Generationswechsel-im-benachteiligten-Gebiet---Eine-Fallstudie--ber-Hof-bergaben/Gertraud%20Seiser%20-%20Generationswechsel%20im%20benachteiligten%20Gebiet%20-%20Eine%20Fallstudie%20%20C3%BCber%20Hof%20C3%BCbergaben.pdf [Zugriff: 28.08.2014]

Siller, M. (2013): Geschlechterrollen am Hof. Landwirtschaftliche Familienbetriebe im Bundesland Salzburg. In: Bäschlin, E.; Contzen, S.; Helfenberger, R. (Hrsg.): Frauen in der Landwirtschaft. Debatten aus Wissenschaft und Praxis. eFeF-Verlag, Wettingen, S. 17–27

Sironi, H., und Peter, D. (1993): Die Berglandwirtschaft in einem nicht-touristischen Bergtal an ihren ökologischen, sozialen und ökonomischen Grenzen. Von einer sektoralen zu einer integral vernetzten Agrar- und Regionalpolitik am Beispiel des Safientals/GR. In: Geogr. Helv. 48 (3), S. 135–141

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2000): Regionale Ergebnisse der Landwirtschaftszählung 1999

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2011): Regionale Ergebnisse der Landwirtschaftszählung 2010. Internet: www.statistikportal.de/statistik-portal/landwirtschaftszaehlung_2010.pdf [Zugriff: 31.08.2014]

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2013): Internet: www.regionalstatistik.de [verschiedene Zugriffe: 09.10. bis 01.11.2013]

Statistisches Bundesamt (2011): Land- und Forstwirtschaft, Fischerei. Einkommenskombination. Landwirtschaftszählung/Agrarstrukturerhebung 2010, Fachserie 3, Reihe 2.1.7., Wiesbaden

Statistisches Bundesamt (2013): Landwirtschaftliche Betriebe. Betriebsgrößenstruktur landwirtschaftlicher Betriebe nach Bundesländern. Wiesbaden. Internet: www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Wirtschaftsbereiche/LandForstwirtschaftFischerei/LandwirtschaftlicheBetriebe/Tabellen/BetriebsgroessenstrukturLandwirtschaftlicheBetriebe.html [Zugriff: 01.09.2014]

Statistisches Bundesamt (2014a): Land- und Forstwirtschaft, Fischerei. Einkommenskombination. Landwirtschaftszählung/Agrarstrukturerhebung 2013, Fachserie 3 Reihe 2.1.7., Wiesbaden

Statistisches Bundesamt (2014b): Verdienste nach Branchen. Durchschnittliche Bruttojahresverdienste von Vollzeitbeschäftigten im Jahr 2013. Statistisches Bundesamt, Wiesbaden. Internet: www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesamtwirtschaftUmwelt/VerdiensteArbeitskosten/VerdiensteVerdienstunterschiede/Tabellen/Bruttojahresverdienst.html [Zugriff: 18.09.2014]

Steiner, L., und Hoffmann, V. (2012): Multifunktionale Landwirtschaft durch kreative Diversifizierung. Eine taxonomische Studie in Mittel- und Süddeutschland. In: Berichte über Landwirtschaft, Band 90(2). Münster, S. 173–330

StMELF (2008): Bayerischer Agrarbericht 2008. Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF), München

StMELF (2010): Richtlinie vom 6. September 2010 des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten für die Gewährung der Ausgleichszulage in benachteiligten Gebieten (AGZ) gemäß Verordnung (EG) Nr. 1698/2005 (Az.: A 6-7275-2755). Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF), München

StMELF (2011a): Bayerisches Bergbauernprogramm. Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF), München

StMELF (2011b): Direktvermarktung. Wichtige Rechtsvorschriften für die Direktvermarktung,

Internet: www.stmelf.bayern.de/mam/cms01/allgemein/publikationen/m3_direktvermarktung_2010_gesamt_web.pdf [Zugriff: 19.11.2014]

- StMELF (2012a): Bayerischer Agrarbericht 2012. Alm- und Alpwirtschaft. Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF), München.
Internet: www.agrarbericht-2012.bayern.de/landwirtschaft-laendliche-entwicklung/alm-und-alpwirtschaft.html [Zugriff: 03.09.2014]
- StMELF (2012b): Bayerischer Agrarbericht 2012. Ausgleichszulage. Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF), München.
Internet: www.agrarbericht-2012.bayern.de/landwirtschaft-laendliche-entwicklung/ausgleichszulage.html [Zugriff: 03.09.2014]
- StMELF (2012c): Bayerischer Agrarbericht 2012. Kartenanhang. Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF), München.
Internet: www.agrarbericht-2012.bayern.de/tabellen-karten/karten.html [Zugriff: 03.09.2014]
- StMELF (2013a): Berglandwirtschaft. Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten. München.
Internet: www.stmelf.bayern.de/landwirtschaft/berglandwirtschaft/ [Zugriff: 19.11.2014]
- StMELF (2013b): Buchführungsergebnisse landwirtschaftlicher Betriebe. Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten.
Internet: www.stmelf.bayern.de/bfm/index.do [Zugriff: 18.09.2014]
- StMELF (2013c): Mit mehreren Standbeinen zum Erfolg – Brunner: Diversifizierung bietet Landwirten viele Chancen. Pressemitteilung vom 19.07.2013. Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF), München.
Internet: www.stmelf.bayern.de/service/presse/pm/2013/046626/index.php [Zugriff: 16.09.2014]
- StMELF (2013d): Staatsminister Helmut Brunner informiert. Einigung zur EU-Agrarpolitik 2014 bis 2020. Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF), München.
Internet: www.stmelf.bayern.de/mam/cms01/agrarpolitik/dateien/stmelf_aktuell_eu_agrarpolitik.pdf [Zugriff: 30.09.2014]
- StMELF und StMUG (2007): Bayerisches Zukunftsprogramm Agrarwirtschaft und ländlicher Raum 2007-2013 aus dem Europäischen Landwirtschaftsfonds (ELER) gemäß Verordnung (EG) Nr. 1698/2005. Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) und Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit (StMUG), München.
Internet: www.stmelf.bayern.de/mam/cms01/agrarpolitik/dateien/gesamtfassung.pdf [Zugriff: 02.12.2014]
- StMI (o. J.): Zentrale InVeKoS-Datenbank (ZID). Bayerisches Staatsministerium des Innern, für Bau und Verkehr, München
Internet: www.verwaltungsservice.bayern.de/dokumente/leistung/596644990467 [Zugriff: 03.10.2013]
- Stockinger, C. (2013): Wie wirtschaften wir 2030? In: Bayerisches Landwirtschaftliches Wochenblatt, Jg. 203, Heft 23, S. 37–39
- Stockinger, C.; Dorfner, G.; Huber, L. (2013): Potentialanalyse der Milcherzeugung in Bayern. Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), Institut für Agrarökonomie und Institut für Märkte, München.
Internet: www.lfl.bayern.de/mam/cms07/iba/dateien/dorfner_potentialanalyse_2013_12.pdf [Zugriff: 18.11.2014]

Stöcklin, J.; Bosshard, A.; Klaus, G., Rudmann-Maurer, K.; Fischer, M. (2007): Landnutzung und biologische Vielfalt in den Alpen. Vdf Hochschulverlag an der ETH, Zürich

Streifeneder, T. (2009): Die Agrarstrukturen in den Alpen und ihre Entwicklung unter Berücksichtigung ihrer Bestimmungsgründe – Eine alpenweite Untersuchung anhand von Gemeindedaten. Dissertation der Fakultät für Geowissenschaften der Ludwig-Maximilians-Universität München. Internet: http://edoc.ub.uni-muenchen.de/11975/1/Streifeneder_Thomas_Ph.pdf [Zugriff: 26.08.2014]

Thiede, G. (1992): Die Grüne Chance. Landwirte zwischen Tradition und Fortschritt. DLG-Verlag, Frankfurt/Main

Tietje, H. (2004): Hofnachfolge in Schleswig-Holstein. Dissertation, Agrar- und Ernährungswissenschaftliche Fakultät, Christian-Albrechts-Universität zu Kiel. Internet: <http://dnb.info/973631406/34> [Zugriff: 01.09.2014]

top agraronline (2010): Berchtesgadener trotzten schwierigem Jahr.

Internet: www.topagrar.com/news/Rind-News-Berchtesgadener-trotzen-schwierigem-Jahr-74988.html [Zugriff: 23.09.2014]

Uekötter, F. (2010): Die Wahrheit ist auf dem Feld. Eine Wissensgeschichte der deutschen Landwirtschaft. Verlag Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen

UNCTAD (2013): Trade and Environment Review 2013 – Wake up before it is too late. Make agriculture truly sustainable now for food security in a changing climate. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Genf

Vahs, D., und Schäfer-Kunz, J. (2007): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 5. Aufl., Verlag Schäffer-Poeschel, Stuttgart

Van der Ploeg, J.D. (2008): The New Peasantries. Struggles for autonomy and sustainability in an area of empire and globalization. Earthscan Verlag, London

Veser, A. (2014): Regional SWOT analyses for demographic change issues. Experiences and Tools. In: Bausch, T.; Koch, M.; Veser, A. (Hrsg.); Coping with Demographic Change in the Alpine Regions, Actions and Strategies for Spatial and Regional Development. Springer Verlag, Heidelberg, New York, S. 29–37

Vieth, C., und Thomas, F. (2013): Hofnachfolger gesucht – und vorhanden. Vorschläge für eine gezielte Unterstützung von jungen Landwirten. In: AgrarBündnis e. V. (Hrsg.): Kritischer Agrarbericht 2013, S. 56–63. Internet: www.kritischer-agrarbericht.de/fileadmin/Daten-KAB/KAB-2013/Vieth_Thomas.pdf [Zugriff: 01.09.2014]

VMB (2013a): Milchauszahlungspreise in Bayern. Verband der Milcherzeuger Bayern (VMB) e. V., München. Internet: www.milcherzeugerverband-bayern.de/?redid=180135 [Zugriff: 23.09.2014]

VMB (2013b): Umrechnungsfaktor 1,02 oder 1,03 – Die Änderung und deren Folgen. Verband der Milcherzeuger Bayern (VMB) e. V., München. Internet: <http://www.milcherzeugerverband-bayern.de/?redid=237592> [Zugriff: 23.09.2014]

Vogel, S. (2006): Hofnachfolge in Österreich – eine Befragung von Betriebsleiterinnen und Betriebsleitern. Forschungsbericht Nr. 1327, Bundesministerium für Land und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Universität für Bodenkultur, Institut für nachhaltige Wirtschaftsentwicklung (Hrsg.), Wien

Vogel, S.; Maurer, O.; Wytrzens, H.K.; Larcher, M. (2007): Hofnachfolge und Einstellung zu Aufgaben multifunktionaler Landwirtschaft bei Südtiroler Bergbauern – Analyse von Befragungsergebnissen. Diskussionspapier DP-25-2007. Universität für Bodenkultur, Institut für nachhaltige Wirtschaftsentwicklung, Wien. Internet: https://wpr.boku.ac.at/wpr_dp/DP-25-2007.pdf [Zugriff: 25.08.2014]

Walsemann, U. (2003): Die Klassifikation der landwirtschaftlichen Betriebe in Deutschland von 1971 bis 2001. In: Wirtschaft und Statistik 3/2003. Statistisches Bundesamt (Hrsg.), Wiesbaden, S. 191–205.
Internet: www.destatis.de/DE/Publikationen/WirtschaftStatistik/LandForstwirtschaft/Klassifizierung_Betriebe19712001_32003.pdf?__blob=publicationFile [Zugriff: 01.09.2014]

Wanas, J. (2010): Erfolgsfaktoren für die Diversifikation in der Landwirtschaft. Vortrag an der Evangelischen Akademie in Hofgeismar am 10.06.2010.
Internet: www.wanas.at/2010/07/05/erfolgsfaktoren-in-der-diversifikation-vortrag-hofgeismar-10-06-2010 [Zugriff: 16.09.2014]

Weinberger-Miller, P. (2007): Zukunftsperspektiven von Einkommenskombinationen, Teil 1: Einkommenskombinationen gestalten, Landtourismus und Direktvermarktung. In: LfL (Hrsg.): Strategien zur Stärkung einer nachhaltigen und wettbewerbsfähigen Landbewirtschaftung in Bayern – Landwirtschaft 2020 – Teil 4: Mit mehreren Standbeinen die Existenz sichern. Tagungsband, LfL-Fachtagung am 20.09.2007 in Herrsching, Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), München, S. 61-94.
Internet: www.lfl.bayern.de/mam/cms07/publikationen/daten/schriftenreihe/p_27838.pdf [Zugriff: 23.09.2014]

Weinberger-Miller, P. (2010a): Der bäuerliche Familienbetrieb in Bayern – Situation und Perspektiven. Forschungsbericht – Teil 1. Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft, München.
Internet: www.lfl.bayern.de/mam/cms07/iba/dateien/forschungsbericht_baeuerlicher_familienbetrieb_teil1.pdf [Zugriff: 01.12.2014]

Weinberger-Miller, P. (2010b): Der bäuerliche Familienbetrieb in Bayern – Situation und Perspektiven. Forschungsbericht – Teil 2. Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft, München.
Internet: www.lfl.bayern.de/mam/cms07/iba/dateien/forschungsbericht_baeuerlicher_familienbetrieb_teil2.pdf [Zugriff: 01.12.2014]

Weinberger-Miller, P. (2012): Faustzahlen für den landwirtschaftlichen Haushalt – Arbeitszeit und Geld. Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft, München.
Internet: www.lfl.bayern.de/iba/haushalt/028132 [Zugriff: 02.12.2014]

Weinberger-Miller P. (2013a): Einkommenssicherung und -entwicklung durch Diversifizierung in der Landwirtschaft. Schriftenreihe, ISSN 1611-4159, Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft, München.
Internet: www.lfl.bayern.de/mam/cms07/publikationen/daten/schriftenreihe/p_46278.pdf [Zugriff: 19.3.2014]

Weinberger-Miller, P. (2013b): Faustzahlen für den landwirtschaftlichen Haushalt – Arbeitszeit und Geld. Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft, München.
Internet: www.lfl.bayern.de/iba/haushalt/028132 [Zugriff: 02.12.2014]

Weinberger-Miller, P.; Looch, E.; Enderle, G. (2006): Urlaub auf dem Lande Daten zur Kalkulation der Kosten und des Arbeitszeitbedarfs. Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft (KTBL) e. V, Darmstadt

Weinberger-Miller, P.; Milic, I.; Popp, C. (2012): Arbeitszeit und Geld. Meisterarbeiten 2009/10. Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft, München

Weiss, F. (2006): Bestimmungsgründe für die Aufgabe/Weiterführung landwirtschaftlicher Betriebe in Österreich. Diskussionspapier DP-14-2006. Institut für nachhaltige Wirtschaftsentwicklung, Universität für Bodenkultur Wien, Department für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Internet: www.boku.ac.at/wpr/wpr_dp/DP-14-2006.pdf [Zugriff: 31.08.2014]

Wessely, H., und Güthler, A. (2004): Alpenpolitik in Deutschland – Anspruch und Realität. Bund Naturschutz Forschung Nr. 8, Nov. 2004, Bund Naturschutz in Bayern, Nürnberg. Internet: www.bund-naturschutz.de/fileadmin/download/alpen/BN-Alpenstudie.pdf [Zugriff: 31.08.2014]

Wilckens, A., und Michels, P. (2007): Direktvermarktung und Wochenmärkte. Fakten zum Verbraucherverhalten. 1. Aufl., ZMP Materialien zur Marktberichterstattung, 74, Bonn

Wilson, G. (2001): From productivism to post-productivism ... and back again? Exploring the (un)changed natural and mental landscapes of European agriculture. In: Transactions of the Institute of British Geographers. Volume 26(1). S. 77–102

Wimmer, G. (1999): Direktvermarktung und ihre Bedeutung für die Landwirtschaft. In: Institut für Landwirtschaftsrecht an der Universität Passau (Hrsg.): Direktvermarktung und ihre Bedeutung für die Landwirtschaft. Wissenschaftliche Tagung am 22. und 23.10. 1999, Passau, S. 1–11.

Wirthgen, B., und Maurer, O. (2000): Direktvermarktung – Verarbeitung, Absatz, Rentabilität, Recht. 2. Aufl., Ulmer Verlag, Stuttgart

Zander, K.; Plagge, J.; Strohm-Lömpcke, R. (2008): Diversifizierung, Spezialisierung, Kooperation im ökologischen Landbau: Konzepte und Strategien zur Verbesserung des Betriebsmanagements und der Arbeitsorganisation. Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Bundesprogramm Ökologischer Landbau (BÖL), Braunschweig, Augsburg. Internet: www.orgprints.org/14861 [Zugriff: 16.09.2014]

Zenger, X. (2011): Agrarstrukturentwicklung in Bayern. Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft, München. Internet: www.lfl.bayern.de/mam/cms07/iba/dateien/lfl-information_agrarstrukturentwicklung_in_bayern_juni_2011.pdf [Zugriff: 02.12.2014]

Zenger, X. (2013): Generationswechsel in der Landwirtschaft. In: Institut für Betriebswirtschaft und Agrarstruktur (Hrsg.): Jahresbericht 2012. Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), S. 19–21.

Internet: www.lfl.bayern.de/mam/cms07/iba/dateien/jahresbericht_2012_iba.pdf [Zugriff: 31.08.2014]

Zukunftskommission Landwirtschaft (2010): Bayernplan 2020. Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF), München.

Internet: www.stmelf.bayern.de/mam/cms01/agrarpolitik/dateien/bayernplan2020.pdf [Zugriff: 01.09.2014]